



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN
MEREK DAGANG TERKENAL ASING DI
INDONESIA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG
NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK
(STUDI DI PASAR JOHAR SEMARANG)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Hukum
pada Universitas Negeri Semarang**

oleh

**Sekar Hayu Ediningtyas
8111411231**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang) yang disusun oleh Sekar Hayu Ediningtyas 8111411231 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi pada :

hari : Senin

tanggal: 1 September 2015

Menyetujui,

Pembimbing



Waspiah, S.H., M.H.
NIP. 198104112009122002

Mengetahui,

Pembantu Dekan Bidang Akademik

Fakultas Hukum



Drs. Suhadi, S.H., M.Si
NIP. 196711161993091001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)” yang disusun oleh Sekar Hayu Ediningtyas 8111411231 telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang pada:

hari /tanggal : Rabu, 30 September 2015

Penguji Utama



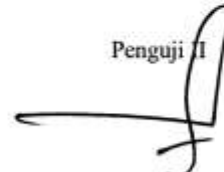
Andry Setiawan, S.H., M.H.
NIP. 197403202006041001

Penguji I



Rinda Fanny K, S.H., M.H.
NIP. 198502182009122006

Penguji II



Waspiah, S.H., M.H.
NIP. 198104112009122002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum

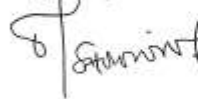


Drs. Sartono Sahlan, M.H.
NIP. 195408251982031003

PERNYATAAN

Saya Sekar Hayu Ediningtyas menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)” adalah hasil karya (penelitian dan tulisan) sendiri, bukan buatan orang lain, dan tidak menjiplak karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya atau sebagian. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 9 September 2015



Sekar Hayu Ediningtyas

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Negeri Semarang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

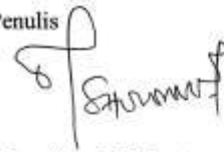
Nama : Sekar Hayu Ediningtyas
NIM : 8111411231
Program Studi : Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Semarang Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "*Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)*" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Negeri Semarang berhak menyimpan, mengalih mediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta .

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 1 September 2015

Penulis



Sekar Hayu Ediningtyas

NIM.8111411231

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tanpa keluarga, manusia sendiri di dunia, gemetar dan dingin”

-Khalil Gibran-

“Sahabat adalah salah satu sumber kebahagiaan dikala kita merasa tidak bahagia, dialah yang bisa mengisi kekuranganmu, bukan mengisi kekosonganmu”

-Khalil Gibran-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ✚ Orangtuaku tercinta Edi Subeno dan Ratna Wandasari, ketiga saudara tersayangku Bayu Sari Aji, S.E, Rian Ayu Anggreani, S.Pd, dan Tahta Indera serta seluruh keluarga yang selalu mendukungku sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- ✚ Seluruh sahabat-sahabat yang selalu memberikan dukungan.
- ✚ Almamater UNNES dan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang”

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang).

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini dapat terselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih, terutama kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum. selaku Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Sartono Sahlan, M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang
3. Drs. Suhadi, S.H., M.Si. selaku Pembantu Dekan Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
4. Drs. Herry Subondo, M.Hum. selaku Pembantu Dekan Bidang Administrasi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
5. Ubaidillah Kamal, S.Pd., M.H. selaku Pembantu Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
6. Rofi Wahanisa, S.H., M.H. selaku Ketua Bagian Pedata-Dagang Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

7. Aprilia Niravita, S.H.,M.H selaku Dosen Wali yang selalu memberi arahan dan semangat dalam proses perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
8. Waspiah, S.H.,M.H. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, bantuan, saran, dan kritik dengan sabar dan tulus sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Andry Setiawan, S.H.,M.H dan Rindia Fanny K, S.H.,M.H selaku penguji skripsi saya.
10. Seluruh Dosen dan Staf Akademika Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
11. Orangtuaku tercinta Edi Subeno dan Ratna Wandasari dan juga Mama Yanti terima kasih atas semua pengorbanan dan dukungan imateriil maupun materiil yang diberikan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. *I'll do everything to make you proud of me. I always Love You.*
12. Saudara-saudaraku terkasih Bayu Sari Aji, S.E, Rian Ayu Anggreani, S.Pd dan Tahta Indera Halilintar yang tidak ada hentinya memberikan semangat dan doa kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Keluarga Besarku Keluarga Subarin dan Agus Sutciptjo terima kasih dukungan dan kasih sayang yang tanpa henti.
14. Sahabat-sahabatku Akhbar Hutagalung, Putu Aditya, Dhianty Karina, Vera Ayu, Ginariza, Via Marina, Anindha Virgha, Kuni Nashiatun, Kartika Sandra, Sinta Oktavina, Ajeng Istiqomah, Para Pria Kontrakan Mentari, Geng Rewo yang telah memberikan semangat, tawa, canda dan berbagi

pengalaman hidup selama ini. *Guys, Thanks for always there for me, now I know what friends are for.*

15. Seluruh teman-teman seperjuanganku Fakultas Hukum 2011, terima kasih atas segalanya. Semoga ke depannya kita semua bisa menjadi orang-orang yang sukses dan berguna bagi bangsa dan negara kita.
16. Keluarga besar *Private and Comercial Law Community* yang sudah menjadikanku bagian kecil dari keluarga di Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
17. Semua pihak yang telah membantu dengan sukarela yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut limpahkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan, wawasan yang semakin luas bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warohmatulloohi Wabarokatuh

Semarang, 4 September 2015

Peneliti


Sekar Hayu Ediningtyas

ABSTRAK

Ediningtyas, Sekar Hayu. 2015. *Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di Pasar Johar Semarang)*. Skripsi Bagian Hukum Perdata-Dagang, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Waspiah, S.H.,M.H

Kata Kunci: Merek Dagang, Pemalsuan, Perlindungan Hukum

Merek terkenal asing dipalsukan karena nilai ekonomisnya yang tinggi. Pemalsuan terhadap barang bermerek terkenal asing mencederai pemerintah dari sektor ekonomi (pajak) juga merugikan pemilik merek karena berkurangnya pangsa pasar, banyaknya peminat pada barang bermerek palsu terletak pada harga yang lebih murah dibandingkan harga asli.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang terkenal asing di Indonesia yang berada di pasar johan Semarang? (2) Apa faktor penghambat pelaksanaan perlindungan hukum merek dagang terkenal asing di pasar johan Semarang? Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perlindungan hukum dan faktor penghambat perlindungan merek terkenal asing terhadap pemalsuan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian yuridis sosiologis. Data primer diperoleh langsung dari wawancara dan data sekunder diperoleh bahan pustaka yang terkait.

Hasil penelitian menunjukkan perlindungan hukum merek terkenal asing di Kota Semarang sudah berlaku efektif karena tidak ada aduan dari pemegang merek. Indonesia meratifikasi *TRIP's* sehingga *National Treatment* dan *Diplomatic Protection* melindungi merek terkenal asing sesuai Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek tanpa diskriminasi. Faktor penghambat perlindungan hukum Merek Terkenal Asing di pasar johan adalah hukum dan Undang-Undang/ substansi, penegak hukum yang kurang optimal, sarana dan fasilitas yang kurang menjang, lemahnya kesadaran hukum masyarakat, dan faktor ekonomi.

Simpulannya adalah peredaran barang bermerek terkenal asing palsu disebabkan oleh kurang optimalnya pengawasan dan rapuhnya penegakan hukum serta kesadaran pemegang merek dalam kasus pemalsuan merek terkenal asing, perlindungan hukum sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku meskipun terdapat beberapa hambatan yang seringkali terjadi, sehingga saran untuk pemerintah perlunya pengawasan dan penegakan hukum yang konkrit serta pemerintah sebaiknya memiliki peraturan khusus mengenai merek terkenal asing dan kerjasama dengan pemegang merek serta masyarakat dihimbau untuk menggunakan merek dalam negeri dan menjadi konsumen cerdas.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan	13

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Perlindungan Hukum	15
2.2 Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual	15
2.3 Tinjauan Umum Tentang Merek	19
2.3.1 Istilah dan Pengertian Merek	19
2.3.2 Jenis Merek	22
2.3.3 Fungsi Merek	24
2.3.4 Prosedur Permohonan Merek	24
2.3.5 Pengalihan Merek	34
2.3.6 Pelanggaran Merek	38
2.3.7 Penyelesaian Sengketa dan Sanksi Terhadap Pelanggaran Merek	42
2.4 Tinjauan Umum Tentang Merek Terkenal Asing.....	44
2.5 Barang Palsu	48
2.6 Praktek Pemalsuan Merek Dagang	51
2.7 Pasar Johar Semarang	51
BAB 3 METODE PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Pendekatan Penelitian	56
3.3 Lokasi Penelitian	57
3.5 Sumber Data Penelitian	57
3.5.1 Sumber Data Primer	56
3.5.2 Sumber Data Sekunder	58

3.5.3 Sumber Data Tersier	60
3.6 Teknik Pengumpulan Data	60
3.6.1 Sampel Penelitian	60
3.6.2 Teknik Wawancara	61
3.6.3 Pengamatan (Observasi)	62
3.6.4 Studi Pustaka	62
3.7 Validitas Data	62
3.8 Analisis Data.....	62
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil Penelitian	64
4.1.1 Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Pasar Johar Semarang	64
4.1.2 Hambatan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Dagang Terkenal Asing Di Pasar Johar Semarang	70
4.2 Pembahasan	76
4.2.1 Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Pasar Johar Semarang	76
4.2.2 Hambatan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Dagang Terkenal Asing Di Pasar Johar Semarang	86
BAB 5 PENUTUP	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Saran	99

DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	103

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Prosedur Permohonan Merek	29
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Kelas Barang dan Jasa
- Lampiran 2 : Formulir Usulan Topik Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Usulan Pembimbing
- Lampiran 4 : Surat Keputusan Tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian Kepala Badan Kesatuan dan Politik Kota Semarang
- Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian Dinas Perindustrian dan Perdagangan
- Lampiran 7 : Surat Ijin Kantor Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah
- Lampiran 8 : Surat Rekomendasi Penelitian Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
- Lampiran 9 : Instrumen Wawancara Dinas Perindustrian dan Perdagangan
- Lampiran 10 : Instrumen Wawancara Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah
- Lampiran 11 : Instrumen Responden Pedagang
- Lampiran 12 : Instrumen Responden Pembeli
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Hasil Penelitian Dinas Perindustrian dan Perdagangan
- Lampiran 14 : Surat Keterangan Hasil Penelitian Kantor Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah
- Lampiran 15 : Persyaratan Pendaftaran Merek dan Perpanjangan Merek
- Lampiran 16 : Form Permintaan Pendaftaran Merek
- Lampiran 17 : Form Permintaan Perpanjangan Pendaftaran Merek
- Lampiran 18 : Form Permohonan Pencatatan Perubahan/ Pembedulan Alamat Merek Terdaftar
- Lampiran 19 : Form Surat Pernyataan Pendaftaran Merek

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia bersama kesembilan negara *ASEAN* pada tahun 2015 telah menyepakati perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau *ASEAN Economic Community* (AEC) yang dalam pergerakan barang, modal, jasa, investasi dan orang yang telah disepakati akan bebas keluar masuk di antara negara anggota *ASEAN* dengan tanpa hambatan baik secara tarif maupun nontarif. Indonesia yang berada pada arus perdagangan global dituntut siap dan berani bersaing dengan produk lain menghadapi tantangan sekaligus peluang. Peluang karena produk-produk dalam negeri akan mendapat pasar di kawasan *ASEAN* dengan populasi *ASEAN* mencapai 617,68 juta jiwa dengan pendapatan domestik bruto 2,1 triliun dolar AS, jumlah itu menunjukkan potensi besar *ASEAN* untuk digarap oleh investor namun MEA juga menjadi tantangan karena jika Indonesia tidak siap dengan MEA maka produk dari negara *ASEAN* akan menyerbu Indonesia (Majalah Inovasi edisi 02 Tahun 2014).

Semakin berkembangnya perdagangan antar negara ditandai dengan membaiknya sarana transportasi yang berakibat pemasaran barang menjadi luas dan menyebabkan pemasaran dari suatu produk melewati batas-batas negara, maka untuk menjamin perlindungan hukum terhadap merek dagang secara Internasional maka pada tahun 1883 di Paris, London, Stocholm dibentuk perjanjian *TRIP's* (*Trade Relation Aspects o Intellectual Property Right*) dan pada

tahun 1994 Indonesia menandatangani Pembentukan *World Trade Organisation* (*WTO*) sebagai konsekuensi keikutsertaan pemerintah dalam putaran Uruguay (1986-1993) dan sebagai negara peserta dalam penandatanganan persetujuan tersebut (Astarini,2009:22).

Perkembangan perekonomian sudah semakin pesat karena hubungan antar bangsa yang menjadi saling tergantung dan perdagangan yang tidak terikat pada batas-batas negara dan para pemilik merek barang dan jasa saling memperoleh akses yang seluas-luasnya ke pasar Internasional. Indonesia yang masuk dalam *General Agreement on Tarif and Trade* (*GATT*) yang bermaksud untuk meluaskan peluang pasar Internasional maka perkembangan ekonomi Indonesia yang menganut sistem ekonomi terbuka yang berpengaruh terhadap semakin berkembangnya pemanfaatan merek asing di Indonesia. Dalam mengkonsumsi produk masyarakat lebih mengutamakan produk-produk dengan merek asing terkenal dibandingkan merek lokal demi meningkatkan *prestise* di lingkungan sekitarnya maka melihat peluang besar ini industri atau pengusaha di Indonesia memanfaatkan situasi ini dengan memalsukan merek-merek terkenal demi mendapatkan keuntungan pribadi, dan daya beli masyarakat Indonesia yang rendah menyebabkan mereka lebih memilih barang yang harganya jauh lebih murah walaupun mereka tahu bahwa merek pada barang dan kualitasnya tidak sebaik harga yang lebih mahal.

Pada penelitian terdahulu oleh peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Kuntum Suryani Sitorus, Fakultas Hukum Universitas Hasanudin 2014, dengan judul “Efektivitas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek

Terhadap Perdagangan Barang-Barang Bermerek Palsu Di Kota Makassar”. Sumber data dalam penelitian ini melalui kepustakaan. Dari penelitian yang peneliti baca, penelitian tersebut hanya untuk mengetahui efektivitas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek serta Upaya yang dilakukan pihak terkait untuk menurunkan angka perdagangan barang bermerek palsu di Kota Makassar maka dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti perlindungan hukum merek dagang terkenal asing terhadap peniruan merek dagang yang beredar di Kota Semarang khususnya yang ada di pasar Johar Semarang serta faktor penghambat pelaksanaan perlindungan hukum dan upaya pihak terkait untuk penanganan pemberantasan barang-barang palsu yang beredar. Dimana perlindungan merek terkenal yang didaftarkan di Indonesia tidak akan berbeda dengan perlindungan merek pada umumnya, berbeda dengan merek terkenal asing yang harus tetap dilindungi meskipun tidak didaftarkan di Indonesia dan hanya didaftarkan di negara asal sehingga merek terkenal asing tampak adanya aspek transnasional atau internasional dalam perlindungan hukumnya

Hak Kekayaan Intelektual yang merupakan hasil pemikiran dan kecerdasan manusia yang dapat berbentuk penemuan, desain, seni, karya tulis atau penerapan praktis suatu ide. Penciptaan Hak Kekayaan Intelektual membutuhkan waktu, bakat, dan uang maka apabila tidak ada perlindungan atas kreativitas intelektual yang dibuat, tiap orang dapat meniru dan mengopi secara bebas hak milik orang lain tanpa batas yang mengakibatkan tidak adanya insentif bagi penemu untuk mengembangkan kreasi-kreasi baru (Astarini,2009:2).

Kemajuan teknologi informasi dan transportasi yang sangat pesat, juga mendorong globalisasi Hak Kekayaan Intelektual. Barang atau jasa yang dalam proses produksinya telah menggunakan Hak Kekayaan Intelektual, dengan demikian juga telah menghadirkan Hak Kekayaan Intelektual pada saat yang sama ketika barang atau jasa yang bersangkutan dipasarkan. Kebutuhan untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual dengan demikian juga tumbuh bersamaan dengan kebutuhan untuk melindungi barang komoditi dagang.

Merek mempunyai peranan dalam suatu produk selain untuk memperkenalkan produk dari suatu perusahaan produk karena merek berfungsi sebagai daya pembeda (*distinctiveness*) suatu barang dan/ atau jasa yang mempunyai kriteria dalam kelas barang dan/ atau jasa sejenis yang diproduksi suatu perusahaan yang berbeda. Kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh mutu yang dihasilkan suatu perusahaan. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, dan seringkali merek-lah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut (Damian,2003:131).

.Merek terkenal asing sering dipalsukan (atau minimal pelaku usaha sering membonceng ketenaran dari merek terkenal tersebut) karena nilai ekonomisnya yang sangat tinggi. Akibatnya pemilik merek yang sah atas merek terkenal dirugikan kepentingannya dengan berkurangnya pangsa pasar, pudarnya *goodwill* atau reputasi merek yang telah dibangun dengan susah payah dan biaya tidak

sedikit. Namun, tidak hanya kepentingan pemilik merek terkenal saja yang dirugikan, konsumen juga dirugikan karena membeli produk yang tidak sesuai dengan ekspektasinya sebagai timbal balik dari pembayaran yang sudah dilakukan (Kurnia,2011:99).

