

“KASUS HAK MEREK PT AQUA (SEBAGAI MEREK TERKENAL) & PEMENUHAN HAK KONSUMEN DALAM PERLINDUNGAN HAK MEREK”

**Wan Annisa Zul Husna¹ Elma Suzana Sinaga² Reh Bungana Beru
Perangain-angin³**

*Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Universitas Negeri Medan*

wanannisazulhusna@gmail.com¹

sinagaelma043@gmail.com²

rehbungana@gmail.com³

Abstrak

Dunia perdagangan dan teknologi yang semakin maju dan berkembang serta kebutuhan akan barang konsumsi sangatlah diperlukan. Merek sebagai pembedan antara produk sejenis lainnya, sehingga ada merek yang sudah didaftarkan dan memiliki goodwill serta diakui oleh masyarakat. Undang undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek sebagai wadah melindungi pemegang hak atas merek dan juga melarang orang lain menggunakan merek tersebut , dengan salah satu tujuan menciptakan kepastian hukum dan lahir inovasi-inovasi yang berkembang khususnya dalam perdagangan. Pada masa Pandemi Covid-19 industri perdagangan dunia mengalami keterpurukan penjualan produksinya salah satunya produk Aqua yang praktis dalam pemasaran produksinya dimana produk lain telah melakukan perbuatan passing off dari merek terkenal Aqua sehingga terjadilah pelanggaran merek tersebut dalam bentuk pelanggaran penahanan umum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk pelanggaran merek terkenal Aqua serta untuk mengetahui perlindungan hukum merek Aqua selama tahun 2017 sampai tiga tahun belakangan ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kepustakaan (library research). Metode penelitian kepustakaan ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Hasil penelitian untuk menanggulangi suatu pelanggaran merek. Aqua merupakan merek air minum terdaftar dan terkenal di Indonesia. Produk dengan merek terkenal lebih mudah dipasarkan sehingga mendatangkan banyak keuntungan financial bagi perusahaan. Pelanggaran merek yang mirip dengan pemalsuan merek adalah peniruan label dan kemasan produk. Pelaku peniruan ini bukanlah seorang kriminal tetapi lebih kepada pesaing yang melakukan perbuatan curang. Pelaku peniruan berusaha mengambil keuntungan dengan cara memirip-miripkan produknya dengan produk pesaingnya atau menggunakan merek yang begitu mirip sehingga dapat menyebabkan kebingungan di masyarakat.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Merek Terkenal Aqua

PENDAHULUAN

Kebutuhan adanya perlindungan hukum atas merek semakin berkembang dengan sangat pesat setelah banyaknya orang yang melakukan peniruan. Terlebih pula setelah dunia perdagangan semakin maju. Serta alat transportasi yang semakin baik, juga dengan dilakukannya promosi maka wilayah pemasaran barang pun menjadi lebih luas lagi. Keadaan seperti itu menambah pentingnya merek, yaitu membedakan asal-usul barang dan kualitasnya, juga menghindarkan dari peniruan. Pada gilirannya perluasan pasar seperti itu juga memerlukan penyesuaian dalam sistem perlindungan hukum terhadap merek yang digunakan pada produk yang diperdagangkan (Nasir & Haryanto, n.d.).

Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapat kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan serta semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya dari pasar.

Merek adalah sesuatu yang ditempelkan atau dilekatkan pada suatu produk. Tetapi merek bukan produk itu sendiri. Seringkali setelah barang dibeli, mereknya tidak dapat dinikmati oleh pembeli. Hak atas merek diberikan hanya pada orang yang memang berhak, didalamnya mengandung suatu penguasaan mutlak. Meski sifatnya tidak berwujud, Hak milik itu bersifat kebendaan yaitu mutlak/absolute dan *droit de suite* artinya hak yang mengikuti pemiliknya atau pihak yang berhak dan dapat dipertahankan kepada setiap orang. (Hukum Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Penggunaan, n.d.)

