

## Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Yang Berkepastian Hukum Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Heri Gunawan<sup>1</sup> Agri Chairunisa Isradjuningtias<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM, Kota Jakarta Pusat, Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [hergun9987@gmail.com](mailto:hergun9987@gmail.com)<sup>1</sup> [agri.israd@gmail.com](mailto:agri.israd@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

*Passing off* mengakibatkan kerugian bagi pemilik merek sesungguhnya seperti menurunnya reputasi perusahaan, omset penjualan yang menurun, dan tuntutan dari konsumen yang merasa tertipu karena kualitas produk tidak sesuai dengan merek aslinya. Rumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh pengusaha? dan 2) Bagaimana penyelesaian secara hukum bagi pengusaha yang melakukan pemalsuan merek dengan tindakan *passing off* atas merek terkenal?. Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode yuridis normatif, yaitu menganalisis kaitan antara peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan yang dibahas dengan mengutamakan data kepustakaan yaitu penelitian terhadap data sekunder. Data sekunder tersebut dapat berupa bahan hukum primer, sekunder maupun tersier. Akhirnya berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh pengusaha, yaitu: a) Perlindungan konsumen dari barang tiruan, artinya, konsumen diberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Jadi para pengguna produk atau konsumen tidak merasa dirugikan oleh pihak pelaku usaha; b) Perlindungan atas tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen yang membeli barang tiruan, artinya tiap perbuatan melanggar hukum, yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan orang yang karena kesalahannya mengakibatkan kerugian itu, mengganti kerugian." Ketentuan ini memberi perlindungan kepada seseorang terhadap perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*)

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, Merek Palsu

### Abstract

*Passing off* results in losses for the real brand owner such as declining company reputation, declining sales turnover, and demands from consumers who feel deceived because the quality of the product does not match the original brand. The formulation of the problems that the author will discuss in this research is: 1) How is the legal protection for consumers for *passing off* actions carried out by entrepreneurs? and 2) How is the legal settlement for the proposer who commits brand counterfeiting with the act of *passing off* the famous brand?. The research method that the author uses is a normative juridical method, namely analyzing the relationship between applicable laws and regulations and legal theories and the practice of implementing positive law which concerns the problems discussed by prioritizing literature data, namely research on secondary data. The secondary data can be in the form of primary, secondary or tertiary legal materials. Finally, based on the results of the study, the author concludes that the legal protection for consumers for the act of *passing off* carried out by entrepreneurs, namely: a) Consumer protection from counterfeit goods, that is, consumers are given guarantees for security and safety to consumers in the use, use and utilization of goods and or services consumed or used. So product users or consumers do not feel disadvantaged by business actors; b) Protection of the responsibility of the business actor against consumers who purchase counterfeit goods, meaning that any unlawful act, which causes harm to others, obliges the person who by his fault resulted in the loss, to compensate." This provision provides protection to a person against unlawful acts (*onrechtmatige daad*)

**Keywords:** *Consumer Protection, Fake Brands*



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

## PENDAHULUAN

Pada saat manusia mulai mengenal perdagangan, merek menjadi suatu hal yang penting, karena untuk membedakan dirinya dan produk yang dimiliki oleh para pesaingnya. Dalam era perdagangan bebas seperti sekarang, merek merupakan suatu basis dalam perdagangan modern. Dikatakan basis karena merek dapat menjadi dasar perkembangan perdagangan modern yang dapat digunakan sebagai *Goodwill*, lambang, standar mutu, sarana menembus segala jenis pasar, dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan besar. Tahapan sebuah merek dari suatu produk menjadi sebuah merek yang dikenal oleh konsumen dan menjadi merek yang dikenal oleh masyarakat sebagai aset perusahaan adalah tahapan yang sangat diharapkan baik oleh produsen maupun pemilik merek. Setelah suatu perusahaan mencapai tahapan yang menjadikan merek dikenal luas oleh masyarakat, dapat menimbulkan / terdapatnya para kompetitor yang beritikad tidak baik untuk melakukan persaingan tidak sehat dengan cara peniruan atau pembajakan. Bahkan, dengan cara pemalsuan produk bermerek dengan mendapatkan keuntungan dalam waktu singkat. Merek dibuat oleh pencipta pada dasarnya mempunyai fungsi, diantaranya untuk dijadikan merek dagang serta untuk membedakan barang dagangan satu dengan dagangan lainnya.

Menurut H. D. Effendy Hasibuan mengemukakan: Merek barang suatu yang diperdagangkan sama usianya dengan perdagangan itu sendiri. Ketika orang sudah memulai membuat sesuatu sudah membuat "Tanda" buaatannya itu dengan kata atau simbol yang memberikan identifikasi pembuatannya. Tanda seperti itu, tidak lebih dari nama pembuatannya, telah ditemukan pada barang dari Cina, India, Persia, Mesir, Roma, Yunani dan lainnya sekitar 4.000 tahun yang lalu. Tujuan tanda tersebut: Pertama-tama merupakan iklan bagi pembuat; Kemudian menghindari sengketa tentang siapa pembuatnya; dan Tanda untuk menunjukkan kualitasnya.