Sektor perdagangan dunia, Indonesia sering diserbu barang palsu merek ternama karena Indonesia dipandang sebagai pasar potensial yang menjadi target utama yang dituju karena masyarakat Indonesia yang cenderung berorientasi pada pemakaian produk-produk luar negeri (*label minded*) dan tingkat konsumtif akan gaya hidup yang tinggi dalam penggunaan merek terkenal yang dapat menunjang dan menentukan status sosial dalam pergaulan, merek merupakan gengsi bagi kalangan tertentu karena gengsi seseorang terletak pada barang yang dipakai atau jasa yang digunakan, semakin terkenal merek yang digunakan semakin tinggi pula status sosial, apalagi merek itu terkenal yang merupakan produk asli yang sulit didapat dan dijangkau oleh kebanyakan orang dapat menjadi kebanggaan tersendiri. Penggunaan merek terkenal ini biasanya dengan alasan demi kualitas, bonafiditas, atau investasi. Tingkat konsumtif yang besar inilah yang menuntut industri lain untuk memanfaatkan merek-merek terkenal untuk mendapatkan keuntungan lebih, semakin besarnya permintaan merek-merek terkenal maka semakin besar pula produksi dan peredaran merek-merek terkenal palsu yang beredar. Produk-produk tersebut dipasarkan ke seluruh dunia termasuk di Indonesia.

Peredaran barang palsu, imitasi, kualitas (selanjutnya disebut KW) atau bermutu rendah tidak lepas dari beragam merek produk yang ditawarkan oleh

produsen kepada konsumen menjadikan konsumen memiliki berbagai macam pilihan tergantung daya beli atau kemampuan konsumen. Banyaknya permintaan konsumen dari kalangan menengah kebawah yang tidak mau ketinggalan *trend* dan menginginkan memiliki produk-produk ternama atau terkenal namun harganya terjangkau demi menunjang gaya hidup. Tidak jarang para pembelinya datang dari golongan menengah ke atas bahkan kalangan sosialita.

Maraknya peredaran barang palsu di pasar kian meresahkan banyak pihak, selain merugikan pemerintah (pajak), investor atau pemegang merek, keberadaan barang palsu juga merugikan pelaku sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen, sebagai pengguna meskipun mereka secara langsung dapat membedakan merek terkenal dengan merek terkenal palsu tetapi mereka menghiraukan demi menunjang gaya hidup, keadaan seperti inilah yang perlu diperhatikan pemerintah agar pemegang merek terkenal/ investor mendapat jaminan perlindungan hukum terhadap berkembangnya merek-merek terkenal palsu dalam skala besar. Tindakan pemanfaatan merek akan mengurangi kepercayaan pihak asing atau investor terhadap jaminan perlindungan merek yang mereka miliki, akibatnya muncul ketidakpercayaan dunia Internasional terhadap perlindungan hak atas merek yang diberikan oleh pemerintah Indonesia dalam hal hubungan dagang selain itu kerugian juga dialami dari sisi pekerja, secara nasional industri di dalam negeri berpotensi mengalami potensi kehilangan Rp 3 triliun per tahun, yang seharusnya dapat digunakan untuk membayar upah tenaga kerja atau buruh yang bekerja pada produsen barang asli akibat maraknya peredaran barang palsu. Merinci, dari Rp 3 triliun tersebut, potensi kehilangan

upah ini terutama mengancam buruh yang bekerja di sektor industri pakaian dan barang dari kulit sebesar Rp 2,32 triliun, industri makanan dan minuman sebesar Rp 620,2 miliar, industri farmasi dan kosmetika sebesar Rp 268,4 miliar serta industri software dan tinta printer sebesar Rp 186,3 miliar (<http://ipnews.acaciapat.com/> diakses 17 Oktober 2014,13:10).

Banyaknya peredaran palsu di pasar domestik disebabkan oleh kurang optimalnya pengawasan dan rapuhnya penegakan hukum. Maraknya peredaran barang palsu ditengarai adanya dugaan permainan dalam penegakan hukum sehingga dengan mudahnya barang tersebut beredar di masyarakat. Pemerintah dalam mengawasi produk bajakan harus melihat dalam sisi penegakan hukumnya sehingga pelaku barang bajakan dapat ditindak tegas. Kurang optimalnya pengawasan aparat negara terhadap peredaran barang di pasaran tidak hanya mencederai persaingan usaha dan melukai hak konsumen, barang-barang palsu yang umumnya berasal dari dalam negeri sendiri maupun dari luar negeri akan berdampak negatif bagi pendapatan negara (<http://neraca.co.id>, 17 Oktober 2014:13:32).

Terhadap persoalan hukum seperti pemanfaatan merek, peniruan merek, pemalsuan merek dan pembajakan merek dapat diterapkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek dan juga ketentuan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu :

“Tiap perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada orang lain mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut”.

Di Indonesia kasus-kasus pelanggaran merek terkenal yang terjadi di Indonesia dapat dijumpai dari pedagang kaki lima di sepanjang trotoar, pusat-pusat perbelanjaan sampai pusat-pusat pertokoan yang berada di mal-mal mewah yang memajang barang-barang dagangnya di etalase yang indah (Marwiyah,2010:44).

Kasus yang akan diangkat dalam skripsi ini adalah Fenomena yang sedang terjadi di pasar johan Semarang terkait banyak beredar barang bermerek terkenal asing (*luxrury good*) tetapi barang yang beredar adalah barang bermerek terkenal asing palsu seperti baju (Zara, Hermes, Polo), tas (Channel, Furla, Gucci,Louis Vuitton, Zara), sandal/ sepatu (Nike, Adidas, Converse), jam tangan (Nike,G-Shock, Rolex, Alba,Rip Curl), celana (Wrangler, Hermes), jaket (Adidas, Nike) dan berbagai aksesoris lainnya yang banyak beredar di pasar johan Semarang. Banyaknya peminat pada produk bermerek palsu memang terletak pada harganya yang jauh lebih murah berkisar Rp. 50.000 - Rp. 350.000 dibandingkan dengan harga aslinya yakni yang berkisar Rp. 4.000.000–Rp. 20.000.000 dari setiap penjualan ini pedagang mendapat keuntungan sekitar 50 persen dari modal yang dikeluarkan.

Pasar johan menyediakan barang-barang bermerek asing palsu dengan berbagai macam pilihan merek, model barang dan harga murah yang menarik banyak peminat dari kalangan menengah kebawah, peredaran barang palsu dianggap dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat tanpa menghiraukan kualitas barang. Jumlah permintaan yang terus bertambah mengakibatkan akan

bertambahnya penjualan produk merek terkenal palsu dan semakin membuat resah pemegang merek.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut dapat dikatakan bahwa masih banyak celah untuk melakukan pelanggaran merek di Indonesia terutama di Kota Semarang khususnya di pasar Johar Semarang, maka dari itu perlu diadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah perlindungan hukum terutama merek terkenal asing dengan harapan jika diketahui faktor-faktor penyebab pelanggaran merek akan dilakukan tindakan-tindakan preventif untuk mencegah pelanggaran sejenis di masa yang akan datang. Untuk itu penulis menuangkan tulisan ini dalam bentuk skripsi dengan judul : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK DAGANG TERKENAL ASING DI INDONESIA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK (STUDI DI PASAR JOHAR SEMARANG)**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha dalam melakukan jual-beli barang-barang palsu yang dapat dikenai sanksi;
2. Praktek perdagangan barang atau jasa dijumpai adanya celah untuk melakukan pelanggaran;

3. Maraknya peredaran barang palsu selain merugikan pemerintah (pajak), investor atau pemegang merek, dan pelaku sektor industri termasuk para pekerja dan konsumen;
4. Indonesia dipandang sebagai pasar potensial yang menjadi target utama karena cenderung berorientasi pada pemakaian produk-produk luar negeri;
5. Banyaknya peredaran palsu disebabkan oleh kelemahan dalam pengawasan dan rapuhnya penegakan hukum;
6. Tidak adanya tindakan khusus dari pemerintah dalam melindungi hak-hak pemegang merek;
7. Aturan yang berlaku mengenai perlindungan merek di Indonesia yaitu perjanjian *TRIP's (Trade Relation Aspects of Intellectual Property Right)* dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas masalah yang muncul sangatlah kompleks sehingga perlu dibatasi. Pembatasan masalah ini bertujuan agar pembahasan masalah tidak terlalu luas. Penulis membatasi masalah yang akan menjadi bahan penelitian yaitu:

1. Penggunaan merek dagang yang dilakukan pihak bukan pemegang hak merupakan pelanggaran produksi maupun dipasarkan karena tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

2. Peredaran barang bermerek palsu yang ada di Kota Semarang merugikan pemerintah, investor, konsumen maupun pemegang hak dari upaya pemalsuan barang terkenal asing yang beredar di masyarakat;
3. Masalah keaktifan pemegang hak merek untuk menegakan perlindungan hukum dari peredaran merek dagang palsu;
4. Perlu pengawasan dan penegakan hukum yang konkrit oleh pihak terkait untuk melakukan pembinaan hukum merek di Kota Semarang untuk menekan angka pelanggaran merek terhadap perdagangan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang terurai tersebut di atas maka penulis menarik beberapa permasalahan di dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang terkenal asing di Indonesia yang berada di pasar johan Semarang ?
2. Apa faktor penghambat pelaksanaan perlindungan merek terhadap pemalsuan merek dagang terkenal asing di pasar johan Semarang ?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang diidentifikasi di atas maka penulisan ini bertujuan untuk :

1.5.1 Tujuan Umum

Mengetahui sejauh mana perlindungan hukum merek terkenal asing yang diberikan Indonesia terhadap pemalsuan merek berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

1.5.2 Tujuan Khusus

Mengetahui faktor penghambat pelaksanaan hukum atas merek terkenal dagang terkenal asing di pasar johan Kota Semarang.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan baik secara teoritis maupun praktis dan diharapkan dapat memberikan tambahan kontribusi bagi pokok-pokok kepentingan baik untuk kepentingan praktek maupun teoritis antara lain sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen dalam peredaran barang-barang palsu.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dalam pelaksanaan perlindungan merek bagi pemegang merek.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam upaya pencegahan pelanggaran yang akan datang.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan membuat pelaku usaha dan konsumen sadar hukum dalam transaksi jual beli ilegal barang-barang palsu.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran agar pemerintah dan pihak terkait lebih melindungi hak-hak para pemegang merek.

1.7 Sistematika Penelitian Skripsi

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami tugas akhir serta memberikan gambaran yang menyeluruh secara garis besar, sistematika tugas akhir sebagai berikut:

1.7.1 Bagian Awal Skripsi

Bagian Awal Skripsi ini terdiri dari sampul, lembar berlogo yang merupakan pembatas antara sampul dan lembar judul, judul, persetujuan pembimbing, pengesahan kelulusan, pernyataan, halaman pernyataan persetujuan publikasi tugas akhir untuk kepentingan akademis, motto dan persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar lampiran.

1.7.2 Bagian Pokok Skripsi

Bagian pokok skripsi mengandung 5 (lima) bab yaitu, pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan serta penutup.

1.7.2.1 BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

1.7.2.2. BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai landasan teori yang mendasari penulisan ini adalah mengenai tinjauan umum tentang Hak Kekayaan Intelektual, tinjauan umum mengenai merek, dan perlindungan hukum merek terkenal asing, faktor penghambat pelaksanaan perlindungan hukum, dan penanganan pemberantasan barang palsu oleh pihak terkait.

1.7.2.3. BAB 3 : METODE PENELITIAN

Berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, serta analisis data.

1.7.2.4. BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang memuat tentang perlindungan hukum merek dagang terkenal asing, faktor penghambat dalam pelaksanaan perlindungan hukum dan bagaimana penanganan pemberantasan barang palsu oleh pihak-pihak terkait.

1.7.2.5. BAB 5 : PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dari pembahasan yang diuraikan di atas serta saran.

I.7.3 Bagian akhir Skripsi

Bagian akhir dari skripsi ini sudah berisi tentang daftar pustaka dan lampiran. Isi dari daftar pustaka merupakan keterangan sumber literatur yang digunakan dalam penyusunan skripsi. Lampiran dipakai untuk mendapatkan data dan keterangan yang melengkapi uraian skripsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian (<http://artikata.com>, diakses 26 Januari 2014, 21:16).

Penegakan hukum berfungsi sebagai perlindungan bagi manusia, untuk itu hukum harus dilaksanakan. Pelaksanaan hukum dapat berlangsung secara normal dan damai tetapi juga dapat terjadi pelanggaran hukum. Maka hukum yang harus dilanggar harus ditegakan (Mertokusumo,1993:145).

Menurut Mochtar Kusumaatmadja hukum yang memadai adalah:

“Harus tidak hanya memandang hukum itu sebagai suatu perangkat kaidah dan asas-asas yang mengatur kehidupan manusia dalam masyarakat, tapi harus pula mencakup lembaga dan proses yang diperlukan untuk mewujudkan hukum itu dalam masyarakat.”

2.2 Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual

Menurut Mahadi dalam bukunya (Saidin,2004:9) Hak Kekayaan Intelektual adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak, hasil kerja rasio. Hasil dari pekerjaan rasio manusia yang menalar. Hasil kerja dari Hak Kekayaan Intelektual berupa benda immateril atau benda tidak berwujud (*intangible assets*). Hak milik immateril termasuk ke dalam hak-hak

yang disebut Pasal 499 KUH Perdata yang juga dapat menjadi objek dari suatu hak benda. Hak benda adalah hak absolut atas sesuatu benda berwujud, tetapi ada pula hak absolut yang objeknya bukan benda berwujud itulah yang disebut dengan Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*). Mahadi dalam buku (Saidin,2004:12).

Terdapat hak eksklusif pada Hak Kekayaan Intelektual, yaitu hak yang hanya dimiliki oleh pemilik Hak Kekayaan Intelektual dan tidak seorangpun berhak menikmatinya tanpa izin pemiliknya. Hak eksklusif meliputi hak ekonomi dan hak moral. Hak ekonomi adalah hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas Hak Kekayaan Intelektual yang dimilikinya, sedangkan hak moral adalah hak yang melekat pada pemilik Hak Kekayaan Intelektual berupa hak atas keutuhan karyanya serta hak namanya tetap dicantumkan sebagai pencipta Hak Kekayaan Intelektual. Perbedaan antara kedua hak tersebut adalah dalam hal pengalihannya. Hak ekonomi dapat dialihkan kepada pihak lain, sedangkan hak moral tidak dapat dialihkan kepada pihak lain.

Hak Kekayaan Intelektual perlu dilindungi. Menurut Robert C. Sherwood yang dikutip oleh Ranti Fauza Mayana dalam buku *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas* terdapat lima teori dasar perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yaitu:

1. *Reward Theory*

Reward Theory memiliki makna yang sangat mendalam, yaitu pengakuan terhadap karya intelektual yang telah dihasilkan oleh penemu/ pencipta/ pendesain sehingga ia harus diberi penghargaan

sebagai imbalan atas upaya kreatifnya dalam menemukan/menciptakan karya intelektualnya.

2. *Recovery Theory*

Dinyatakan bahwa penemu/ pencipta/ pendesain yang telah mengeluarkan waktu, biaya, serta tenaga untuk menghasilkan karya intelektualnya harus memperoleh kembali apa yang telah dikeluarkannya.

3. *Incentive Theory*

Teori ini, mengaitkan antara pengembangan kreativitas dengan memberikan insentif kepada para penemu/ pencipta/ pendesain. Berdasarkan teori ini, insentif perlu diberikan untuk mengupayakan terpacunya kegiatan- kegiatan penelitian yang berguna.

4. *Risk Theory*

Dinyatakan bahwa karya mengandung resiko, Hak Kekayaan Intelektual yang merupakan hasil penelitian mengandung resiko yang memungkinkan orang lain yang terlebih dahulu menemukan cara tersebut atau memperbaikinya. Dengan demikian adalah wajar memberikan bentuk perlindungan hukum terhadap upaya atau kegiatan yang mengandung resiko tersebut.