Sekarang ini dalam praktek bisnis atau usaha di Indonesia telah terjadi persaingan yang sangat ketat diantara sesama pelaku usaha. Pada hakekatnya persaingan diantara pelaku usaha merupakan sesuatu yang wajar atau merupakan hal yang biasa terjadi terutama dalam dunia bisnis. Namun persaingan dalam melakukan suatu kegiatan usaha tidak selalu dilakukan dengan benar atau sesuai dengan peraturan yang ada, karena pada prinsipnya tujuannya adalah mencari dan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Sehingga untuk mewujudkan hal tersebut mereka menjalankan bisnis yang curang. Persaingan usaha merupakan sebuah proses dimana para pelaku usaha dipaksa untuk menjadi perusahaan yang efisien dengan menawarkan pilihan-pilihan produk dan jasa dengan harga yang lebih rendah. Persaingan hanya dimungkinkan bila ada dua pelaku usaha atau lebih yang menawarkan produk dan jasa kepada para konsumen dalam sebuah pasar.

Persaingan bisnis mengalami masa-masa yang sulit dalam era perdagangan global saat ini, banyak sekali terjadi pelanggaran merek yang terjadi di Indonesia selama masa Pandemi Covid-19 diantaranya pelanggaran merek terkenal AQUA dimana kata tersebut disalahgunakan untuk kepentingan perseorangan yang bersifat komersil merugikan pihak AQUA. Oleh karena itu, peranan hukum HKI yang merupakan benda eksklusif menjadi sangat penting dalam mengatasi pelanggaran merek tersebut, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan untuk mencegah kemungkinan adanya persaingan curang baik berupa peniruan, pembajakan, maupun pemanfaatan pemakaian HKI khususnya merek. Untuk hal ini dapatlah dilihat batasan benda dalam Pasal 499 BW, yang menentukan bahwa: Menurut paham undang-undang yang dinamakan kebendaan ialah, tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak, yang dapat dikuasai oleh hak milik. Untuk pasal ini, Menurut Mahadi menawarkan, seandainya dikehendaki rumusan lain dari pasal ini dapat diturunkan kalimat sebagai berikut: yang dapat menjadi objek hak milik adalah benda dan benda itu terdiri dari barang dan hak.

Sesuai dengan uraian pada latar belakang di atas, permasalahan yang akan dibahas, dirumuskan sebagai berikut: bagaimanakah bentuk pelanggaran merek terkenal AQUA selama tahun 2017 sampai tahun belakangan ini? Bagaimanakah perlindungan hukum merek AQUA selama tahun 2017 sampai tahun belakangan ini?

LANDASAN TEORI

Hak Kekayaan Intelektual

HKI (Hak Kekayaan Intelektual) atau dikenal juga dengan *Intellectual Property Rights* (IPRs) merupakan suatu hak ekonomis yang diberikan oleh hukum kepada seorang pencipta atau penemu atas suatu hasil karya dari kemampuan intelektual manusia. WIPO (*World Intellectual Property Organization*), sebuah lembaga internasional di bawah PBB yang fokus pada masalah HKI memberikan definisi sebagai berikut:

Intellectual property (IP) refers to creations of the mind: inventions, literary and artistic works, and symbols, names, images, and designs used in commerce (Wipo.Com, n.d.) Dari definisi tersebut menjelaskan bahwa kekayaan intelektual

merupakan kreasi pemikiran yang meliputi: invensi, sastra, dan seni, simbol, nama, gambar dan desain yang digunakan dalam perdagangan. (Khoirul Hidayah, 2017).

Pada pasal 27 (2) Deklarasi Hak Asasi Manusia sedunia pada tahun 1948 menyatakan bahwa "Setiap orang memiliki hak untuk mendapat perlindungan moral dan kepentingan material yang diperoleh dari produksi secara ilmiah, kesusastraan artistik dalam hal ide sebagai pencipta." Dalam hal ini hukum hak kekayaan intelektual melindungi karya-karya intelektual yang dihasilkan oleh para pencipta, pendesain atau investor yang dieksplotasi oleh pihak lain tanpa ijin, melindungi merek yang dimiliki seseorang atau suatu perusahaan yang mempresentasikan reputasi atau kualitas suatu barang atau jasa, melindungi informasi yang dinilai komersial atau bisnis, melindungi karya-karya yang timbul atau lahir dari intelektual manusia yang dibentuk dalam karya sastra, seni, ilmu pengetahuan dan invensi. Pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan bahwa hak kekayaan intelektual adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual. (Alfons Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum dan Hak Asasi Manusia Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Jl Raya Gandul & Barat Indonesia, n.d.)

Adapun cabang-cabang HKI yaitu: Hak Cipta, Hak Kekayaan Industri, Paten, Merek, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Rahasia Dadang, dan Varietas Tanaman.

