

NAMA : RANINA BILL MA'FU
NIM : 212040100068
PRODI : HUKUM A-1

Melangkah Maju atau Terjebak dalam Sengketa Merk: Membuka Jalan bagi Pelindungan Kreativitas dan Persaingan yang Sehat di Indonesia

Pendahuluan

Persaingan usaha di dalam dunia bisnis merupakan suatu hal yang lazim dialami oleh para pelaku usaha. Terkadang persaingan dilakukan dengan cara-cara yang tidak sehat, salah satunya dengan mendompleng merek pihak lain. Maka apabila ini terjadi, sengketa merek pun tidak terelakkan.

Oleh karena itu, Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, Kurniaman Telaumbanua menyampaikan pentingnya bagi para pelaku usaha untuk mengetahui serta memahami apa yang harus dilakukan ketika mereknya bersengketa. Sengketa merek dapat diselesaikan melalui gugatan di pengadilan atau penyelesaian sengketa alternatif seperti arbitrase.[1]

Metode penelitian

Penulisan ini menggunakan metode yuridis normatif. Dalam penelitian ini memiliki kebaharuan yaitu pembahasan lebih mengkhususkan tentang regulasi merek terkenal di Indonesia atas dasar persamaan pada pokoknya dan tanggung jawab lembaga negara yaitu DJKI terhadap merek yang di batalkan oleh pengadilan karena memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal. Hasil penelitian yaitu untuk perlindungan hukum terhadap merek terkenal saat ini di atur sebatas kriteria merek terkenal, larangan melakukan tindakan yang mengandung unsur persamaan pada pokoknya dengan merek terkenal dan upaya represif berupa hak melapor kepada pengadilan yang di miliki oleh merek terkenal, hal ini tertuang di dalam UU No. 20 tahun 2016 tentang merek dan Indikasi geografis, Permenkumham No. 67 tahun 2016 tentang pendaftaran merek serta Yurisprudensi Mahkamahh Agung No. 022/HKI/2012. Bentuk tanggung jawab dari DJKI adalah dengan menjalankan putusan pengadilan, melakukan penyuluhan hukum dan dapat di pidana sesuai ketentuan KUHP.[2]

Pembahasan

Ekonomi Kreatif merupakan kegiatan perekonomian yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu dalam hal untuk menciptakan kesejahteraan serta membuka lapangan pekerjaan dengan cara menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Dalam dunia perdagangan, sektor bisnis pada setiap usahanya pasti memiliki kekayaan intelektual didalamnya, termasuk produk-produk yang dihasilkan oleh komunitas ekonomi kreatif yang pada umumnya mempunyai suatu merek dagang. Namun sebagian besar pelaku ekraf belum mendaftarkan merek produknya, maka dipandang perlu penelitian tentang arti penting perlindungan merek terdaftar bagi komunitas penghasil produk ekonomi kreatif. Penelitian ini merupakan penelitian doktrinal, yaitu penelitian yang menggunakan pendekatan yuridis empiris dimana penelitian dilakukan di di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Provinsi Jawa Tengah, Dinas Koperasi dan UMK Kota Semarang dan komunitas pelaku ekonomi kreatif di Kota Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa Merek sebagai salah satu Hak Kekayaan Intelektual yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perdagangan guna menghindari persaingan usaha yang tidak sehat, hal ini disebabkan karena dengan adanya merek dapat dijadikan sebagai tanda untuk membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Perlindungan hukum terhadap merek perlu diberikan melalui perlindungan secara preventif dan perlindungan hukum secara represif. Terdapat hambatan-hambatan dalam implementasi pendaftaran merek pada produk ekonomi kreatif baik yang dialami oleh pelaku ekonomi kreatif maupun instansi terkait yakni meliputi hambatan internal dan hambatan eksternal serta upaya dalam mengatasinya.[3]

I. Pentingnya Pelindungan Merek dalam Mengamankan Kreativitas dan Persaingan yang Sehat

Agar dapat membedakan suatu merek atau hasil karya sebagai dasar adanya merek, bisa juga dikatakan sebagai identitas barang untuk mengidentifikasi asal barang tersebut, dan menghindari pencurian merek

II. Tantangan dalam Pelindungan Merek di Indonesia

Penjelasan mengenai tantangan yang dihadapi dalam pelindungan merek di Indonesia, seperti pengajuan merek yang berlebihan, praktik pembajakan, dan kurangnya kesadaran akan pentingnya melindungi merek. Juga, perbedaan pendapat dan sengketa merk yang dapat muncul antara pemilik merek.

III. Perlindungan Hukum Merek di Indonesia

Pengenalan terhadap dasar hukum pelindungan merek di Indonesia, termasuk Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Penjelasan mengenai proses pendaftaran merek, hak-hak eksklusif

yang diberikan kepada pemilik merek terdaftar, dan tindakan hukum yang dapat diambil untuk melawan pelanggaran merek.[4]

Kesimpulan

Menggarisbawahi pentingnya langkah-langkah yang diambil oleh Indonesia untuk melangkah maju dalam membangun sistem perlindungan merek yang kuat dan membuka jalan bagi perlindungan kreativitas dan persaingan yang sehat. Memastikan perlindungan merek yang efektif akan memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan, mendorong inovasi, dan memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek.[5]

Daftar Referensi:

- [1] “Agenda KI.” <https://dgip.go.id/index.php/artikel/detail-artikel/pelaku-usaha-perlu-pahami-proses-hukum-dalam-sengketa-merek?kategori=agenda-ki> (diakses 19 Juli 2023).
- [2] M. S. Afif dan H. Sugiyono, “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK TERKENAL DI INDONESIA,” *J. USM LAW Rev.*, vol. 4, no. 2, Art. no. 2, Nov 2021, doi: 10.26623/julr.v4i2.4097.
- [3] W. G. Balqis dan B. Santoso, “Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif,” *J. Pembang. Huk. Indones.*, vol. 2, no. 2, hlm. 205–221, Mei 2020, doi: 10.14710/jphi.v2i2.205-221.
- [4] “Permenkumham No. 67 Tahun 2016,” *Database Peraturan | JDIH BPK*. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/133289/permenkumham-no-67-tahun-2016> (diakses 19 Juli 2023).
- [5] N. E. Safitri, M. T. Multazam, R. R. Phahlevy, dan K. Z. Abduvalievich, “Virtual Objects Trading in Indonesia: Legal Issues on Ownership and Copyright,” dalam *Proceedings of the International Conference on Intellectuals’ Global Responsibility (ICIGR 2022)*, T. T. Y. Alabdullah, M. I. Awang, B. Sobirov, M. T. Multazam, dan M. D. K. Wardana, Ed., dalam *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 750. Paris: Atlantis Press SARL, 2023, hlm. 713–721. doi: 10.2991/978-2-38476-052-7_76.