5. *Economic Growth Stimulus Theory*

Diakuinya bahwa perlindungan atas Hak Kekayaan Intelektual merupakan alat pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi

adalah keseluruhan tujuan dibangunnya sistem perlindungan atau Hak Kekayaan Intelektual yang efektif. (Sudaryat,2010:19)

Pengelompokan Hak Kekayaan Intelektual dikategorikan sebagai berikut:

1. Hak Cipta (*Copy Rights*)
2. Hak Milik Perindustrian (*Industrial Property Rights*)

Berdasarkan *Convention Establishing The World Intellectual Property Organization* Hak Kekayaan Perindustrian diklasifikasikan menjadi:

6. Paten (*Patent*)
7. Paten Sederhana (*Simple Patent*) atau Model dan Rancang Bangun (*Utility Models*).
8. Industrial Design (*Industrial Design*)
9. Merek Dagang (*Trade Mark*)
10. Nama Dagang atau Nama Niaga (*Trade Mark*)
11. Sumber tanda atau sebutan asal (*Indication of Source or Appellation of Origin*)

Berdasarkan para pakar yang menganut Anglo Saxon masih ditambah beberapa bidang, yaitu:

12. *Trade Names or Commercial Names*
13. *Appellations of Origin*
14. *Indications of Origin*
15. *Unfair Competition Protection*

Berdasarkan kerangka *WTO/ TRIP's* ada dua bidang lagi yang ditambahkan, yaitu:

16. Perlindungan Varietas Baru Tanaman (*New Varieties of Plants Protection*)
17. Rangkaian Elektronika Terpadu (*Integrated Circuit*).

2.3 Tinjauan Umum Tentang Merek

2.3.1 Istilah dan Pengertian Merek

Secara yuridis pengertian merek tercantum dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang berbunyi:

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

Suatu merek bagi produsen barang atau jasa sangat penting, karena berfungsi untuk membedakan antara barang atau jasa satu dengan yang lainnya serta berfungsi sebagai tanda untuk membedakan asal-usul, citra reputasi maupun bonafiditas diantara perusahaan yang satu dengan yang lainnya yang sejenis. Bagi konsumen dengan makin beragamnya barang dan jasa yang berada dipasaran melalui merek dapat diketahui kualitas dan asal-usul dari barang tersebut.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, hak atas merek adalah :

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

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek menganut sistem perlindungan merek konstitutif yang artinya Undang-Undang ini memberi perlindungan kepada pendaftar pertama, bukan pada pemakai pertama.

Merek memberikan fungsi untuk membedakan suatu produk dengan produk lain dengan memberikan tanda, seperti yang didefinisikan pada Pasal 1 Undang-Undang Merek (Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001). Tanda tersebut harus memiliki daya pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa. Dalam prakteknya merek digunakan untuk membangun loyalitas konsumen.

Unsur-Unsur Merek yaitu :

1. Gambar

Gambar yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, gambar yang tidak boleh terlalu rumit seperti benang kusut dan tidak boleh terlalu sederhana seperti titik, sehingga gambar dapat melambangkan kekhususan tertentu dalam bentuk lencana atau logo, dan secara visual langsung memancarkan identitas yang erat kaitannya daya pembeda.

2. Nama

Nama yang sangat umum yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek karena akan mengaburkan identitas khusus seseorang dan membuat bingung masyarakat, dalam Pasal 6 ayat 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 disebutkan bahwa pendaftaran merek akan ditolak apabila merupakan atau menyerupai nama orang terkenal.

3. Kata

Kata dapat dijadikan sebagai merek jika mempunyai kekhususan yang memberikan kekuatan daya pembeda dari merek lain yang meliputi berbagai bentuk, yaitu:

- a. Dapat merupakan kata dari bahasa asing, bahasa Indonesia dan bahasa daerah;
- b. Dapat berupa kata sifat, kata kerja dan kata benda;
- c. Dapat merupakan kata yang berasal dari istilah bidang tertentu, seperti budaya, pendidikan, kesehatan, teknik, olah raga, seni dan sebagainya;
- d. Bisa merupakan satu kata saja atau lebih dari satu kata, dua atau beberapa kata. Semua kata umum dapat dijadikan sebagai merek, asalkan bersifat eksklusif dan memiliki daya pembeda.

4. Huruf

Sepanjang tidak rumit dan tidak sederhana. Huruf juga harus memiliki daya pembeda yang untuk dapat didaftarkan sebagai merek.

5. Angka

Jika hanya terdiri dari satu angka tidak diperbolehkan, angka harus dibuat sedemikian rupa hingga memiliki daya pembeda.

6. Susunan Warna

Merek yang terdiri lebih dari satu unsur warna tanpa kombinasi unsur gambar, lukisan geometris, diagonal atau lingkaran, atau gambar dalam bentuk apa saja.

7. Merek Kombinasi

Merek yang terdiri dari gabungan unsur-unsur yang merupakan kombinasi dari dua, tiga atau seluruh unsur.

2.3.2 Jenis Merek

Undang-undang Merek Tahun 2001 mengatur tentang jenis-jenis merek, yaitu tercantum di Pasal 1 butir 2 dan 3 Undang-Undang Merek Tahun 2001 yaitu merek dagang dan merek jasa, yaitu :

1. Merek Dagang (*Trade Mark*) adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya
2. Merek Jasa (*Service Mark*) adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenisnya.

Khusus untuk merek kolektif (*Collective Mark*) tidak dapat dikatakan sebagai jenis merek yang baru karena terdiri dari merek dagang dan jasa, hanya saja pemakaiannya digunakan secara kolektif (Saidin, 2004:346), sedangkan merek kolektif menurut Pasal 1 butir 4 adalah:

“Merek yang digunakan pada barang dan/ atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang

atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/ atau jasa sejenis lainnya.”

Terdapat perbedaan kemasyuran suatu merek yang membedakan pula tingkat derajat kemasyuran yang dimiliki oleh berbagai merek. Ada 3 (tiga) jenis yang dikenal oleh masyarakat, yaitu:

1. Merek Biasa

Merek biasa atau *normal mark* yang tergolong kepada merek biasa adalah merek yang tidak memiliki reputasi tinggi dan jangkauan pemasarannya sangat sempit dan terbatas pada lokal. Merek normal tidak menjadi incaran pedagang ataupun pengusaha untuk ditiru atau dipalsukan karena permintaan yang rendah. Merek biasa bukan disebabkan oleh faktor kualitas yang rendah tetapi kemungkinan merek normal tidak memiliki dana yang memadai sehingga menyebabkan pengenalan masyarakat kurang.

2. Merek Terkenal

Merek terkenal atau *well known mark*. Merek terkenal memiliki reputasi tinggi karena lambangnya memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan pengetahuan masyarakat mengenai suatu merek di dalam maupun di luar negeri.

3. Merek Termasyhur

Sedemikian rupa terkenalnya suatu merek sehingga dikategorikan sebagai *famous mark*. *Famous mark* dan *well known mark* pada

umumnya susah dibedakan namun *famous mark* pemasarannya hampir seluruh dunia dengan reputasi internasional, produksinya hanya untuk golongan tertentu saja dengan harga yang sangat mahal.

2.3.3 Fungsi Merek

Menurut P.D.D. Dermawan fungsi merek ada tiga, yaitu:

1. Fungsi Indikator Sumber, artinya merek berfungsi untuk menunjukkan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional;
2. Fungsi Indikator Kualitas, artinya merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi;
3. Fungsi Sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut (Harahap,1996:44-45).

2.3.4 Prosedur Pendaftaran Merek

Syarat mutlak suatu merek agar dipenuhi adalah bahwa merek itu harus mempunyai daya pembeda (*distinctiveness*) yang cukup. Dengan kata lain tanda yang dipakai haruslah sedemikian rupa, sehingga mempunyai kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi sesuatu perusahaan atau barang perniagaan (perdagangan) atau jasa dari produksi seseorang dengan barang-barang atau jasa yang diproduksi oleh orang lain, karena adanya merek itu barang-barang atau jasa yang diproduksi menjadi dapat dibedakan (Saidin,2004:348).

Menurut Pasal 5 Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek tidak dapat dijadikan suatu merek atau yang tidak dapat didaftarkan sebagai suatu merek apabila mengandung salah satu unsur dibawah ini:

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

Pihak- pihak yang dapat mengajukan permohonan pendaftaran merek yaitu:

1. Orang/ Perorangan
2. Perkumpulan
3. Badan Hukum (CV, Firma, Perseroan)

Menurut Suryodiningrat (1984:10), di seluruh dunia terdapat empat macam sistem pendaftaran merek.

1. Pendaftaran Tanpa Pemeriksaan Merek Terlebih Dahulu, menurut sistem ini merek yang dimohonkan pendaftarannya segera didaftarkan asal syarat-syarat permohonan telah dipenuhi.
2. Pendaftaran dengan Pemeriksaan Merek Terlebih Dahulu
Merek yang didaftarkan terlebih dahulu diumumkan dalam *trade journal* atau kantor pendaftaran merek untuk jangka waktu tertentu. Tujuannya adalah memberikan kesempatan pada pihak ketiga untuk mengajukan keberatan.

3. Pendaftaran dengan Pengumuman Sementara
4. Pendaftaran dengan Pemberitaan Terlebih Dahulu tentang adanya Merek lain terdaftar yang ada persamaannya.

Pendaftaran merek dikenal dua sistem pendaftaran yaitu:

1. Stesel Deklaratif (*Passive Stesel*)

Pendaftaran bukanlah untuk menerbitkan hak, melainkan hanya memberikan dugaan, sangkaan hukum (*rechtsvermoeden*), atau *presumption iuris* bahwa pihak yang mereknya terdapat adalah pihak yang berhak atas merek dan sebagai pemakai pertama merek yang didaftarkan.

2. Stesel Konstitutif (*Active Stesel* atau atributif)

Pendaftaran yang dianggap lebih penting dan menentukan kepemilikan merek. Pihak yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya yang dikenal dengan sistem *presumption of ownership*, pihak yang mendaftarkan suatu merek adalah satu-satunya pihak yang berhak atas merek tersebut dan pihak ketiga harus menghormati hak pendaftar sebagai hak mutlak (Sudaryat,2010:68).

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek Permohonan Pendaftaran Merek ada dua macam yang dapat ditempuh yaitu dengan cara biasa atau bersifat umum dan dengan hak prioritas. Permohonan pendaftaran dengan cara biasa dilakukan karena merek yang dimohon pendaftarannya belum pernah didaftarkan sama sekali. Sedangkan permohonan

pendaftaran dengan hak prioritas dilakukan karena merek yang didaftarkan di Indonesia sudah pernah didaftarkan di negara lain.

a. Dengan cara biasa

Permohonan diajukan kepada Kementerian Hukum dan HAM yang diajukan secara tertulis dengan bahasa Indonesia.

Adapun isi surat permohonan pendaftaran merek yang harus dimuat di dalamnya sesuai dengan Pasal 7 ayat 1 Undang-Undang Merek adalah:

- Tanggal, bulan dan tahun,
- Nama lengkap, kewarganegaraan dan alamat pemohon,
- Nama lengkap dan alamat kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa,
- Warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna,
- Nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.

Dengan satu permohonan untuk dua kelas barang atau jasa sesuai dengan *Trademark Law Treaty* yang telah diratifikasi dengan Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1977.

b. Dengan hak prioritas

Syarat-syarat mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan hak prioritas juga harus memenuhi syarat-syarat sebagaimana dalam pengajuan permohonan pendaftaran dengan cara biasa. Berdasarkan

Pasal 11 Undang-Undang Merek Tahun 2001 memberi syarat khusus yaitu permohonannya harus diajukan dalam waktu paling lambat 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran merek (*filling date*) yang pertama kali di negara asing dan negara tersebut merupakan anggota *Paris Convention for The Protection of Industrial Property* atau anggota *Establishing the World Trade Organization*.

Persyaratan khusus lainnya adalah permohonan pendaftaran dengan hak prioritas wajib dilengkapi dengan bukti hak prioritas yang harus diterjemahkan dalam bahasa Indonesia dalam tempo tiga bulan bila tidak dapat dipenuhi maka permohonan pendaftaran merek diproses dengan cara biasa (Supramono,2008:25-28).

Syarat-syarat permohonan pendaftaran merek dijelaskan pada Pasal 7 Undang-Undang Merek Tahun 2001. Syarat permohonan pendaftaran merek pada kantor Kementerian Hukum dan HAM antara lain; contoh merek yang akan didaftarkan (sebagai contoh, spesimen dari etiket) bersama detil warna yang akan dipakai dalam merek. Penjelasan mengenai kelas barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya dijelaskan pada Pasal 8 Undang-Undang Merek Tahun 2001 (Lindsey,2013:144).

Pemohon wajib melampirkan:

- a. surat pernyataan di atas kertas bermeterai cukup yang ditandatangani oleh pemohon (bukan kuasanya), yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan adalah miliknya;
- b. surat kuasa khusus, apabila permohonan pendaftaran diajukan melalui kuasa;
- c. salinan resmi akte pendirian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisir oleh notaris, apabila pemohon badan hukum;
- d. 24 lembar etiket merek (4 lembar dilekatkan pada formulir) yang dicetak di atas kertas;
- e. bukti prioritas asli dan terjemahannya dalam bahasa Indonesia, apabila permohonan diajukan menggunakan hak prioritas;
- f. fotokopi kartu tanda penduduk pemohon;
- g. bukti pembayaran biaya permohonan.

Menurut surat permohonan pendaftaran merek, surat permohonan pendaftaran merek akan diperiksa secara administratif untuk dinilai kelengkapan permohonan pendaftaran merek. Setelah lolos pemeriksaan administratif, dilakukan pemeriksaan substantif untuk melihat sifat pembeda atau tidak, baik pada pokoknya maupun keseluruhan, dan apakah bertentangan dengan Undang-Undang, ketertiban umum, dan/ atau kesusilaan atau tidak. Setelah selesai pemeriksaan substantif, merek akan diumumkan dalam berita resmi merek selama kurun waktu tiga bulan. Pada masa pengumuman, pihak lain dapat mengajukan keberatan tentang pendaftaran merek sehingga terhadap keberatan tersebut

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual akan melakukan pemeriksaan kembali dan jika keberatan memenuhi syarat maka pendaftaran merek akan ditolak, sedangkan bila dalam masa pengumuman pendaftaran merek tidak ada yang berkeberatan, setelah masa pengumuman terlampaui akan diterbitkan sertifikat merek. (Sudaryat,2010:70-71)

Prinsip-prinsip umum untuk menentukan daya pembeda dari sebuah merek adalah untuk membedakan daya pembeda dari sebuah merek seseorang perlu memperoleh gagasan mengenai merek yang akan digunakan untuk melakukan perdagangan barang/ jasa tersebut yang tidak cukup untuk digolongkan sebagai merek. Merek yang menggambarkan jenis, kualitas, kuantitas, maksud, nilai dan asal geografis tidak dapat didaftarkan sebagai merek.

Sebuah merek yang tidak memiliki daya pembeda secara spesifik (misalnya sebuah merek yang hanya atau semata-mata menggambarkan produknya/ *merely descriptive*) dapat didaftarkan sebagai merek jika merek tersebut telah digunakan dalam jangka waktu yang lama sehingga dianggap memiliki daya pembeda.

Akibat pemakaian sebuah merek yang terus menerus, para pelanggan dapat membedakan merek itu dengan merek lain meskipun merek tersebut tidak memiliki daya pembeda pada awal pemakaiannya. Jadi, merek-merek seperti ini dapat didaftarkan (Lindsey,2013:136-137).

Pemilik yang mendaftarkan mereknya mendapat hak atas merek yang dilindungi oleh hukum. Pasal 3 Undang-Undang Merek Tahun 2001 menyatakan bahwa:

“Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek

untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

Hak atas merek memberikan hak yang khusus kepada pemiliknya untuk menggunakannya, atau memanfaatkan merek terdaftarnya untuk barang dan jasa tertentu dalam jangka waktu tertentu pula. Hak khusus memakai merek ini berfungsi seperti sesuatu monopoli, hanya berlaku untuk barang atau jasa tertentu. Suatu merek memberi hak khusus atau hak mutlak pada yang bersangkutan, hak itu dapat dipertahankan terhadap siapapun. Tentunya hak atas merek ini hanya diberikan kepada pemilik yang beritikad baik. Pemilik merek yang beritikad buruk mereknya tidak dapat didaftar. Pemakaian merek terdaftarnya bisa untuk produk barang maupun jasa.

Hak eksklusif atau hak khusus yang telah dimiliki oleh pemilik merek membuat orang lain dilarang untuk menggunakan merek yang terdaftar untuk barang atau jasa yang sejenis, kecuali sebelumnya mendapat izin dari pemilik merek terdaftar. Pelanggaran dalam hal ini pengguna merek terdaftar tersebut dapat dituntut secara perdata maupun pidana oleh pemilik merek terdaftar.

Pasal 28 Undang-Undang Merek Tahun 2001 mengatur mengenai jangka waktu perlindungan merek terdaftar, yang menyatakan bahwa:

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

Jangka waktu perlindungan ini lebih lama dibandingkan dengan Pasal 18 Persetujuan *TRIP's* yang hanya memberikan perlindungan hukum atas merek terdaftar selama 7 (tujuh) tahun dan setelah itu dapat diperbaharui lagi. Pemilik

merek terdaftar setiap kali dapat mengajukan permohonan perpanjangan untuk jangka waktu yang sama dengan ketentuan merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana disebut dalam sertifikat merek tersebut dan barang atau jasa dimaksud masih diproduksi dan diperdagangkan.