Merek (*Brand*)

Merek telah menjadi elemen penting yang berkontribusi terhadap kesuksesan setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan bisnis maupun nirlaba, pamanufaktur maupun penyedia jasa, dan organisasi lokal maupun global. Dari pendapat Menurut William J. Stanton (dalam Rangkuti, 2004:36), merek adalah nama, istilah, simbol atau desain beberapa kombinasi unsur-unsur ini yang dirancang untuk mengidentifikasikan barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler (1997:63), Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual atau untuk membedakan dari produk pesaing. Merek atau brand dapat berupa nama, merek dagang, logo atau simbol lain. Berdasarkan UU Merek Dagang, penjual diberikan hak *ekslusif* untuk menggunakan merek selamanya. Jadi merek berbeda dari aktiva lain seperti paten atau hak cipta yang mempunyai batas waktu. Merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan *feature*, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli. (Sari, 2014).

Dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menjelaskan merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, hurufhuruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsurunsur tersebut yang memiliki daya

pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Pengertian merek pada UU yang baru, yaitu UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, mengalami perubahan dan memberikan penjelasan lebih lengkap yaitu tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. (Khoirul Hidayah, 2017)

Perbuatan Pelanggaran Merek Menurut UU Merek

Dalam membangun sebuah reputasi merek, terkadang memerlukan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang cukup lama serta hal lain yang juga tidak kalah penting bahwa reputasi yang baik akan menimbulkan kepercayaan dari konsumen. Perusahaan-perusahaan cenderung berupaya untuk mencegah orang/perusahaan lain untuk menggunakan merek tersebut dalam produk-produknya. Adapun perbuatan-perbuatan yang dilarang yang termasuk dalam ruang lingkup tindak pidana merek menurut UU Merek, antara lain:

1. Pasal 90 mengatur ketentuan pidana terhadap perbuatan yang dilakukan oleh siapa pun juga dalam hal ini dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/ atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.
2. Pasal 91 mengatur ketentuan pidana terhadap perbuatan yang dilakukan oleh siapa pun juga dalam hal ini dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.
3. Pasal 92 yang terdapat 3 (tiga) ayat mengatur ketentuan pidana terhadap perbuatan sebagai berikut. Pada ayat (1) perbuatan yang dilarang yang termasuk dalam ruang lingkup tindak pidana merek yaitu: Tiap perbuatan yang dilakukan oleh siapa pun juga dalam hal ini dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar. Pada ayat (2) perbuatan yang dilarang yang termasuk dalam ruang lingkup tindak pidana merek yaitu: Tiap perbuatan yang dilakukan oleh siapa pun juga dalam hal ini dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi-geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar. Dan pada ayat (3) perbuatan yang dilarang yang termasuk dalam ruang lingkup tindak pidana merek yaitu: Terhadap pencantuman asal

sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan barang tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan indikasi-geografis.

4. Pasal 93 mengatur ketentuan pidana terhadap perbuatan yang dilakukan oleh siapa pun juga dalam hal ini 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 jasa tersebut.
5. Pasal 94 yang terdapat 2 (dua) ayat mengatur ketentuan pidana terhadap perbuatan sebagai berikut. Pada ayat (1) mengenai perbuatan yang dilarang yang termasuk dalam ruang lingkup tindak pidana merek yaitu: Tiap perbuatan yang dilakukan oleh siapa pun juga dalam hal ini memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana yang dimaksud pada pasal sebelumnya yaitu Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93. Dan pada ayat (2) mengenai perbuatan yang dilarang yang termasuk dalam tindak pidana merek disebutkan bahwa tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran. (Nurchaya Dwi Putra Alumni Fakultas Hukum Untag Surabaya, 2014)

Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek

Perlindungan hukum terhadap hak merek memiliki konsep yang dimana mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak khusus tersebut bersifat monopoli artinya hak itu hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa adanya izin dari pemilik merek, orang lain tidak boleh mempergunakan hak khusus. Jika ada pihak lain yang mempergunakan hak khusus tadi dengan tanpa adanya izin dari pemilik hak merek, maka telah terjadi pelanggaran yang dapat dikenai sanksi tertentu. (Sujatmiko, 2000)