Atas permohonan pemilik merek jangka waktu perlindungan merek jangka waktu perlindungan merek terdaftar dapat diperpanjang setiap kali untuk jangka waktu yang sama. Permohonan perpanjangan diajukan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar yang bersangkutan. Berbeda dari Undang-Undang Merek yang baru ini jangka waktu untuk mengajukan permohonan perpanjangan paling lama 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan merek tersebut sampai dengan tanggal berakhirnya perlindungan merek, hal ini dimaksud sebagai kemudahan bagi pemilik merek.

Permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar dapat pula ditolak oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual apabila permohonannya tidak memenuhi ketentuan di atas merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya.

Syarat Permohonan Perpanjangan Merek Terdaftar adalah sebagai berikut:

1. Permohonan perpanjangan pendaftaran merek diajukan dengan cara mengisi formulir yang khusus disediakan untuk itu dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap 4 (empat).
2. Pemohon wajib melampirkan:

- a. Surat pernyataan dari pemohon atau instansi terkait yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan perpanjangannya masih tetap digunakan;
- b. Surat kuasa khusus, apabila permohonan perpanjangan pendaftaran merek diajukan melalui kuasa;
- c. Salinan resmi akte pendirian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisir oleh notaris, apabila pemohon badan hukum;
- d. 24 lembar etiket merek (4 lembar dilekatkan pada formulir) yang dicetak di atas kertas;
- e. Fotokopi kartu tanda penduduk pemohon; dan
- f. Bukti pembayaran biaya permohonan.

2.3.5 Pengalihan Merek

Dalam Pasal 40 Ayat 1 menyatakan bahwa merek dapat dialihkan dengan cara-cara seperti :

1. Pewarisan;
2. Wasiat;
3. Hibah;
4. Perjanjian; atau
5. Sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan

Segala bentuk pengalihan wajib didaftarkan dalam daftar umum merek. Pengalihan hak mempunyai kekuatan terhadap pihak ketiga hanya jika telah tercatat dalam daftar umum merek. Sistem pencatatan merupakan syarat mutlak

untuk mempunyai kekuatan hukum terhadap pihak ketiga dan seolah-olah mempunyai kekuatan yang dianggap dalam hukum yang bersifat *zakelijk* (kaku dan sederhana)

Pasal 40 Ayat 3 dan 4 Pengalihan ini harus dicatat di dalam Daftar Umum Merek yang diarsipkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan di umumkan dalam Berita Resmi Merek.

Pasal 41 Ayat 2 Hak atas merek jasa terdaftar yang tidak dapat dipisahkan dengan kualitas, kemampuan pribadi dari penyelenggaraan jasa, dapat dialihkan, dengan syarat ada jaminan terhadap kualitas pemberian jasa.

Lisensi adalah izin yang diberikan pemilik merek terdaftar kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak), baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu. Perjanjian lisensi berlaku di seluruh wilayah Negara Republik Indonesia, kecuali bila diperjanjikan lain, untuk jangka waktu yang tidak lebih lama dari jangka waktu perlindungan merek terdaftar yang bersangkutan.

Berdasarkan Pasal 44 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menjelaskan bahwa pemilik merek terdaftar yang telah diberikan lisensi kepada pihak lain masih tetap menggunakannya atau memberikan lisensi kepada pihak ketiga lainnya untuk menggunakan merek tersebut, kecuali bila diperjanjikan lain dan berdasarkan Pasal 45 dijelaskan dalam

perjanjian lisensi dapat ditentukan bahwa penerima lisensi bisa memberi lisensi lebih lanjut kepada pihak ketiga.

Perjanjian lisensi wajib dimohonkan pencatatannya pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan dikenai biaya dan akibat hukum dari pencatatan perjanjian lisensi wajib dimohonkan pencatatan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan dikenai biaya dan akibat hukum dari pencatatan perjanjian lisensi berlaku pada pihak-pihak yang bersangkutan dan terhadap pihak ketiga.

Merek yang telah terdaftar di Direktorat Merek dapat dihapus dari daftar umum merek. Teori tentang penghapusan merek ini didasarkan atas teori pemanfaatan. Pound dalam satu dalilnya mengenai hukum masyarakat mengatakan bahwa:

“Dalam masyarakat beradab, orang harus bertanggung bahwa ia boleh mengawasi untuk tujuan-tujuan yang bermanfaat, apa yang telah ia temukan dan dimiliki untuk keperluannya sendiri, apa yang ia ciptakan dengan karyanya sendiri, dan apa yang ia peroleh dalam tata tertib sosial dan ekonomi yang ada”.

Pernyataan Pound tersebut dikaitkan dengan penghapusan merek terdaftar, merek yang telah didaftarkan harus dimanfaatkan dengan cara digunakan dalam kegiatan produksi barang atau jasa dan dipakai sesuai dengan yang telah didaftarkan (Astarini,2009:17).

Merek terdaftar dapat dihapuskan karena empat kemungkinan yaitu:

1. Atas prakarsa Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual;
2. Atas permohonan dari pemilik merek yang bersangkutan;

3. Atas putusan pengadilan berdasarkan gugatan penghapusan;
4. Tidak diperpanjang jangka waktu pendaftaran mereknya.

Berdasarkan ketentuan Pasal 61, Direktorat Jenderal dapat menghapus merek dari daftar umum merek dengan alasan, jika:

1. Merek tersebut tidak digunakan dalam perdagangan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali apabila ada alasan yang dapat diterima oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, seperti: larangan impor, larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara, atau larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah;
2. Merek tersebut digunakan untuk barang atau jasa yang berbeda dari barang atau jasa yang tercantum di dalam permohonan pendaftaran merek.

Dalam Pasal 61 Ayat 4 penghapusan merek tersebut akan dicatat dalam daftar umum merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek dan pihak yang mereknya ditolak dapat mengajukan keberatan atas pembatalan tersebut ke Pengadilan Niaga berdasarkan Pasal 61 Ayat 5 Undang-Undang Merek Tahun 2001.

Syarat Permohonan Penghapusan Merek Terdaftar adalah sebagai berikut:

1. Permohonan penghapusan merek terdaftar diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia oleh pemohon dengan cara diketik rangkap 2 (dua);
2. Permohonan wajib melampirkan:
 - a. bukti identitas pemilik merek terdaftar;
 - b. surat kuasa khusus, apabila permohonannya diajukan melalui kuasa;
 - c. surat persetujuan tertulis dari penerima lisensi, apabila merek yang dimintakan penghapusannya masih terikat perjanjian lisensi;
 - d. fotokopi sertikat merek yang dimohonkan penghapusan; dan
 - e. bukti pembayaran biaya permohonan.

2.3.6 Pelanggaran Merek

Pelanggaran terhadap merek bertujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan mencoba atau melakukan tindakan, meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya.

Menurut Molegraf, persaingan tidak jujur adalah peristiwa di dalam mana seseorang untuk menarik para langganan orang lain kepada perusahaan dirinya sendiri atau demi perluasan penjualan omzet perusahaannya, menggunakan cara-cara yang bertentangan dengan itikad baik dan kejujuran di dalam perdagangan (Suryodiningrat,1981:66).

Pasal 10 ayat 2 Konvensi Paris di tentukan bahwa tiap perbuatan yang bertentangan dengan "*honest practices industrial and commercial matters*" dianggap sebagai perbuatan persaingan tidak jujur, dan ayat 3 menentukan pelarangan semua perbuatan yang dapat menciptakan kekeliruan dengan cara apapun berkenaan dengan asal usul atau yang berkenaan dengan usaha-usaha industrial dan komersial dari seseorang pengusaha yang mengacaukan publik berkenaan dengan sifat dan asal-usul dari suatu barang.

Praktik perdagangan tidak jujur meliputi:

1. Praktik Peniruan Merek Dagang (*Trademark piracy*)

Berupaya mempergunakan merek dengan meniru merek terkenal (*well know trade mark*) yang sudah ada sehingga merek atas barang atau jasa yang sudah terkenal dengan maksud menimbulkan kesan kepada khalayak ramai, seakan-akan barang atau jasa yang diproduksinya sama dengan barang atau jasa yang terkenal.

2. Praktik Pemalsuan Merek Dagang (*Counterfeiting*)

Berupaya dengan cara memproduksi barang-barang dengan mempergunakan merek yang sudah dikenal secara luas di dalam masyarakat yang bukan merupakan haknya.

3. Perbuatan-perbuatan yang dapat mengacaukan publik berkenaan dengan Sifat dan Asal Usul Merek (*Imitations of labels and packaging*).

Berupaya dengan cara mencantumkan keterangan tentang sifat dan asal-usul barang yang tidak sebenarnya, untuk mengelabui

konsumen, seakan-akan barang tersebut memiliki kualitas yang baik karena berasal dari daerah penghasil barang yang bermutu

Sehubung dengan pelanggaran merek dalam Pasal 76 ayat 1 Undang-Undang Merek menyatakan bahwa:

“Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan untuk barang atau jasa sejenis berupa gugatan ganti rugi dan atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut”.

Pasal 90-92 Undang-Undang Merek Tahun 2001 pada dasarnya membedakan jenis pelanggaran merek dalam 4 (empat) kategori yaitu:

1. Perbuatan pelanggaran secara sengaja dan tanpa hak dengan menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain.
2. Perbuatan pelanggaran dengan menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain,
3. Perbuatan pelanggaran merek menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan indikasi-geografis milik pihak lain,
4. Perbuatan pelanggaran merek dengan menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi-geografis milik pihak lain.

Merek terdaftar dapat dibatalkan berdasarkan putusan pengadilan niaga yang berketentuan hukum tetap atas gugatan pihak yang berkepentingan dengan alasan berdasarkan Pasal 4, Pasal 5, dan Pasal 6 Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001.

Gugatan pembatalan dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan kecuali pemilik merek yang tidak terdaftar atau yang pernah mengajukan pandangan atau keberatan tidak diterima. Pemilik merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan setelah mengajukan permohonan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Gugatan pembatalan pendaftaran merek diajukan kepada Pengadilan Niaga dalam jangka waktu 5 (lima) tahun sejak tanggal pendaftaran merek. Gugatan pembatalan dapat diajukan tanpa batas waktu apabila merek yang bersangkutan bertentangan dengan moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum (Saidin,2004:395).

Bagi pemilik merek yang keberatan mereknya dihapus oleh pihak ketiga maupun Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dapat melakukan upaya hukum dengan mengajukan gugatan pembatalan penghapusan merek. Berdasarkan Pasal 61 ayat 5 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 apabila dihapus oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual maka gugatan diajukan ke Pengadilan Niaga sedangkan bagi pemilik merek yang mereknya dihapus oleh pihak ketiga berdasarkan putusan Pengadilan Niaga dapat mengajukan kasasi atas putusan Pengadilan Niaga sesuai Pasal 64 ayat 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

Pemilik merek yang keberatan mereknya dihapus oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual maupun putusan pengadilan harus memiliki bukti bahwa merek tersebut masih dipergunakan. Doktrin pembuktian dalam hukum dalam hukum acara perdata dapat digunakan oleh pemilik merek yang keberatan mereknya dihapus (Astarini,2009:20).

Upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik merek yang keberatan mereknya dihapus oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual maupun Pengadilan Niaga merupakan usaha pemerintah untuk memberikan jaminan kepastian hukum, keadilan dan supremasi hukum serta menghargai hak asasi manusia, karena kekuatan nasional suatu bangsa bergantung kepada kemajuan dan kemampuan menghasilkan Hak Kekayaan Intelektual termasuk juga melindungi Hak Kekayaan Intelektual.

2.3.7 Penyelesaian Sengketa dan Sanksi Terhadap Pelanggaran Merek

Pasal 76 ayat 1 Undang-Undang Merek ialah 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 sejenisnya, berupa:

1. Gugatan ganti rugi, dan/atau;
2. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 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.

Pasal 78 ayat 1 Selama masih dalam pemeriksaan 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 tanpa hak.

Pasal 78 ayat 2 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.

Berkaitan dengan jerat hukum yang akan menimpa para pelaku disebutkan dalam Pasal 90-94 Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 mengenai sanksi pidana, yaitu :

Pasal 90

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama ada 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

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama ada 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).

Pasal 92

(1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi-geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(2) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi-geografis

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

(4) Terhadap pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan indikasi-geografis, diberlakukan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2.

Pasal 93

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Pasal 94

(1) Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

(2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat 1 adalah pelanggaran.

2.4 Tinjauan Umum Tentang Merek Terkenal Asing

Merek Terkenal (*Famous Mark*) adalah merek yang menjadi simbol kebanggaan yang dapat diandalkan oleh konsumen walaupun konsumen tidak mengetahui atau tidak menyadari siapa pemilik merek tersebut (Hasibuan,2003:22).

Adapun yang dimaksud konsep merek terkenal mencakup dua pengertian yaitu: *well-known* dan *famous*. Meskipun pengertian keduanya seringkali diperlakukan sebagai sinonim, sebenarnya di antara keduanya terdapat suatu

nuasa (perbedaan sangat tipis). Keterbatasan dalam ketersediaan kosakata bahasa Indonesia menyebabkan kedua konsep yang meskipun mirip, tetapi sebenarnya berbeda tersebut akhirnya hanya diwakili oleh satu istilah ‘terkenal’.

Terkait dengan pengertian merek terkenal, yurisprudensi Mahkamah Agung telah pula memberikan kriteria sebagai berikut :

1. Yurisprudensi Mahkamah Agung RI Nomor 1486 K/Pdt./1991 tanggal 28 Nopember 1995, yang secara tegas telah memberikan kriteria hukum sebagai berikut : “Suatu merek termasuk dalam pengertian *Well-Known Marks* pada prinsipnya diartikan bahwa merek tersebut telah beredar keluar dari batas-batas regional, malahan sampai kepada batas-batas transnasional, karenanya apabila terbukti suatu merek telah didaftar dibanyak negara didunia, maka dikwalifisir sebagai merek terkenal karena telah beredar sampai ke batas-batas diluar negara asalnya.
2. Yurisprudensi Mahkamah Agung RI Nomor 426 PK/Pdt./1994 tanggal 3 Nopember 1995, yang memberikan kriteria hukum sebagai berikut, “Kriteria terkenal atau tidaknya suatu merek yang merupakan masalah hukum dan tunduk pada pemeriksaan kasasi, kiranya telah menjadi yurisprudensi tetap Mahkamah Agung, yang didasarkan pada apakah suatu merek telah menembus batas-batas nasional dan regional, sehingga merek tersebut sudah berwawasan globalisasi dan dapat disebut merek yang tidak mengenal batas dunia.

Konsep merek terkenal berkembang berdasarkan interpretasi Pasal 6 bis Konvensi Paris (*Paris Convention or the Protection of Industrial Property 1967*) dalam rangka memberi perlindungan kepada pemilik merek yang mereknya dikenal secara luas di pasar, tetapi tidak terdaftar dari tindakan pendaftaran merek yang sama oleh pihak lain.

Aturan hukum nasional Indonesia pengaturan tentang perlindungan hukum terhadap merek terkenal terdapat dalam Pasal 6 ayat 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 :

“Permohonan (dalam hal ini pendaftaran merek) harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/ atau jasa sejenis.”
(Kurnia,2011:3)

Unsur-unsur tentang merek terkenal dalam *WIPO Joint Recommendation* dipergunakan baik oleh negara-negara anggota Konvensi Paris maupun negara-negara anggota WTO untuk menentukan keterkenalan merek di suatu negara. Hal ini ditetapkan dalam Pasal 2 (2) (d) *WIPO Joint Recommendation*:

“A member state may determine that a mark is a well-known mark, even if the mark is not well known or, if the Member States applies subparagraph (c), known, in any relevant sector of the public of the Member State.”

Terjemahan bebasnya:

Sebuah negara anggota dapat menentukan bahwa tanda adalah merek terkenal, bahkan jika tanda itu tidak dikenal atau, jika negara-negara anggota menerapkan huruf (c), diketahui, dalam setiap sektor yang relevan dari masyarakat Negara Anggota.

Salah satu prinsip terpenting dari Konvensi Paris adalah tentang persamaan perlakuan yang mutlak antara orang asing dengan warga Negara sendiri. Prinsip *National Treatment* atau prinsip asimilasi *Principle Of Assimilation* yaitu bahwa

seseorang warga Negara dari suatu Negara peserta perjanjian akan memperoleh pengakuan dan hak-hak yang sama seperti seorang warga negara dimana mereknya didaftarkan (Djumhana dan Djubaedillah,1999:129). Prinsip perlakuan ini dimaksudkan untuk melindungi merek asing yang didaftarkan di Negara peserta Konvensi Paris termasuk Indonesia. Pasal 6 bis Konvensi Paris tidak memberikan definisi atau kriteria tentang merek terkenal tetapi diserahkan sepenuhnya pada masing-masing negara anggota, pengertian merek asing menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia tidak didefinisikan secara pasti. Berdasarkan Pasal 10 ayat 1 Undang-Undang Merek Tahun 2001 dapat diinterpretasikan mengenai pengertian merek asing yaitu merek yang diajukan oleh pemilik atau yang berhak atas merek yang tidak bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Indonesia.

Merek terkenal asing yaitu merek terkenal yang dimiliki oleh subjek hukum (orang aliamiah maupun badan hukum) yang tidak memiliki nasionalitas Indonesia. Merek terkenal untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan. Terkenal atau tidaknya suatu merek, perlu diukur berdasarkan reputasi merek tersebut yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar-besaran.

2.5 Barang Palsu

Barang KW adalah barang tiruan/imitasi dari barang yang asli (original). Kata KW berasal dari “kualitas” yang konotasinya “imitasi” atau “tiruan”.

Awalnya istilah KW digunakan untuk tas tangan wanita tiruan bermerek, yang digunakan oleh pedagang untuk membedakan kategori kualitas dan *range* (kisaran) harganya. Misalnya “KW super” untuk barang tiruan terbaik mendekati aslinya, KW ada banyak tingkatan serta kelasnya. Contohnya KW 1, barangnya 90 % mendekati barang yang asli. KW 2, 80 % seperti aslinya, sampai ada istilah KW yang jelek karena sudah jauh dari kualitas asli produknya. Akhirnya istilah barang KW digunakan secara luas untuk produk-produk tiruan lainnya, seperti HP, jam tangan, baju bermerek dan sebagainya.

Penerapan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, hanya dikenal istilah barang palsu untuk menyebut barang-barang yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan dengan menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain.

Terkenalnya suatu merek menjadi *well-known/famous mark*, dapat lebih memicu tindakan-tindakan pelanggaran merek baik yang berskala nasional maupun Internasional, karena suatu merek terkenal mengalami perluasan perdagangan melintas batas-batas negara. Perlindungan merek terkenal secara Internasional telah diatur dengan ketentuan yang terdapat pada Pasal 6 bis Konvensi Paris sebagai berikut:

- a. *The countries of the Union undertake, ex officio if their legislation so permits, or at the request of an interested party, to refuse or to cancel the registration, and to prohibit the use of a trademark which constitutes a reproduction, an imitation, or a translation, liable to create confusion, of a mark considered by the competent authority of the country of registration or use to be wellknown in that country as being already the mark of a person entitled to the benefits of this convention and used for identical or similar goods. These provisions shall also apply when the essential part of the mark constitutes a reproduction of any such well-known mark or an*

- imititation liable to create confusion therewith* (bahwa negara-negara peserta Konvensi Paris dapat secara *ex officio* (jika diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan negara mereka), atau atas permintaan yang berkepentingan untuk menolak atau membatalkan pendaftaran suatu merek yang merupakan reproduksi, imitasi, atau terjemahan belaka, yang dapat menimbulkan kekeliruan dari suatu merek yang dianggap oleh instansi berwenang bahwa pendaftaran atau pemakaian merek itu sebagai merek yang terkenal di negara itu, serta dipakai untuk barang-barang yang sama/ sejenis).
- b. *A Period of at least five years from the date of registration shall be allowed for requesting the cancellation of such a mark. The countries of the union may provide for a period within which the prohibition of use must be requested* (bahwa jangka waktu untuk mengajukan permohonan pembatalan merek seperti itu, sekurang-kurangnya 5 tahun sejak tanggal pendaftaran merek yang bersangkutan. Kemudian ditentukan pula bahwa negara-negara peserta konvensi dapat memastikan suatu jangka waktu di dalam mana permohonan larangan harus diajukan).
- c. *No time limit shall be fixed for requesting the cancellation or the prohibition of the use of marks registered or used in bad faith.*” (tidak ada jangka waktu untuk meminta pembatalan atau larangan pemakaian merek yang telah didaftar atau dipakai dengan itikad buruk (*bad faith*). Ketentuan pasal 6 bis Konvensi Paris mengingatkan kita pada pentingnya sistem pendaftaran merek untuk memberikan perlindungan terhadap merek asli dan produk asli, khususnya merek-merek terkenal. (Rizaldi,2009:2) (Gautama,1993:148-150)

Sengketa merek yang terjadi bukan lagi terjadi antara pelaku usaha dan merek yang dimiliki oleh Indonesia dan didaftarkan di Indonesia, tetapi sengketa ini telah melintasi batas-batas negara. Disamping itu, terhadap suatu produk yang mempunyai merek terkenal dan telah berhasil menembus pasar dengan sukses biasanya perusahaan pesaing akan mencoba untuk *copy* produk sejenis, baik dengan cara mengubah nama yang sedikit berbeda maupun kemasan yang tidak jauh berbeda dengan aslinya, karena jika hendak memperkenalkan produk baru diperlukan promosi yang besar dan akan mempengaruhi harga jual produk.

Tindakan-tindakan pemalsuan dari suatu merek yang sudah dikenal lebih dahulu oleh masyarakat, dapat dikategorikan pula sebagai persaingan curang yang dilandasi dengan itikad tidak baik yang dapat mengakibatkan kerugian terhadap pemegang merek yang mereknya lebih dahulu terdaftar. Beberapa faktor atau alasan yang menyebabkan pihak-pihak tertentu melakukan pelanggaran merek milik orang lain, diantaranya adalah:

1. Memperoleh keuntungan secara cepat dan pasti, karena merek yang dipalsu atau ditiru tersebut biasanya merek-merek dari barang-barang yang laris di pasaran;
2. Tidak mau menanggung resiko rugi dalam hal harus membuat suatu merek baru menjadi terkenal karena biaya iklan dan promosi biasanya sangat besar;
3. Selisih keuntungan yang diperoleh dari menjual barang dengan merek palsu itu jauh lebih besar jika dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh jika menjual barang yang asli, karena pemalsu tidak perlu membayar riset dan pengembangan, biaya iklan dan promosi, serta pajak, sehingga bisa memberikan potongan harga kepada pedagang.

2.6 Praktek Pemalsuan Merek Dagang

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian palsu adalah tiruan atau duplikasi dari benda yang aslinya. Maka jika dikaitkan dengan barang palsu yaitu segala sesuatu yang diciptakan baik itu benda ataupun suatu zat dengan meniru

atau menggandakan sifat atau wujud sehingga jumlahnya lebih banyak dari benda atau zat yang aslinya.

Pelanggaran terhadap merek bertujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi secara mudah dengan mencoba atau melakukan tindakan meniru atau memalsukan merek-merek yang sudah terkenal di masyarakat tanpa memikirkan hak-hak orang lain yang hak-haknya telah dilindungi sebelumnya. Tentu saja hal-hal demikian itu akan sangat mengacaukan roda perekonomian dalam skala nasional dan skala lokal.

Pengusaha yang beritikad tidak baik tersebut dalam hal persaingan tidak jujur semacam ini berwujud penggunaan upaya-upaya atau ikhtiar-ikhtiar mempergunakan merek dengan memalsukan merek terkenal (*well know trade mark*) yang sudah ada sehingga merek atas barang atau jasa yang diproduksinya secara pokoknya sama dengan merek atas barang atau jasa yang sudah terkenal (untuk barang-barang atau jasa sejenis) dengan maksud menimbulkan kesan kepada khalayak ramai, seakan-akan barang atau jasa yang diproduksinya itu sama dengan produksi barang atau jasa yang sudah terkenal itu (Saidin,2002:357).

2.7 Pasar Johar Semarang

Pasar secara umum diartikan sebagai tempat penjual menawarkan barang atau jasa sesuai taksiran harga penjual serta pembeli mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan taksiran harga pembeli. Pengertian pasar dalam ilmu ekonomi lebih konseptual, yakni bertemunya permintaan dan penawaran, dengan demikian sebuah pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

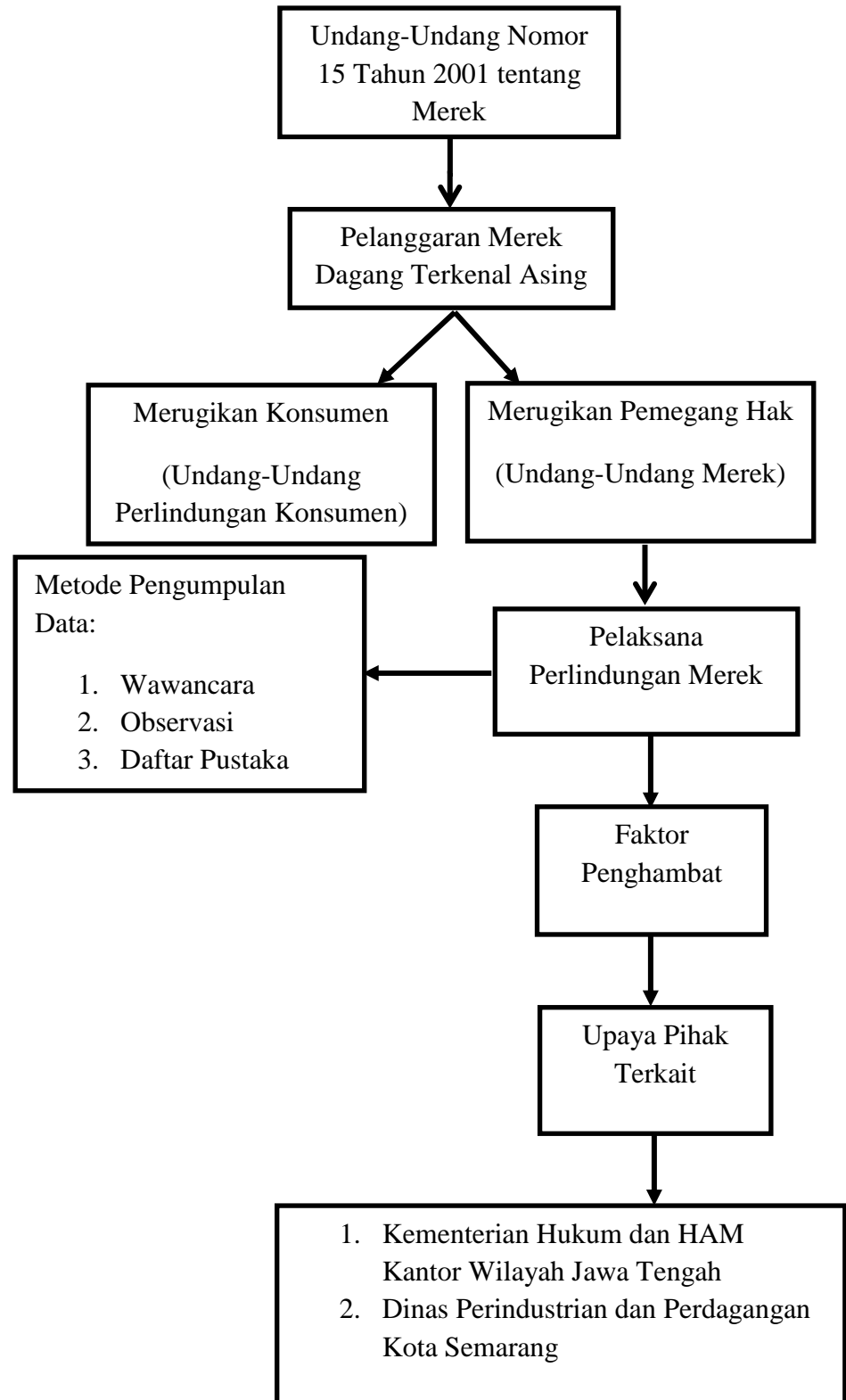
Pasar johan merupakan pasar induk tradisional yang menjadi area pusat jual-beli di Kota Semarang yang terkenal dengan kelengkapan komoditinya dan menjadi salah satu pusat destinasi belanja masyarakat Kota Semarang. Pasar johan merupakan pasar terbesar dan termodern di Asia Tenggara sekitar tahun 1930-1980 dan berkembang menjadi sentra perdagangan di Jawa Tengah. Sebagai pasar sentral Jawa Tengah dan sempat menjadi pasar terindah dan termegah di Asia Tenggara, menjadikan kawasan ini memiliki peran penting dalam perkembangan Kota Semarang secara keseluruhan.

Pasar johan merupakan pasar tradisional yang merupakan jangkauan pelayanan ekonomi lokal hingga regional. Dari hasil observasi pasar johan tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok, didalamnya juga menawarkan komoditas menarik dengan berbagai macam kebutuhan seperti sayur mayur, buah-buahan, elektronika, pakaian, barang pecah belah, berbagai macam accesories, sembako, buku bekas dan buku baru, tas, sepatu, kacamata dan jam tangan dengan berbagai macam merek.

Sejarah pasar johan Semarang dimulai lebih dari seabad yang lalu, pada tahun 1860 terdapat pasar yang menempati bagian timur alun-alun ini dipagari oleh deretan pohon johan ditepi jalan, dari sinilah nama pasar johan itu lahir. Sampai dengan saat pasar ini masih dimiliki oleh *pertikelir* (swasta). Bangunan

pasar ini terdiri dari empat blok bangunan yang disatukan oleh gang selebar 8.00 meter. Pada tahun 1933 dibuatlah usulan rancangan pertama oleh Ir. Thomas Karsten, yang bentuk dasarnya menyerupai pasar Jatingaleh dengan ukuran lebih besar. Pada tahap ini terdapat susunan atap datar beton dengan bagian tertinggi berada di pusat yang dibuat bertingkat, mengingat harga tanah yang sudah tinggi dikawasan tersebut, namun rancangan tersebut diubah pada tiga tahun berikutnya dengan tujuan untuk mengadakan efisiensi. Karena belum memenuhi keinginan, maka rancangan inipun diubah kembali dengan gagasan konstruksi cendawa kembali dimunculkan. Rencana yang terakhir inilah yang jadi dibangun. Dahulu kala pasar johar pernah terkenal sebagai pasar yang terbesar dan tercantik di Asia Tenggara (<http://www.wikipedia.com>, diakses pada 2 Februari 2015:13:37).

2.8 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian dalam bahasa Inggris disebut *research*, adalah suatu aktivitas “pencarian kembali” pada kebenaran (*truth*) (Wigyosubroto,2001:139).

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya. Di samping itu, juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap faktor hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan (Soekanto,1981:43).

Pencarian kebenaran yang dimaksud adalah upaya-upaya manusia untuk memahami dunia dengan segala rahasia yang terkandung di dalamnya untuk mendapatkan solusi atau jalan keluar dari setiap masalah yang dihadapinya (Achmad,2009:20).

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/ lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menyusun desain secara terus menerus

disesuaikan dengan kenyataan lapangan. Penelitian kualitatif tidak disesuaikan bertujuan untuk menguji/ membuktikan kebenaran suatu teori tetapi teori yang sudah ada dikembangkan dengan menggunakan data yang dikumpulkan dengan menggunakan data tersebut.

3.2 Pendekatan Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang akurat tentang permasalahan yang akan dibahas, perlu diadakan suatu penelitian, pengamatan dan pengkajian terhadap objek penelitian sehingga didapatkan hasil yang memuaskan dan dapat dipertanggungjawabkan kepada semua pihak. Suatu penelitian diperlukan adanya suatu metode penelitian untuk memperoleh ketelitian dalam memecahkan permasalahan-permasalahan yang akan dibahas.

Metode penulisan yang digunakan dalam mencari data guna mendukung adalah pendekatan yuridis sosiologis. Penelitian yang dilakukan adalah pendekatan yuridis sosiologis yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan meneliti peraturan perundang-undangan tertentu yang berlaku dalam masyarakat. Sedangkan pendekatan sosiologis artinya melakukan penelitian terhadap keadaan nyata dengan maksud dan tujuan untuk menemukan fakta (*fact finding*) yang kemudian dilanjutkan dengan menemukan masalah (*problem finding*) kemudian menuju pada identifikasi masalah (*problem identification*) (Soekanto,1986:10). Pendekatan yuridis sosiologis dimaksudkan yaitu mengadakan pendekatan ke obyek yang diteliti dengan mendasarkan Pasal 94 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dikaitkan dengan hambatan penerapannya dalam

masyarakat yang mengarah pada faktor-faktor penyebab masyarakat menjual barang palsu.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di 3 (tiga) tempat yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu:

- a. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Jawa Tengah karena Kemenkumham sebagai pihak yang berwenang dalam menerima pendaftaran merek.
- b. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang sebagai Dinas pengawasan peredaran barang yang ada di Kota Semarang.
- c. Pasar Johar Semarang sebagai tempat peredaran perdagangan barang-barang merek terkenal asing palsu.

3.4 Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan subyek dari mana dapat memperoleh, mengambil dan mengumpulkan data. Ada beberapa jenis sumber data penelitian diantaranya adalah sebagai berikut:

3.4.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer yakni data yang diperoleh langsung dari masyarakat (Soemitro,1990:10). Data primer dalam penelitian ini terutama akan diperoleh dengan melalui pengamatan dan wawancara sehingga nantinya akan diperoleh jawaban dari responden maupun informan yang nyata dan sesuai fokus penelitian.

3.4.1.1 Responden

Responden berasal dari kata ‘respon’ (penanggap) yaitu orang yang menanggapi. Dalam penelitian responden adalah orang yang diminta memberikan keterangan tentang sesuatu fakta/ pendapat. Keterangan tersebut dapat disampaikan dalam bentuk tulisan, yaitu ketika mengisi angket/ lisan ketika menjawab wawancara dan dalam penelitian yang dijadikan responden adalah pedagang dan konsumen di pasar Johar Kota Semarang.