Perlindungan hukum terhadap merek yang terdaftar, khususnya terhadap merek-merek terkenal sangat perlu dilakukan. Pada umumnya yang banyak dijadikan sasaran peniruan dan pemalsuan adalah merek terkenal, yang diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan dari pelaku pelanggaran merek yang tidak bertanggung jawab. Jika suatu merek sudah memperoleh predikat terkenal, maka bentuk perlindungan hukum yang diperlukan agar terhadap tersebut terhindar dari peniruan atau pemalsuan oleh orang lain, adalah bentuk perlindungan hukum yang bersifat *preventif* dan *represif* yang dititik beratkan pada upaya untuk mencegah agar merek terkenal tersebut tidak dipakai orang lain secara salah (Nurchaya Dwi Putra Alumni Fakultas Hukum Untag Surabaya, 2014). Upaya ini dapat berupa tindakan sebagai berikut.

1. Kepastian Pengaturan Tentang Merek Terkenal
2. Pendaftaran terhadap Merek
3. Penolakan Pendaftaran Oleh Kantor Merek
4. Pembatalan Merek Terdaftar

METODE PENELITIAN

Pada artikel jurnal ini penulis menerapkan metode penelitian kepustakaan (*library research*). Apa yang disebut dengan riset kepustakaan atau sering juga disebut studi pustaka, ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Karena, setidaknya ada beberapa alasan yang mendasarinya. Pertama bahwa sumber data tidak melulu bisa didapat dari lapangan. Adakalanya sumber data hanya bisa didapat dari perpustakaan atau dokumen-dokumen lain dalam bentuk tulisan, baik dari jurnal, buku maupun literatur yang lain. Kedua, studi kepustakaan diperlukan sebagai salah satu cara untuk memahami gejala-gejala baru yang terjadi yang belum dapat dipahami, kemudian dengan studi kepustakaan ini akan dapat dipahami gejala tersebut. Sehingga dalam mengatasi suatu gejala yang terjadi penulis dapat merumuskan konsep untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang muncul. Alasan ketiga ialah data pustaka tetap andal untuk menjawab persoalan penelitiannya. Bagaimanapun, informasi atau data empiri yang telah dikumpulkan oleh orang lain, baik berupa buku-buku, laporan-laporan ilmiah ataupun laporan-laporan hasil penelitian tetap dapat digunakan oleh peneliti kepustakaan. Bahkan dalam kasus tertentu data lapangan masih kurang signifikan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang akan dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam jurnal ini penulis akan membahas mengenai kasus hak merek PT Aqua & pemenuhan hak konsumen dalam perlindungan hak merek. Dan dalam kasus tersebut terdapat indikasi geografis yang dimana menurut UU 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan

reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.

Pada tahun 2017, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menjatuhkan denda administrasi sebesar Rp 13,84 miliar kepada produsen Aqua, PT Tirta Investama, dan distributornya, PT Balina Agung Perkasa, sebesar Rp 6,29 miliar. Produsen Aqua dinilai melakukan monopoli dan praktik perdagangan tidak sehat dengan melarang toko menjual merek air mineral kemasan lainnya, Le Minerale. Dalam perkembangannya, ada seorang konsumen membeli botol minuman Aqua dan bisa membuka tutup botolnya tanpa diputar terlebih dahulu. Setelah diperiksa, tutup botol Aqua tersebut bisa dibuka dengan cara dicungkil bagian atasnya. Saat itu, masyarakat sempat mencurigai bahwa produk tersebut palsu.(Nasir & Haryanto, 2021).

Deputi Bidang Pengawasan Keamanan Pangan dan Bahan Berbahaya Badan Pengawas Obat-obatan dan Makanan (BPOM) Suratmono mengatakan air minum dalam kemasan yang tutupnya bisa dicungkil tersebut bukan produk palsu. Saat itu, *Communication Director Danone* Indonesia Arif Mujahidin menyatakan sebagai pemegang merek Aqua melalui PT Tirta Investama, pihaknya bertanggung jawab dan menempatkan kualitas produk sebagai prioritas utama. Aqua memutuskan untuk mengumpulkan produk 330 ml dengan nomor *batch* tertentu yang tutup botolnya tidak berstandar. Kasus lainnya, produk Aqua galon sempat dipalsukan. Kepolisian Sektor Cilandak menangkap empat pemalsu Aqua galon di Lebak Bulus, Jakarta Selatan, pada Agustus 2017. Polisi menyatakan tidak ada keterlibatan pegawai Danone dalam kasus itu.