3.4.1.2 Informan

Menurut Mukti Fajar dan Yulianto Achmad (2013:174-175) Informan adalah orang atau individu yang memberikan informasi data yang dibutuhkan oleh peneliti sebatas yang diketahuinya dan peneliti tidak dapat mengarahkan jawaban sesuai dengan yang diinginkan. Informan diperlukan dalam penelitian empiris untuk mendapatkan data secara kualitatif. Kebenaran informasi yang diberikan oleh informan adalah kebenaran menurut informan, bukan dari peneliti. Oleh karena itu harus memberi ruang kebebasan bagi informan untuk berpendapat. Dalam penelitian ini yang dijadikan Informan adalah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Jawa Tengah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang.

3.5.2 Sumber Data Sekunder

Bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus hukum, jurnal hukum, dan seminar yang diselenggarakan oleh

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Jawa Tengah, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini berupa bacaan yang relevan dengan materi yang diteliti. Data sekunder terdiri dari 3 (tiga) bahan hukum yaitu sebagai berikut:

Bahan primer yaitu bahan-bahan yang berkekuatan hukum dan mengikat masyarakat terdiri dari berbagai peraturan perundang-undangan yang relevan dan terkait dengan permasalahan penelitian ini, yaitu:

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- b. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek;
- c. *TRIP's (Trade Relation Aspects o Intellectual Property Right)*.
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek.
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa bagi pendaftaran Merek.

Bahan sekunder yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan-bahan primer yang terdiri dari hasil penelitian, buku-buku tentang merek dagang terkenal asing maupun arsip-arsip, laporan-laporan, jurnal ilmiah, dan lain sebagainya yang dianggap relevan dengan penelitian ini.

Bahan hukum tersier, yaitu dengan menggunakan kamus hukum maupun kamus umum dan website internet baik itu melalui Google maupun Yahoo.

3.5.3 Sumber Data Tersier

Data tersier adalah bahan-bahan yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder atau bahan sekunder dan tersier di luar bidang hukum yang relevan dan dapat dipergunakan untuk melengkapi penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan masalah yang perlu diperhatikan dalam setiap pelaksanaan penelitian ilmiah untuk memperoleh data yang lengkap, benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Adapun metode pengumpulan data dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.6.1 Sampel Penelitian

Penentuan sampel merupakan suatu proses pemilihan dan penentuan jenis sampel serta perhitungan besarnya sampel yang akan menjadi subjek atau objek penelitian. Teknik sampling adalah teknik atau metode untuk memilih dan mengambil unsur-unsur atau anggota-anggota dari populasi untuk digunakan sebagai sampel secara representatif. *Nonprobability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan sama bagi semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sehingga metode *sampling* yang digunakan adalah *Sampling Accidental*.

Sampling Accidental adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan, dimana sampel diambil secara kebetulan ditemuinya yang dipandang cocok menjadi sumber data dalam penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2007:32).

3.6.2 Teknik Wawancara

Penelitian ini penulis menggunakan alat pengumpul data yang berupa pedoman wawancara. Wawancara adalah cara untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai. Wawancara merupakan proses suatu interaksi dan komunikasi (Soemitro, 1988: 57).

Dalam wawancara instrumen yang berbentuk pertanyaan sehingga nantinya akan memperoleh jawaban dari informan maupun responden. Peneliti menggunakan alat pengumpul data dengan berupa pedoman wawancara yaitu instrumen yang berbentuk pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada pedagang dan pembeli/ konsumen di pasar johan Semarang serta badan atau instansi yang berkaitan dengan masalah merek dagang yaitu Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Jawa Tengah dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang.

Peneliti dalam melakukan wawancara harus saling bekerjasama, saling menghargai, saling memberi serta saling menerima untuk memperoleh informasi yang sedekat-dekatnya dan seobjektifnya.

3.6.3 Pengamatan (Observasi)

Metode ini dipakai untuk mendapatkan data melalui kegiatan melihat, mendengar, dan penginderaan lainnya yang mungkin dilakukan guna memperoleh data atau informasi yang diperlukan.

3.6.4 Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan metode tunggal yang dipergunakan dalam penelitian normatif. Sedang bagi penelitian hukum empiris (sosiologis), studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dipergunakan bersama-sama metode lain seperti wawancara, pengamatan (observasi) dan kuesioner (Waluyo,2002:50).

Penulis mengkaji sumber-sumber tertulis yang berhubungan dengan perlindungan hukum merek dagang terkenal asing yang ada di Indonesia.

3.7 Validitas Data

Data yang diharapkan dalam penelitian ini adalah data yang valid dan *reliable*. Artinya data tersebut dapat menggambarkan kondisi objek penelitian dengan sebenarnya dan dapat dipertanggung jawabkan. Untuk menetapkan keabsahan data dalam penelitian, dilakukan pemeriksaan melalui sumber lainnya yang dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan, studi pustaka, dan wawancara.

3.8 Analisis Data

Analisis data sebagai tindak lanjut proses pengolahan data merupakan kerja seorang peneliti yang memerlukan ketelitian, dan penerapan daya pikir secara optimal. Pada tahap analisis data secara nyata kemampuan metodologis peneliti diuji. Dengan membaca data yang telah terkumpul dan melalui proses pengolahan

data akhirnya peneliti menentukan analisis yang bagaimana yang diterapkan (Waluyo,2002:77).

Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data dan analisis data. Pengolahan data hasil pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan cara editing, data ini dilakukan oleh seorang peneliti secara cermat dengan berpedoman pada tipe dan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

Untuk mengolah data yang didapatkan dari penelusuran kepustakaan, studi dokumen serta penelitian lapangan, maka hasil penelitian ini menggunakan analisa kualitatif. Analisis kualitatif ini pada dasarnya merupakan pemaparan yang dituangkan dalam bentuk pernyataan dan tulisan yang berasal dari studi kepustakaan didukung studi lapangan sehingga menghasilkan data penelitian yang bersifat deskriptif analisis (Waluyo,2008:77).

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis peroleh dan sajikan, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang terkenal asing di pasar johan Semarang sudah berlaku efektif, namun karena bersifat delik aduan perlindungan merek belum maksimal karena tanpa aduan dari pemegang merek tidak ada sanksi yang diterapkan bagi pelanggaran merek, sehingga diperlukan pengawasan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang dalam pendistribusian barang ke pedagang dan peredaran barang palsu di pasar johan Semarang dan penegakan hukum yang konkrit oleh Kementerian Hukum dan HAM Kota Semarang untuk melakukan edukasi melalui sosialisasi terhadap produsen, pedagang dan pembeli tentang merek serta kesadaran pemegang merek dalam melaporkan indikasi pelanggaran merek agar dapat menanggulangi pelanggaran merek.
2. Hambatan-hambatan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Dagang Terkenal Asing Terhadap Pemalsuan di pasar johan antara

lain: Pengaturan Hukum karena delik aduan menghambat perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek dagang terkenal asing sehingga menjadi celah peredaran barang palsu, penegak hukum yang kurang optimal dalam pengawasan dalam pendistribusian barang dari produsen ke pedagang oleh Disperindag Kota Semarang, sarana dan fasilitas yang kurang menjangkau karena belum adanya alat yang memudahkan atau mendeteksi suatu barang, lemahnya kesadaran pembeli untuk membeli barang yang berkualitas, dan keinginan menggunakan dan membeli merek asli yang tidak didukung dengan *budget* yang cukup.

5.2 Saran

Hasil penelitian dan pembahasan beserta simpulan tersebut, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Perlunya pengawasan dan penegakan hukum yang konkrit oleh Kepolisian, Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), dan Kejaksaan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Kementerian Hukum dan HAM untuk melakukan pembinaan hukum di Kota Semarang terhadap produsen, pedagang dan konsumen agar dapat menekan angka pelanggaran merek serta pemerintah sebaiknya memiliki ketentuan khusus mengenai merek terkenal asing sehingga dapat lebih melindungi pemegang merek asing jika terjadi pelanggaran merek.

2. Peran aktif dari pemegang merek dan kerjasama dengan pemerintah melalui kepolisian dan Kementerian Hukum dan HAM terhadap pelanggaran merek dengan melaporkan adanya pelanggaran merek karena sifatnya delik aduan.
3. Masyarakat perlu dihimbau untuk menggunakan produk dalam negeri sehingga produk lokal dapat bersaing dengan produk asing dan konsumen dihimbau untuk menjadi konsumen cerdas dalam membeli atau menggunakan barang.

Daftar Pustaka

Buku

- Damian, Eddy, dkk. 2003. *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*, Bandung: PT. Alumni
- Djumhana, Muhammad dan R. Djubaedillah. 1999. *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia*. Citra Aditya Bakti. Bandung
- Fajar, Mukti dan Achmad, Yulianto. 2009. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gautama, Sudargo. 1993. *Hukum Merek Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Harahap, Yahya M. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Hasibuan, Efendy. 2003. *Perlindungan Merek Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika*. Depok: Badan Penerbit FH UI
- Kurnia, Titon Slamet. 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's*. Bandung: PT. Alumni
- Mertokusumo, Sudikno. 1993. *Penemu Hukum*. Yogyakarta: Liberty
- Rizaldi, Julius. 2009. *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*. Bandung: PT. Alumni
- Saidin, OK. 2004. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: Raja Grafindo
- Soekanto, Soerjono. 1981. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press
- Soemitro, Ronny Hanintjo. 1988. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Semarang: Ghalia Indonesia
- Sudaryat., Sudjana., dan Rika R.P. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Oase Media
- Sugiyono. 2007. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supramono, Gatot. 2008. *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suryodiningrat. 1984. *Pengantar Ilmu Hukum Merek*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Waluyo, Bambang. 2008. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika

Wigyosubroto, Sutandyo. 2001. *Hukum Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*. Huma

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek

TRIP's (Trade Relation Aspects o Intellectual Property Right)

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek

Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa bagi pendaftaran Merek

Jurnal

Siti Marwiyah. 2010. "Perlindungan Hukum atas Merek Terkenal". Dalam *Jurnal Syariah dan Hukum*, Volume 2 Nomor 1. Hal.44. Surabaya: Universitas Dr.Soetomo

Majalah

Inovasi. 2014. *Semarang menuju Kota Tertib Ukur*. Edisi 02. Tahun 2014. Hal. 15

Internet

<http://ipnews.acaciapat.com/> diakses 17 Oktober 2014, 13:10

<http://detiknews.com>, diakses 17 Oktober 2014:13:33

<http://neraca.co.id>, diakses 17 Oktober 2014: 13:32

<http://artikata.com>, diakses 26 Januari 2014,21:16

<http://wikipedia.com>, diakses 2 Februari 2015, 13:37

DAFTAR KELAS BARANG ATAU JASA
 Berdasarkan Lampiran Peraturan Pemerintah Republik Indonesia
 Nomor 24 Tahun 1993 Tanggal 31 Maret 1993

A. Daftar Kelas Barang

Kelas	Keterangan
Kelas 1	Bahan kimia yang dipakai dalam industri, ilmu pengetahuan dan fotografi, maupun dalam pertanian, perkebunan, dan kehutanan; damar tiruan yang tidak diolah, plastik yang tidak diolah; pupuk; komposisi bahan pemadam api, sediaan pelunak dan pematri; zat-zat kimia untuk mengawetkan makanan; zat-zat penyamak; perekat yang dipakai dalam industri.
Kelas 2	Cat-cat, pernis-pernis; lak-lak; bahan pencegah karat dan kelapukan kayu; bahan pewarna; pembetsa/pengering; bahan mentah, damar alam; logam dalam bentuk lembaran dan bubuk untuk para pelukis, penata dekor, pencetak dan seniman.
Kelas 3	Sediaan pemutih dan zat-zat lainnya untuk mencuci; sediaan untuk membersihkan, mengkilatkan, membuang lemak dan menggosok; sabun-sabun; wangi-wangi, minyak-minyak sari; kosmetik, losion rambut; bahan-bahan pemelihara gigi.
Kelas 4	Minyak-minyak dan lemak-lemak untuk industri; bahan pelumas; komposisi zat untuk menyerap, membasahi dan mengikat debu; bahan bakar (termasuk larutan hasil penyulingan untuk motor) dan bahan-bahan penerangan; lilin-lilin, sumbu-sumbu.
Kelas 5	hasil farmasi, ilmu kehewan dan saniter; bahan-bahan untuk berpantang makan/diet yang disesuaikan untuk pemakaian medis, makanan bayi; plester-plester, bahan-bahan pembalut; bahan-bahan untuk menambal gigi, bahan pembuat gigi palsu; pembasmi kuman; sediaan untuk membasmi binatang perusak, jamur, tumbuh-tumbuhan.
Kelas 6	Logam-logam biasa dan campurannya; bahan bangunan dari logam; bangunan-bangunan dari logam yang dapat diangkut; bahan-bahan dari logam untuk jalan kereta api; kabel dan kawat-kawat dari logam biasa bukan untuk listrik; barang-barang besi, benda-benda kecil dari logam besi; pipa-pipa dan tabung-tabung dari logam; lemari-lemari besi barang-barang dari besi biasa yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain; bijih-bijih.
Kelas 7	Mesin-mesin dan mesin-mesin perkakas; motor-motor dan mesin-mesin (kecuali untuk kendaraan darat); kopeling mesin dan komponen transmisi (kecuali untuk kendaraan darat); perkakas pertanian; mesin menetas untuk telur.
Kelas 8	alat dan perkakas tangan (dijalankan dengan tangan); alat-alat pemotong; pedang-pedang; pisau silet.
Kelas 9	Aparat dan instrumen ilmu pengetahuan, pelayaran, geodesi, listrik, fotografi, sinematografi, optik, timbang, ukur, sinyal, pemeriksaan (pengawasan), penyelamatan dan pendidikan; aparat untuk merekam, mengirim atau mereproduksi suara atau gambar; pembawa data magnetik, disk perekam; mesin-mesin otomatis dan mekanisme untuk aparat yang bekerja dengan memasukkan kepingan logam ke dalamnya; mesin kas, mesin hitung, peralatan pengolah data dan komputer; aparat pemadam kebakaran.
Kelas 10	Aparat dan instrumen pembedahan, pengobatan, kedokteran, kedokteran gigi dan kedokteran hewan, anggota badan, mata dan gigi palsu; benda-benda ortopedik; bahan-bahan untuk penjahitan luka bedah.
Kelas 11	Aparat untuk keperluan penerangan, pemanasan, penghasilan uap, pemasakan, pendinginan, pengeringan, penyegaran udara, penyediaan air dan kebersihan.
Kelas 12	Kendaraan-kendaraan; udara atau air, aparat untuk bergerak di darat.
Kelas 13	Senjata-senjata api; amunisi-amunisi dan proyektil-proyektil; bahan peledak; kembang api; petasan.
Kelas 14	Logam-logam mulia serta campuran-campurannya dan benda-benda yang dibuat dari logam mulia atau yang dibalut dengan bahan itu, yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lainnya; perhiasan, batu-batu mulia; jam-jam dan instrumen pengukur waktu.
Kelas 15	Alat-alat musik
Kelas 16	Kertas, karton dan barang-barang yang terbuat dari bahan-bahan ini, yang tidak termasuk kelas-kelas lain; barang-barang cetakan; bahan-bahan untuk menjilid buku; potret-potret; alat tulis-menulis perekat untuk keperluan alat tulis-menulis atau rumah tangga alat-alat kesenian kwas untuk cat mesin tik dan keperluan kantor (kecuali perabot kantor); bahan pendidikan dan pengajaran (kecuali aparat-aparat); bahan-bahan plastik untuk pembungkus (yang tidak termasuk kelas-kelas lain), kartu-kartu main; huruf-huruf cetak; klise-klise.
Kelas 17	Karet, getah-perca, getah, asbes, mika dan barang-barang terbuat dari bahan-bahan ini dan tidak termasuk kelas-kelas lain; plastik-plastik yang sudah berbentuk untuk digunakan dalam pembuatan barang; bahan-bahan untuk membungkus, merapatkan dan menyekat; pipa-pipa lentur, bukan dari logam.
Kelas 18	dan kulit imitasi, dan barang-barang terbuat dari bahan-bahan ini dan tidak termasuk dalam kelas-kelas lain; kulit-kulit halus binatang, kulit mentah; koper-koper dan tas-tas untuk tamasya; payung-payung hujan, payung-payung matahari dan tongkat-tongkat; cambuk-cambuk, pelana dan peralatan kuda dari kulit.

Kelas 19	Bahan-bahan bangunan (bukan logam) ; pipa-pipa kaku bukan dari logam untuk bangunan; aspal, pek, bitumen; bangunan-bangunan yang dapat dipindah-pindah bukan dari logam; monumen-monumen, bukan dari logam.
Kelas 20	Perabot-perabot rumah, cermin-cermin, bingkai gambar; benda-benda (yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain) dari kayu, gabus, rumput, buluh, rotan, tanduk, tulang, gading, balein, kulit kerang, amber, kulit mutiara, tanah liat magnesium dan bahan-bahan penggantinya, atau dari plastik.
Kelas 21	Perkakas dan wadah-wadah untuk rumah tangga atau dapur (bukan dari logam mulia atau yang dilapisi logam mulia) sisir-sisir dan bunga-bunga karang; sikat-sikat (kecuali kwas-kwas); bahan pembuat sikat; benda-benda untuk membersihkan; wol; baja; kaca yang belum atau setengah dikerjakan (kecuali kaca yang dipakai dalam bangunan) ; gelas-gelas, porselin dan pecah belah dari tembikar yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain.
Kelas 22	Tambang, tali, jala-jala, tenda-tenda, tirai, kain terpal, layar-layar, sak-sak dan kantong-kantong (yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain); bahan-bahan pelapis dan pengisi bantal (kecuali dari karet atau plastik) ; serat-serat kasar untuk pertenunan.
Kelas 23	Benang-benang untuk tekstil.
Kelas 24	Tekstil dan barang-barang tekstil, yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain; tilam-tilam tempat tidur dan meja.
Kelas 25	Pakaian, alas kaki, tutup kepala.
Kelas 26	Renda-renda dan sulaman-sulaman, pita-pita dan jalinan-jalinan dari pita; kancing-Kancing kail dan mata kait, jarum-jarum pentul dan jarum-jarum; bunga-bunga buatan.
Kelas 27	Karpet-karpet, permadani, keset bahan anyaman untuk pembuat keset, linoleum dan bahan-bahan lain untuk penutup ubin; hiasan-hiasan gantung dinding (bukan dari tekstil)
Kelas 28	Mainan-mainan; alat-alat senam dan olah-raga yang tidak termasuk kelas-kelas lain; hiasan pohon natal.
Kelas 29	Daging, ikan, unggas dan binatang buruan, saripati daging buah-buahan dan sayuran yang diawetkan, dikeringkan dan dimasak; agar-agar; selai-selai; saus dari buah-buahan; telur, susu dan hasil-hasil produksi susu; minyak-minyak dan lemak-lemak yang dapat dimakan.
Kelas 30	Kopi, teh, kakao, gula, beras, topioka, sagu, kopi buatan; tepung dan sediaan-sediaan terbuat dari gandum; roti, kue-kue dan kembang-kembang gula, es konsumsi; madu, air gula; ragi / bubuk pengembang roti/kue; garam, moster.; cuka / saus-saus (bumbu-bumbu) / rempah-rempah, es, kecap, tauco, trasi, petis, krupuk, emping.
Kelas 31	Hasil-hasil produksi pertanian, perkebunan, kehutanan dan jenis-jenis gandum yang tidak termasuk dalam kelas-kelas lain; binatang-binatang hidup; buah-buahan dan sayuran segar; benih-benih; tanaman dan bunga-bunga alami; makanan hewan; mout.
Kelas 32	Bir dan jenis-jenis bir; air mineral dan air soda dan minuman bukan alkohol lainnya; minuman-minuman dari buah dan perasan buah; sirop-sirop dan sediaan-sediaan lain untuk membuat minuman.
Kelas 33	Minum-minuman keras (kecuali bir).
Kelas 34	Tembakau, barang-barang keperluan perokok; korek api.

B. Daftar Kelas Jasa

Kelas	Keterangan
Kelas 35	Periklanan; manajemen usaha; administrasi usaha; fungsi-fungsi kantor.
Kelas 36	Asuransi; urusan keuangan; urusan moneter; urusan tanah dan bangunan.
Kelas 37	Pembangunan gedung; perbaikan; jasa-jasa pemasangan.
Kelas 38	Telekomunikasi.
Kelas 39	Angkutan; pengemasan dan penyimpanan barang-barang; pengaturan perjalanan.
Kelas 40	Perawatan bahan-bahan.
Kelas 41	Pendidikan; pemberian pelatihan; hiburan; kegiatan olah-raga dan kebudayaan.
Kelas 42	Penyediaan makanan dan minuman, akomodasi sementara, perawatan medis, kesehatan dan kecantikan; jasa-jasa pelayanan kedokteran hewan dan pertanian; jasa-jasa pelayanan hukum; penelitian ilmiah dan industri; pembuatan program komputer; jasa-jasa yang tidak dapat dimasukkan dalam kelas-kelas lain.



Formulir Usulan Topik Skripsi
FM-1-AKD-24/rev.00
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

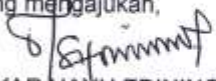
Usulan topik skripsi ini diajukan oleh:

Nama : SEKAR HAYU EDININGTYAS
NIM : 8111411231
Jurusan : Ilmu Hukum
Program Studi : Ilmu Hukum, S1
Topik : Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia Dilihat dari Undang- Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi di PAsar Johar Semarang)

Mengetujui
Ketua Jurusan

ROFI WAHANISA, S.H., M.H.
NIP. 198003122008012032

Semarang, 21 November 2014
Yang mengajukan,


SEKAR HAYU EDININGTYAS
NIM. 8111411231





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS HUKUM
JURUSAN ILMU HUKUM

Gedung K Lt.2, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229
Telepon: (024) 8507891
Laman: fh.unnes.ac.id, surel: fh@unnes.ac.id

Nomor : 5552 /UN.37.1.8/DT/2014
Lamp. :
Hal : Usulan Pembimbing

Yth. Dekan Fakultas Hukum
Universitas Negeri Semarang

Merujuk Keputusan Rektor Unnes Nomor 164/O/2004 tentang Pedoman Penyusunan Skripsi Mahasiswa Program S1 pasal 7 mengenai penentuan pembimbing, dengan ini saya usulkan

Nama : WASPIAH, S.H., M.H.
NIP : 198104112009122002
Pangkat/Golongan : III/B
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Sebagai Dosen Pembimbing

Dalam penyusunan Skripsi/Tugas Akhir untuk mahasiswa

Nama : SEKAR HAYU EDININGTYAS
NIM : 8111411231
Program Studi : Ilmu Hukum, S1
Topik : Perlindungan Hukum Penurunan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia Dilihat dari Undang- Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi di PAsar Johar Semarang)

Untuk itu, mohon diterbitkan surat penetapannya.



Semarang, 21 November 2014
Ketua Jurusan

ROF WAHANISA, S.H., M.H.
NIP. 198003122008012032



**KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
Nomor: 5230/P/2014**

**Tentang
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER
GASAL/GENAP
TAHUN AKADEMIK 2014/2015**

- Menimbang : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan/Prodi Ilmu Hukum/Ilmu Hukum Fakultas Hukum membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan Dosen-dosen Jurusan/Prodi Ilmu Hukum/Ilmu Hukum Fakultas Hukum UNNES untuk menjadi pembimbing.
- Mengingat : 1. Undang-undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Tambahan Lembaran Negara RI No.4301, penjelasan atas Lembaran Negara RI Tahun 2003, Nomor 78)
2. Peraturan Rektor No. 21 Tahun 2011 tentang Sistem Informasi Skripsi UNNES
3. SK. Rektor UNNES No. 164/O/2004 tentang Pedoman penyusunan Skripsi/Tugas Akhir Mahasiswa Strata Satu (S1) UNNES;
4. SK Rektor UNNES No.162/O/2004 tentang penyelenggaraan Pendidikan UNNES;
- Menimbang : Usulan Ketua Jurusan/Prodi Ilmu Hukum/Ilmu Hukum Tanggal 21 November 2014

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

PERTAMA :

Menunjuk dan menugaskan kepada:

Nama : WASPIAH, S.H., M.H.

NIP : 198104112009122002

Pangkat/Golongan : III/B

Jabatan Akademik : Asisten Ahli

Sebagai Pembimbing

Untuk membimbing mahasiswa penyusun skripsi/Tugas Akhir :

Nama : SEKAR HAYU EDININGTYAS

NIM : 8111411231

Jurusan/Prodi : Ilmu Hukum/Ilmu Hukum

Topik : Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia Dilihat dari Undang- Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi di PAsar Johar Semarang)

KEDUA :

Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Tembusan

1. Pembantu Dekan Bidang Akademik
2. Ketua Jurusan
3. Petinggal



8111411231

FM-03-AKD-24/Rev. 00 ...

DITETAPKAN DI : SEMARANG

PADA TANGGAL : 25 November 2014

DEKAN



Drs. Santono Sahlan, M.H.

NIP 195308251982031003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS HUKUM

Gedung K1 Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang 50229
Telp/Fax. (024) 8507891-70709205
Email : fh@unnes.ac.id, Website : www.fh.unnes.ac.id, twitter:
@fh_unnes



Certificate ID:1101504
Certificate ID:1101504.01

SURAT IZIN PENELITIAN

No. Dokumen FM-05-AKD-24	No. Revisi 01	Hal 1 dari 1	Tanggal Terbit 1. September 2012
-----------------------------	------------------	-----------------	-------------------------------------

No : 782 / UN37.1.8 / LT / 2015
Hal : Ijin Penelitian

17 Februari 2015

Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Semarang

Dengan hormat,

Bersama ini, kami mohon ijin pelaksanaan penelitian untuk penyusunan skripsi/Tugas Akhir oleh mahasiswa sebagai berikut:

Nama : **SEKAR HAYU EDININGTYAS**

NIM : 8111411231

Prodi : Ilmu Hukum

Judul : Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia
Dilihat dari Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di
Pasar Johar Semarang)

Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Drs. Sartono Sahlan, M.H.

NIP. 195308251982031003

Tembusan :
Pembantu Dekan I Fakultas Hukum Unnes



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS HUKUM
Gedung K1 Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang 50229
Telp/Fax. (024) 8507891-70709205
Email : fh@unnes.ac.id, Website : www.fh.unnes.ac.id, twitter:
@fh_unnes



SURAT IZIN PENELITIAN

No. Dokumen FM-05-AKD-24	No. Revisi 01	Hal 1 dari 1	Tanggal Terbit 1 Setember 2012
-----------------------------	------------------	-----------------	-----------------------------------

No : 1089 / UN37.1.8 / LT / 2015
Hal : Ijin Penelitian

09 Maret 2015

Yth. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang

Dengan hormat,

Bersama ini, kami mohon ijin pelaksanaan penelitian untuk penyusunan skripsi/Tugas Akhir oleh mahasiswa sebagai berikut:

Nama : **SEKAR HAYU EDININGTYAS**

NIM : 8111411231

Prodi : Ilmu Hukum S1

Judul : Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia
Dilihat Dari Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di
Pasar Johar Semarang)

Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Tembusan :
Pembantu Dekan I Fakultas Hukum Unnes



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS HUKUM

Gedung K1 Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang 50229
Telp/Fax: (024) 8507891-70709205
Email : fh@unnes.ac.id, Website : www.fh.unnes.ac.id, twitter:
@fh_unnes



Certificate 011101904
Certificate 011101904 01

SURAT IZIN PENELITIAN

No. Dokumen FM-05-AKD-24	No. Revisi 01	Hal 1 dari 1	Tanggal Terbit 1 September 2012
-----------------------------	------------------	-----------------	------------------------------------

No : 1090 / UN37.1.8 / LT / 2015
Hal : Ijin Penelitian
09 Maret 2015

Yth. Kepala Kantor Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Jawa Tengah

Dengan hormat,

Bersama ini, kami mohon ijin pelaksanaan penelitian untuk penyusunan skripsi/Tugas Akhir oleh mahasiswa sebagai berikut:

Nama : **SEKAR HAYU EDININGTYAS**
NIM : 8111411231
Prodi : Ilmu Hukum S1
Judul : Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia
Dilihat Dari Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di
Pasar Johar Semarang)

Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Dekan,
Drs. Sartono Sahlan, M.H.

NIP. 195308251982031003

Tembusan :
Pembantu Dekan I Fakultas Hukum Unnes



PEMERINTAH KOTA SEMARANG
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Pemuda No. 175 Semarang Telp. 3584045 Hunting: 3584077
PWA: 2601,2602,2603,2604,2605,2606 Fax: 3584045

REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/264/III/2015

- I. Dasar
 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tanggal 20 Desember 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 2. Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 13 tahun 2008, Tanggal 7 Nopember 2008 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kota Semarang.
 3. Peraturan Walikota Semarang Nomor 44 Tahun 2008 Tanggal 24 Desember 2008 tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kota Semarang.
- II. Memperhatikan :
 - Surat Dari Dekan Fakultas Hukum UNNES
Nomor : 782/UN37.1.8/LT/2015
Tanggal : 17 Februari 2015
- III. Pada Prinsipnya kami **TIDAK KEBERATAN / DAPAT MENERIMA** atas Pelaksanaan Penelitian / Survey di Kota Semarang.
- IV. Yang dilaksanakan oleh :
 1. Nama : **Sekar Hayu Ediningtyas**
 2. Kebangsaan : Indonesia
 3. Alamat : Puri Dinar Elok B 12/5 Meteseh, Semarang
 4. Pekerjaan : Mahasiswa
 5. Penanggungjawab : Drs Sartono Sahlan MH
 6. Judul Penelitian : "Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Dilihat Dari Undang-Undang No. 15 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar)."
 7. Lokasi : Kota Semarang
- V. Ketentuan yang harus ditaati adalah :
 1. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Setempat/Lembaga Swasta yang akan dijadikan obyek lokasi untuk mendapatkan petunjuk seperlunya dengan menunjukkan Surat Pemberitahuan ini

2. Pelaksanaan survey / riset tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan. Untuk penelitian yang mendapat dukungan dana sponsor baik dari dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat mengajukan perijinan. Tidak membahas masalah Politik dan atau Agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.
 3. Surat rekomendasi dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku atau obyek penelitian menolak untuk menerima Peneliti.
 4. Setelah survey / riset selesai supaya menyerahkan hasilnya kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Semarang
- VI. Surat Rekomendasi Penelitian / Riset ini berlaku dari :
Tanggal 3 Maret 2015 s/d 3 Mei 2015
- VII. Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Semarang, 3 Maret 2015

A.n Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kota Semarang
Sekretaris



Rizal Purjono
Drs. R. DJATI PRJONO, MSi
Pembina Tk. I
NIP 19610214 198603 1 009

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**PERLINDUNGAN HUKUM PENIRUAN MEREK DAGANG TERKENAL ASING
DI INDONESIA DILIHAT DARI UNDANG-UNDANG NO. 15 TAHUN 2001
TENTANG MEREK (STUDI DI PASAR JOHAR SEMARANG)**

Informan : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang

Pengantar :

Dihadapan Bpk/Ibu/Sdr. Terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Dilihat Dari Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang). Atas kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Identitas informan : N a m a :

 Pangkat :

 Jabatan :

 Masa Kerja :

 Pendidikan Terakhir :

 Tempat Tgl lahir :

 Alamat / Tlp. :

1. Bagaimana peran Disperindag terhadap peredaran perdagangan merek palsu/ tiruan yang ada di Kota Semarang.
2. Apasaja faktor penghambat pihak Disperindag dalam penegakan perlindungan hukum merek terkenal?
3. Apa saja yang ditempuh Ditjen HKI untuk mengatasi hambatan- hambatan yang timbul tersebut?
4. Menurut Anda apa faktor pelanggaran merek sehingga rapuhnya penegakan hukum merek dagang terkenal asing di Indonesia khususnya Kota Semarang?
5. Di kota Semarang Pasar Tradisional mana saja yang terindikasi menjual merek palsu?
6. Bagaimana upaya yang dilakukan pihak terkait dalam hal ini Disperindag untuk mencegah peniruan merek dagang terkenal asing di Pasar Johar Semarang?
7. Pernahkah Disperindag sebagai instansi Dinas pengawasan peredaran barang memberikan penyuluhan terhadap pedagang yang menjual merek palsu?
8. Menurut Anda apa faktor pedagang menjual merek palsu?
9. Ada berapa jumlah industri di Kota Semarang yang terindikasi memproduksi merek palsu/ tiruan?
10. Apa sajakah peran pemerintah daerah khususnya Disperindag dalam menangani masalah peniruan merek?
11. Apakah Disperindag membantu menangani apabila terjadi pelanggaran merek dagang asing?

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**PERLINDUNGAN HUKUM PENIRUAN MEREK DAGANG TERKENAL ASING
DI INDONESIA DILIHAT DARI UNDANG-UNDANG NO. 15 TAHUN 2001
TENTANG MEREK (STUDI DI PASAR JOHAR SEMARANG)**

Informan : Direktorat Merek Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Departemen
Hukum dan HAM Kantor Wilayah Kota Semarang

Pengantar :

Dihadapan Bpk/Ibu/Sdr. Terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Dilihat Dari Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang). Atas kerjasamanya, kami ucapkan terimakasih.