Berdasarkan pada kronologi tersebut, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah mengatur tentang pengertian merek yakni Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, desain dalam bentuk dua dimensi dan atau tiga dimensi, suara, hologram dari kombinasi dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh badan hukum atau seseorang dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa atau cap yang sudah memiliki daya pembeda tidak dapat diterima sebagai merek apabila tidak dapat digunakan pada kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Berdasarkan definisi di atas, maka merek adalah suatu tanda atau cap pada suatu barang sebagai daya pembeda yang merupakan suatu unsur yang paling utama untuk barang tersebut dalam hal perdagangan barang atau jasa. Hak atas merek diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek yang berbunyi: “Hak Atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”. Seperti halnya merek terkenal AQUA yang memiliki daya

pembeda dan menjadi suatu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara bagi produk AQUA untuk memasarkan produknya dan memberikan izin kata tersebut digunakan oleh produk air mineral lain maupun produk cairan lainnya demi keuntungan masing-masing. Selaku pemilik merek ekonomis tersebut, sudah seharusnya pemilik merek AQUA mendapatkan keuntungan setinggi-tingginya dari kepemilikan kata tersebut.

Seperti yang kita ketahui bahwa pada prinsipnya, pendaftaran atas merek merupakan salah satu bentuk perlindungan dari Undang-Undang Merek, karena sistem yang digunakan di Indonesia adalah first to file principle, 21 siapa yang mendaftar pertama maka yang bersangkutan berhak atas merek tersebut dan akan mendapatkan hak eksklusifnya selama 10 (sepuluh) tahun dengan konsekuensi tidak ada seorang pun yang boleh menggunakan merek tersebut untuk kepentingan komersial dari hak eksklusif tersebut tanpa seizin pemilik atau pemegang hak merek suatu produk. Ketentuan yang berlaku pada Pasal 3 UU Merek, bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif pemilik merek terdaftar yang diperoleh dari negara.

Dengan demikian, pelanggaran terhadap hak eksklusif suatu produk yang telah terdaftar tidak dibenarkan menurut undang-undang merek yang berlaku seperti halnya kata AQUA yang telah didaftarkan secara resmi oleh pemilik AQUA sebagai badan hukum usaha yang pertama kali memiliki/memegang hak nama tersebut dalam pendaftaran merek di kantor Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dimana pemilik AQUA mendapatkan hak eksklusif terhadap kata tersebut selama 10 (sepuluh) tahun dengan konsekuensi tidak ada produk air mineral lain manapun yang boleh menggunakan merek tersebut untuk kepentingan komersial dari hak eksklusif tersebut tanpa seizin pemilik atau pemegang hak merek AQUA tersebut bila ingin menggunakan kata tersebut diharuskan produk air mineral lain berkewajiban membayar royalti selama 10 tahun kepada pemilik AQUA sehingga jika di kemudian hari atau saat ini telah terjadi pelanggaran kata tersebut maka produk air mineral lain wajib dikenakan sanksi yang memberatkan dan bersifat jera baik berupa hukuman pidana maupun hukuman perdata oleh pemohon gugatan atas pelanggaran terhadap hak eksklusif kata AQUA tersebut berdasarkan peraturan merek Indonesia.

Selanjutnya, hasil penelitian yang didapat berikutnya yaitu perlindungan hukum merek AQUA bila terjadi penyalahgunaan pemakaian kata AQUA adalah dengan dilakukannya suatu perlindungan hukum preventif terhadap kata AQUA tersebut dengan cara mengajukan permintaan pendaftaran pertama kali kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual terlebih dahulu oleh pemilik sah merek AQUA serta dilakukannya perlindungan hukum yang bersifat represif oleh pemohon gugatan atas pelanggaran terhadap hak eksklusif kata AQUA tersebut dengan cara meminta pihak yang berwenang untuk mengadili pelanggaran tersebut

apabila ada produk air mineral kemasan lain yang telah menjiplak merek AQUA tersebut maka konsekuensinya berupa hukuman perdata di dalam Pasal 72 ayat (2) Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 maupun hukuman pidana di dalam Pasal 90 Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 berupa dipidana dengan pidana penjara paling lama lima tahun dan denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,-(satu miliar rupiah).