Identitas informan :

N a m a :

Pangkat :

Jabatan :

Masa Kerja :

Pendidikan Terakhir :

Tempat Tgl lahir :

Alamat / Tlp. :

1. Bagaimana perlindungan hukum merek terkenal dan merek terkenal asing yang ada di Indonesia? Apa yang membedakannya ?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi suatu merek yang telah terdaftar khususnya merek dagang terkenal asing?
3. Apakah perlindungan hukum tersebut sudah sesuai dengan yang tertera di Undang-Undang Merek?
4. Menurut Anda apakah pemegang hak merek, hak nya sudah terlindungi/ terpenuhi?
5. Menurut Anda apa faktor pelanggaran merek sehingga rapuhnya penegak hukum?
6. Pihak mana saja yang harusnya turut serta melindungi perlindungan hukum merek selain Ditjen HKI?
7. Pihak mana saja yang dirugikan dalam pelanggaran HKI khususnya terhadap peniruan/ pemalsuan merek dagang?
8. Bagaimana upaya yang dilakukan pihak terkait dalam hal ini Ditjen HKI untuk mencegah peniruan merek dagang terkenal asing di Pasar Johar Semarang?
9. Bagaimana penanganan pemberatasan peredaran barang palsu?
10. Pernahkah pihak Ditjen HKI memberikan penyuluhan terhadap pedagang yang menjual merek palsu?
11. Apa yang menjadi hambatan dalam melaksanakan perlindungan merek terkenal asing?
12. Langkah apa saja yang ditempuh Ditjen HKI untuk mengatasi hambatan-hambatan yang timbul tersebut?

13. Ada berapa jumlah data merek dagang terkenal yang masuk dalam Pengarsipan Ditjen HKI?(5 tahun terakhir)
14. Apakah sudah pernah terjadi pelaporan dari pihak pemegang merek yang merasa dirugikan?
15. Bila pernah terjadi, Jalur yang ditempuh dalam sengketa merek?
16. Apa sajakah peran pemerintah daerah khususnya Ditjen HKI dalam menangani masalah peniruan merek?
17. Apakah Ditjen HKI membantu menangani apabila terjadi pelanggaran merek dagang asing?
18. Apa faktor penghambat penanganan sengketa merek dagang terkenal asing?
19. Bagaimana langkah pemerintah dan Ditjen HKI untuk mencegah terjadinya pelanggaran suatu merek?
20. Apa Sanksi Pedagang yang menjual merek palsu?
21. Selain Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek, pengaturan apa saja yang melindungi merek terkenal asing?
22. Bagaimana peran PPNS (Penyidik Pegawai Negeri Sipil) kemenkumham dalam penegakan hukum. Prosedurnya?
23. Saat ini banyak sekali terjadi kasus pembajakan terhadap merek palsu terhadap merek terkenal asing yang dengan bebas dijual di pasar-pasar. Bagaimana tanggapannya?

PENGINDANGAN HUKUM PENYALINAN MERK DAGANG TERKENAL ASING DI PASAR INDONESIA DILIHAT DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 13 TAHUN 2001 TENTANG MERK (STUDI
DI PASAR JORAH SEMARANG)

Indagang di Pasar Jorah Semarang

Identitas Responden :

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :

No.	Pertanyaan	Jawaban		
1	Apakah Anda mengetahui produk-produk yang Anda jual produk Asli atau Palsu?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
2	Apakah Anda mengetahui Undang-Undang Merek?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
3	Apakah Anda pernah melanggar ketentuan Undang-Undang No.13 Tahun 2001 Tentang Merek	<input type="checkbox"/> Pernah	<input type="checkbox"/> Tidak Pernah	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
4	Apakah dalam penjualan barang palsu, pihak pedagang memperhatikan ketentuan Undang-Undang Merek yang berlaku?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
5	Apakah Anda mendapat masalah dari menjual barang palsu?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
6	Apakah Anda bisa membedakan barang asli atau palsu?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
7	Apakah dalam penjualan Anda memperhatikan kepada pembeli mengenai barang palsu?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
8	Apakah pernah ada rasa yg dilakukan oleh penjual lainnya?	<input type="checkbox"/> Ya Pernah	<input type="checkbox"/> Tidak Pernah	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
9	Sejauh mana jika perbedaan barang palsu diabaikan?	<input type="checkbox"/> Ya, Selalu	<input type="checkbox"/> Tidak Selalu	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
10	Apakah Anda mengetahui bahwa menjual barang palsu adalah pelanggaran?	<input type="checkbox"/> Ya, Tahu	<input type="checkbox"/> Tidak Tahu	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
11	Apakah Anda mengetahui bahwa ada sanksi menjual barang palsu?	<input type="checkbox"/> Ya, Tahu	<input type="checkbox"/> Tidak Tahu	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
12	Bila Anda mengetahui menjual barang palsu melanggar hukum, mengapa anda masih tetap menjual barang palsu?	<input type="checkbox"/> Banyak Peluang <input type="checkbox"/> Keuntungan yang besar	<input type="checkbox"/> Selalu Sama	<input type="checkbox"/> Tidak Menjawab
13	Dari mana biasanya Anda mendapatkan barang palsu?	Jelaskan:		
14	Bagaimana cara membedakan barang Palsu atau Asli ?	Jelaskan:		

jenis Barang yang diteliti

1	Pakaian (Baju)	<input type="checkbox"/> Zara <input type="checkbox"/> Mango	<input type="checkbox"/> GAP <input type="checkbox"/> Calvin Klein	<input type="checkbox"/> Gucci <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Asli <input type="checkbox"/> Palsu	Sebaiknya:
2	Pakaian (Celana)	<input type="checkbox"/> Wrangler <input type="checkbox"/> Levi's	<input type="checkbox"/> Hennes <input type="checkbox"/> Polo	<input type="checkbox"/> Point One <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Asli <input type="checkbox"/> Palsu	Sebaiknya:
3	Topi	<input type="checkbox"/> Adidas <input type="checkbox"/> Converse	<input type="checkbox"/> Nike <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Polo <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Asli <input type="checkbox"/> Palsu	Sebaiknya:
4	Tas	<input type="checkbox"/> Chanel <input type="checkbox"/> Furla	<input type="checkbox"/> Kipling <input type="checkbox"/> Calvin Klein	<input type="checkbox"/> Louis Vuitton <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Asli <input type="checkbox"/> Palsu	Sebaiknya:
5	Sepatu Tangan	<input type="checkbox"/> Holes <input type="checkbox"/> G-Shock	<input type="checkbox"/> Ripstair <input type="checkbox"/> Serkin	<input type="checkbox"/> Fossil <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Asli <input type="checkbox"/> Palsu	Sebaiknya:
6	Sandal	<input type="checkbox"/> Crocs <input type="checkbox"/> Volcano	<input type="checkbox"/> Nike <input type="checkbox"/> Billabong	<input type="checkbox"/> Adidas <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Asli <input type="checkbox"/> Palsu	Sebaiknya:
7	Sepatu	<input type="checkbox"/> Adidas <input type="checkbox"/> Converse	<input type="checkbox"/> Nike <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> New Balance <input type="checkbox"/> Loro-loro	<input type="checkbox"/> Asli <input type="checkbox"/> Palsu	Sebaiknya:

FAKULTAS HUKUM
 UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
 PERLINDUNGAN HUKUM PENIRUAN MEREK DAGANG TERKENAL ASING DI INDONESIA DILIHAT DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001
 TENTANG MEREK (STUDI DI PASAR JOHAR SEMARANG)

Pembeli di Pasar Johar Semarang

Identitas Responden :

Nama
 Umur
 Pekerjaan
 Alamat

No	Pertanyaan	Jawaban			
1	Pernakah Anda membeli Barang Palsu?	<input type="checkbox"/> Pernah	<input type="checkbox"/> Tidak pernah		
2	Anda Lebih memilih barang asli Palsu?	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> KW/ Palsu		
3	Apakah Anda Mendapat manfaat dari membeli barang palsu?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak		
4	Apakah Anda dapat membedakan barang asli atau palsu?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak bisa		
5	Apakah anda mengetahui tentang Undang-Undang Merek?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak		
6	Apakah anda pernah mengalami masalah hukum ketika membeli barang palsu?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak		
7	Apakah Anda setuju jika peredaran barang palsu dihentikan?	<input type="checkbox"/> Ya, Semua	<input type="checkbox"/> Tidak Setuju		
8	Apakah dalam pengualan barang palsu, pihak konsumen mengutamakan mengenai Undang-Undang Merek yg berlaku?	<input type="checkbox"/> Ya	<input type="checkbox"/> Tidak		
9	Dimana biasanya Anda membeli barang palsu?	<input type="checkbox"/> Pasar	<input type="checkbox"/> Mall		
10	Seberapa sering Anda membeli barang palsu?	<input type="checkbox"/> Online Shop	<input type="checkbox"/> Lain-lain		
11	Alasan menggunakan barang palsu?	<input type="checkbox"/> Kadang-kadang	<input type="checkbox"/> Sering		
		<input type="checkbox"/> Harga Terlalu Kaki	<input type="checkbox"/> Mengikuti Tren		
		<input type="checkbox"/> Masih ada Tren	<input type="checkbox"/> Tidak Memilih		
Jenis Barang yang dimiliki					
1	Pakaian (Baju)	<input type="checkbox"/> Zara	<input type="checkbox"/> Levi's	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Hennes	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
2	pakaian (Celana)	<input type="checkbox"/> Wrangler	<input type="checkbox"/> Hennes	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Polo	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
3	Topi	<input type="checkbox"/> Adidas	<input type="checkbox"/> Nike	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Converse	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
4	Paia	<input type="checkbox"/> Chanel	<input type="checkbox"/> DG	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Puffa	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
5	Jam Tangan	<input type="checkbox"/> Rolex	<input type="checkbox"/> Rip Curl	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Altra	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
6	Sepatu Sambal	<input type="checkbox"/> Adidas	<input type="checkbox"/> Nike	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Converse	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
7	Sepatu (High Heigh)	<input type="checkbox"/> Adidas	<input type="checkbox"/> Nike	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Converse	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
8	Elektronis	<input type="checkbox"/> LG	<input type="checkbox"/> Samsung	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu
		<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Lain-lain	<input type="checkbox"/> Asli	<input type="checkbox"/> Palsu



PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jl. Pemuda No. 175 Semarang (Lantai 4) Telp. (024) 3584084, Fax. (024) 3584083

SURAT KETERANGAN

Nomor : 518 / 827

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : SEKAR HAYU EDININGTYAS
NIM : 8111411231
Prodi : Ilmu Hukum S1
Universitas : Universitas Negeri Semarang

Telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi/Tugas Akhir dengan judul "Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia Dilihat dari Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di Pasar Johar Semarang).

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 21 April 2015

A.n Kepala Dinas Perindustrian dan
Perdagangan Kota Semarang
Kabid. Perlindungan Konsumen dan Kemetrolgian





KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR WILAYAH JAWA TENGAH

Jalan dr. Cipto no. 64 Semarang
Telepon & Faksimili: (024) 3548773

11 Agustus 2015

Nomor : W.13.HI.01.01- 1340
Lampiran : -
Hal : Ijin Penelitian

Yth. Dekan
Fakultas Hukum
Universitas Negeri Semarang
Gd. K1 Kampus Sekaran Gunungpati,
Semarang 50229

Menindaklanjuti surat Dekan Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang tanggal 17 Februari 2015 nomor 781/UN37.1.B/LT/2015 perihal Ijin Penelitian, dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Sekar Hayu Ediningtyas
NIM : 8111411231
Prodi : Ilmu Hukum
Judul : Perlindungan Hukum Peniruan Merek Dagang Terkenal asing di Indonesia Di lihat dari Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di Pasar Johar Semarang)

telah melaksanakan penelitian pada bagian Sub bidang Pelayanan Hukum Umum, Divisi Pelayanan Hukum dan HAM Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Jawa Tengah.

Atas perhatian Saudara, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Kepala Kantor Wilayah
Kepala Divisi Pelayanan Hukum dan HAM,



Henyanto

NIP 196211131986031001

Tembusan:

1. Kepala Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Tengah (sebagai laporan);
2. Sdri. Sekar Hayu Ediningtyas (mahasiswa);

PENDAFTARAN MEREK

PERSYARATAN PENDAFTARAN :

1. MENGISI FORMULIR RANGKAP 5 (LIMA)
2. MEMBUAT SURAT PERNYATAAN KEPEMILIKAN MEREK DIATAS MATERAI Rp. 6.000 ,-
3. MELAMPIRKAN ETIKET MEREK SEBANYAK 30 (TIGA PULUH) LEMBAR UKURAN MAX. 9X9 cm, MIN. 2X2 cm;
4. MELAMPIRKAN FOTOCOPI KTP SEBANYAK 2 (DUA) LEMBAR ;
5. MELAMPIRKAN FOTOCOPI AKTA BADAN HUKUM APABILA PEMOHON BADAN HUKUM (dilegalisir/Notaris) RANGKAP 2 (DUA) ;
6. MELAMPIRKAN SURAT KUASA APABILA PERMOHONAN MELALUI KUASA (Konsultan HKI terdaftar) ;
7. MELAMPIRKAN BUKTI PEMBAYARAN BIAYA PNBP (ASLI) DAN FOTOCOPI MELALUI BANK BRI CAB. JAKARTA WARUNG BUNCIT ATAS NAMA DITJEN HKI NOMOR REKENING. 1624.01.000004.30.8

▶	➤ UMKM	Rp. 600.000
	➤ NON UMKM	Rp. 1.000.000

PERPANJANGAN MEREK

PERSYARATAN PENDAFTARAN :

1. MENGISI FORMULIR PERPANJANGAN RANGKAP 5 (LIMA)
2. MEMBUAT SURAT PERNYATAAN KEPEMILIKAN MEREK DIATAS MATERAI Rp. 6.000 ,- RANGKAP 2 (DUA)
3. MELAMPIRKAN ETIKET MEREK SEBANYAK 30 (TIGA PULUH) LEMBAR UKURAN MAX. 9X9 cm, MIN. 2X2 cm;
4. MELAMPIRKAN FOTOCOPI KTP SEBANYAK 2 (DUA) LEMBAR ;
5. MELAMPIRKAN FOTOCOPI SERTIFIKAT MEREK TERDAFTAR 3 (TIGA) LEMBAR
6. MELAMPIRKAN FOTOCOPI AKTA BADAN HUKUM APABILA PEMOHON BADAN HUKUM (dilegalisir Notaris) RANGKAP 2 (DUA) ;
7. MELAMPIRKAN SURAT KUASA APABILA PERMOHONAN MELALUI KUASA (Konsultan HKI terdaftar) ;
8. MELAMPIRKAN BUKTI PEMBAYARAN BIAYA PNBP (ASLI) DAN FOTOCOPI MELALUI BANK BRI CAB. JAKARTA WARUNG BUNCIT ATAS NAMA DITJEN HKI NOMOR REKENING. 1624.01.000004.30.8

▶	PERPANJANGAN MEREK	
	➤ UMKM	
	➤ NON UMKM	Rp. 2.000.000

PERMINTAAN PENDAFTARAN MEREK

Lembar

* Tgl. Masuk :	* Untuk Permohonan Merek :
* No. Agenda :	* Tgl. Penerimaan Permohonan :

Nama, Kewarganegaraan dan Alamat Pemilik Merek :

Nama dan Alamat Kuasa :

Alamat yang dipilih di Indonesia (Diisi untuk pemilik merek yang tidak bertempat tinggal di Indonesia) :

Nama Negara dan tanggal Permohonan Pendaftaran merek yang pertama kali (Diisi untuk Permohonan pendaftaran yang diajukan dengan hak prioritas) :

Warna –warna etiket :	Etiket Merek
Arti bahasa/huruf/angka Asing dalam etiket merek :	
Kelas Barang / Jasa :	

Jenis Barang / Jasa :

• Diisi oleh kantor merek

..... 2015
Pemohon/kuasa,

Tanda tangan :

PERMINTAAN PERPANJANGAN PENDAFTARAN MEREK

Lembar

* Tgl. Masuk :	* Untuk Perpanjangan Merek :
* No. Agenda :	* Tgl. Penerimaan Permohonan :

Nama, Kewarganegaraan dan Alamat
Pemilik Merek :

Nama dan Alamat Kuasa :

Alamat yang dipilih di Indonesia
(Diisi untuk pemilik merek yang
tidak bertempat tinggal di Indonesia)

	Warna-warna etiket :
	Arti bahasa/huruf/angka asing dalam etiket merek :
	Nomor, tanggal, Bulan dan tahun Pendaftaran merek yang dimintakan Perpanjangan :
	Nomor : Tanggal :
	Kelas Barang / Jasa :

Jenis barang/Jasa :

* Diisi oleh Kantor Merek

..... 2015

Pemilik/kuasa :

Tanda tangan :

Nama lengkap :

**PERMOHONAN PENCATATAN PERUBAHAN /PEMBETULAN
ALAMAT MEREK TERDAFTAR**

Perkenankanlah kami (Nama Yang Memiliki Merek), dalam hal ini bertindak sebagai pemilik merek terdaftar yang beralamat di (alamat Pemegang Merek terdaftar) guna mengurus permohonan pencatatan perubahan/pembetulan alamat sebagai berikut :

N a m a Merek :

Nomor yang terdaftar
merek yang dimohonkan
pencatatan perubahan alamat :

Alamat Lama :

Alamat Baru :

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

..... 2014

Pemilik Merek

Meterai 6000

.....

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a :

Alamat :
.....
.....

dengan ini menyatakan bahwa merek daftar nomor : Kelas :
yang dimintakan perpanjangan jangka waktu perindungannya masih digunakan pada barang
yang diproduksi atau diperdagangkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya.

..... 2015

Pemilik Merek

Meterai 6000

.....