Analisis Terkait Pembahasan Diatas

Melihat dari kronologi kasus tersebut terdapat tindakan monopoli dan pemalsuan AQUA galon yang dilakukan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab. Sehingga berdampak pada PT. AQUA yang merasa produknya tercoreng. Dalam Kasus ini termasuk ke Pelanggaran Hak Merek. Hak Merek merupakan salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Hak Merek adalah hak yang didapat seseorang untuk suatu karya atau produk/jasa yang diciptakannya dengan memberikan Nama atau simbol kepada karya-karya yang di ciptakan dan dilindungi oleh hukum. Dimana terdapat pada UU Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek yang selanjutnya disebut Undang-Undang Merek merupakan penyempurnaan dari UU Nomor 19 tahun 1992 dan UU Nomor 14 tahun 1997. Maka, melalui UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek inilah terciptalah pengaturan merek yang lebih kompleks dari sebelumnya, yang terbaru adalah UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dibentuk dalam satu naskah (*single text*) dan lebih sesuai dengan zaman, sehingga lebih memudahkan masyarakat menggunakannya untuk melindungi suatu merek yang dimilikinya.

Produsen Aqua dinilai melakukan monopoli dan praktik perdagangan tidak sehat dengan melarang toko menjual merek air mineral kemasan lainnya, Le Minerale. Juga Deputy Bidang Pengawasan Keamanan Pangan dan Bahan Berbahaya Badan Pengawas Obat-obatan dan Makanan (BPOM) Suratmono mengatakan air minum dalam kemasan yang tutupnya bisa dicungkil tersebut bukan produk palsu. Saat itu, *Communication Director Danone Indonesia* Arif Mujahidin menyatakan sebagai pemegang merek Aqua melalui PT Tirta Investama, pihaknya bertanggung jawab dan menempatkan kualitas produk sebagai prioritas utama. Aqua memutuskan untuk mengumpulkan produk 330 ml dengan nomor *batch* tertentu yang tutup botolnya tidak berstandar. Yang dimana pada tindakan tersebut penulis merasa bahwa, tindakan yang dilakukan PT. Tirta Investama telah melakukan hal yang bertanggung jawab dengan kembali produk yang tutup botolnya tidak berstandar.

Undang-Undang Merek menganut sistem konstitutif, yang artinya hak atas merek (cap, simbol, lambang, dan sebagainya) timbul karena adanya pendaftaran. Seseorang atau badan hukum yang ingin memperoleh hak atas merek diwajibkan untuk mengajukan permintaan pendaftaran kepada Direktorat Jenderal Kekayaan

Intelektual terlebih dahulu. Semua permohonan akan melalui pemeriksaan kelengkapan formalitas dalam Dirjen Kekayaan Intelektual, kemudian berlanjut ke pemeriksaan substantif jangka waktu proses pendaftaran totalnya selama 14 bulan 10 hari. Berbeda dengan Undang-Undang Merek yang dahulu lebih lama bisa sampai 2 tahun. Hak atas merek diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek yang berbunyi: “Hak Atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

Sehingga pada kasus di atas Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menjatuhkan denda administrasi sebesar Rp 13,84 miliar kepada produsen Aqua, PT Tirta Investama, dan distributornya, PT Balina Agung Perkasa, sebesar Rp 6,29 miliar.

Dengan demikian dilihat dari kasus tersebut maka perlunya hukum merek sebagai upaya perlindungan konsumen, karena penulis berpendapat bahwa sebagian hak-hak yang diterima oleh konsumen ini dapat dikaitkan dengan adanya sebuah Perlindungan Merek. Menurut penulis beberapa hak tersebut diantaranya adalah hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Menurut peneliti hak-hak tersebut memiliki keterkaitan langsung terhadap merek (Bintang Wibisono & Mozes Reynaldo Christanto, 2020).

Karena seperti yang kita lihat pada kasus di atas adanya bentuk kekecewaan masyarakat, yang dimana mereka merasa tertipu dan dirugikan. Dengan demikian diperlukannya perlindungan konsumen ini agar dapat terjadi dengan pemenuhan ketentuan tentang Hak atas merek. Merek menjadi salah satu hak yang sangat terkait dengan Perlindungan Konsumen, karena pelanggaran atas hak merek akan berdampak secara luas terhadap konsumen karena merek meliputi segala kebutuhan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan Penjelasan tersebut bahwa di Indonesia sendiri kasus pelanggaran hak merek marak terjadi seperti pembajakan merek, pemalsuan merek dan peniruan Label dalam suatu kemasan. Pelanggaran merek yang mirip dengan pemalsuan merek adalah peniruan label dan kemasan produk. Bedanya pada pemalsuan merek label atau kemasan produk yang digunakan adalah tiruan dari yang aslinya, sedangkan pada peniruan, label yang digunakan adalah miliknya sendiri dengan menggunakan namanya sendiri. Pelaku peniruan ini bukanlah seorang kriminal tetapi lebih kepada pesaing yang melakukan perbuatan curang. Pelaku peniruan berusaha mengambil keuntungan dengan cara memirip-

miripkan produknya dengan produk pesaingnya atau menggunakan merek yang begitu mirip sehingga dapat menyebabkan kebingungan di masyarakat.

Oleh karena itu perlunya perlindungan konsumen itu, agar dapat terjadi dengan pemenuhan ketentuan tentang Hak atas merek. Merek menjadi salah satu hak yang sangat terkait dengan Perlindungan Konsumen, karena pelanggaran atas hak merek akan berdampak secara luas terhadap konsumen karena merek meliputi segala kebutuhan konsumen. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa Perlindungan merek juga berarti Perlindungan terhadap citra “tanda merek” itu sendiri. Citra merek itu melekat pada barang dan menimbulkan sebuah kualitas atau reputasi dari merek itu. Keterikatan ke arah pembelian oleh konsumen di masa mendatang akibat citra yang ditimbulkan merek itu. Ketika merek dilindungi oleh hukum, citra yang selama ini dibangun akan tetap memiliki reputasi yang baik. Sehingga konsumen mendapat barang yang sesuai dengan citra yang selama ini diketahui oleh konsumen dan mendapat manfaat yang ia inginkan dari mengkonsumsi barang. Dan menurut penulis sanksi yang ada dalam Undang-undang hak merek dinilai sangat tepat untuk memberikan efek jera kepada pelaku-pelaku tindak pelanggaran agar tidak mengulangi perbuatannya kembali

REFERENSI

- Alfons Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum dan Hak Asasi Manusia Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Jl Raya Gandul, M., & Barat Indonesia, J. (n.d.). *IMPLEMENTASI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM PERSPEKTIF NEGARA HUKUM*.
- Bintang Wibisono, D., & Mozes Reynaldo Christanto, dan. (2020). Pemenuhan Hak Konsumen melalui Perlindungan Hak Merek. *Jurnal Suara Hukum*, 2(1), 33–53. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/suarahukum/article/view/7536>
- Khoirul Hidayah, S. H. , M. H. (2017). *HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (HKI)* (M. H. Khoirul Hidayah S.H., Ed.; PERTAMA). Setara Presss.
- Nasir, T. K., & Haryanto, I. (2021). Perlindungan Hukum Merek Terkenal Aqua Terhadap Pelanggaran Mereknya Selama Kurun Tahun 2017 Sampai Masa Pandemi Covid-19. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(1), 109–124. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/yuridika/article/view/2135>
- Nurchaya Dwi Putra Alumni Fakultas Hukum Untag Surabaya, F. (2014). *PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK ATAS MEREK TERHADAP PERBUATAN PELANGGARAN MEREK*. 97–108.

- Sari, D. A. (2014). ANALISIS PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA – DANONE (STUDI KASUS KONSUMEN KECAMATAN KOTA REMBANG). *Potensio*, 20(02). <http://journal.stie-yppi.ac.id/index.php/potensio/article/view/100>
- Sujatmiko, A. (2000). Perlindungan Hukum Hak Atas Merek. *Yuridika*, 15(4), 347–359. <https://doi.org/10.20473/YDK.V15I4.14405>
- Wipo.com. (n.d.). Retrieved November 19, 2022, from <http://www14.wipo.com/?tdfs=1&uid=1668843413.0207120000&sbox=0&kw=Invention%20Idea%20Submission|How%20To%20Patent%20My%20Idea|Copyright%20Registration|Trademark%20Registration|Customer%20Support%20Help%20Desk%20Software||||>
- Hukum Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Penggunaan, P. (n.d.). *Imam Habibi et al.*
- Nasir, T. K., & Haryanto, I. (n.d.). *PERLINDUNGAN HUKUM MEREK TERKENAL AQUA TERHADAP PELANGGARAN MEREKNYA SELAMA KURUN TAHUN 2017 SAMPAI MASA PANDEMI COVID-19*. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/yuridika/>