Pemalsuan atau yang dikenal dengan produk imitasi telah menjadi fenomena ekonomi yang signifikan. Peningkatan permintaan untuk produk imitasi, membuat terjadinya studi tentang faktor-faktor penentu sikap konsumen dalam membeli produk imitasi. Pemalsuan, produksi dan penjualan produk-produk palsu yang tampaknya identik dengan produk asli, telah menjamur di seluruh dunia dan mengalami pertumbuhan ditingkat yang berbahaya. Persaingan yang tidak sehat dalam kegiatan perdagangan akan merugikan konsumen, misalnya permasalahan pada merek terkenal. Merek terkenal telah dikenal oleh semua kalangan masyarakat sehingga mendorong berbagai produsen untuk memperkenalkan produk yang baru. Kegiatan ini dipengaruhi oleh daya tarik merek yang mampu menarik perhatian konsumen secara potensial. Selain itu, persaingan dagang di era pasar bebas ini mendorong produsen melakukan tindakan yang melanggar hukum seperti tindakan *passing off*, sehingga terciptalah barang atau produk yang dikenal masyarakat dengan istilah "KW".

Mengenai perdagangan produk atau barang palsu atau yang juga dikenal dengan barang "KW", dalam Pasal 100 – Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) diatur mengenai tindak pidana terkait merek:

Pasal 100 UU MIG

1. *Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*

2. *Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*
3. *Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).*

#### Pasal 101 UU MIG

1. *Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*
2. *Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).*

#### Pasal 102 UU MIG

*Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).*

Rumusan masalah yang akan dibahas penulis dalam penelitian ini adalah: Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh pengusaha? dan Bagaimana penyelesaian secara hukum bagi pengusaha yang melakukan pemalsuan merek dengan tindakan *passing off* atas merek terkenal?

#### **Teori Perlindungan Hukum**

Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Satjipto Raharjo awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.

Fitzgerald menjelaskan teori perlindungan hukum Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan

hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.

Adapun pendapat yang dikutip dari beberapa ahli mengenai perlindungan hukum sebagai berikut: Menurut Satjipto Rahardjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia. Menurut Muchsin perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyetarakan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia. Menurut Philipus M. Hadjon Selalu berkaitan dengan kekuasaan. Ada dua kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungan dengan kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah), terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha.

Jadi pada dasarnya perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita. Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan Pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum tersebut akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.

### **Merek Biasa, Merek Terkenal, dan Merek Termasyhur**

Yahya Harahap menggolongkan merek menjadi tiga berdasarkan reputasi (*reputation*) dan kemasyhuran (*renown*) suatu merek. Merek dibedakan sebagai merek biasa (*normal marks*), merek terkenal (*well-known marks*), dan merek termasyhur (*famous marks*). Sebagai tanda yang dipakai pada kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa, merek dikenal dan memiliki tingkat pengakuan konsumen yang berbeda pada wilayah hukum suatu merek tertentu atau bidang tertentu dalam perdagangan atau industri. Dalam buku Perlindungan Merek yang disunting oleh Tommy Hendra Purwaka, merek biasa merupakan merek yang tergolong tidak mempunyai reputasi tinggi. Merek yang berderajat 'biasa' ini dianggap kurang memberi pancaran simbolis gaya hidup baik dari segi pemakaian maupun teknologi. Masyarakat konsumen melihat merek tersebut kualitasnya rendah. Merek ini juga dianggap tidak memiliki *draving power* yang mampu memberi sentuhan keakraban dan kekuatan mitos (*mythical power*) yang sugestif kepada masyarakat konsumen, dan tidak mampu membentuk lapisan pasaran pemakai. Lebih lanjut dijelaskan dalam buku tersebut, merek terkenal merupakan merek yang memiliki reputasi tinggi. Merek ini memiliki kekuatan pancaran yang memukau dan menarik, sehingga jenis barang yang berada di bawah merek itu langsung menimbulkan sentuhan keakraban (*familiar*) dan ikatan mitos (*mythical context*) kepada segala laporan konsumen. Terkait dengan merek terkenal, dalam buku sama yang disunting oleh Tommy Hendra Purwaka dijelaskan bahwa terdapat beberapa perubahan dalam UU MIG, salah

satu perubahannya adalah aturan yang lebih ketat terhadap merek terkenal dibanding UU merek yang lama. UU MIG membuka peluang bagi pemegang merek terkenal mengajukan gugatan ke pengadilan apabila terjadi pelanggaran merek.

Merek terkenal dilindungi oleh berbagai perjanjian internasional, misalnya *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* ("Paris Convention") and the *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* ("TRIPS Agreement"). *Paris Convention and TRIPS Agreement* mensyaratkan negara-negara anggota untuk melindungi merek terkenal bahkan jika merek tersebut tidak terdaftar atau digunakan di negara itu. Perlindungan untuk merek terkenal yang belum terdaftar dibawah Paris Convention biasanya terbatas pada barang dan jasa yang identik atau mirip dengan barang atau jasa merek terkait dan dalam situasi di mana penggunaan cenderung menyebabkan kebingungan.

Berdasarkan TRIPS Agreement, perlindungan bahkan dapat diberikan untuk barang atau jasa yang berbeda jika terhubung dengan pemilik merek terdaftar yang terkenal atau jika kemungkinan pemilik merek terkenal akan mendapat kerugian yang disebabkan oleh kebingungan pasar. Akan tetapi, penegakan hukum di bawah perjanjian ini tidak sama di setiap negara. Jadi, jika merek tidak dipergunakan dalam wilayah hukum tertentu tetapi pemiliknya dapat membuktikan bahwa merek itu terkenal atau dikenal di tempat lain di dunia, maka pemilik merek terkenal seringkali dapat mencegah pihak ketiga untuk menggunakan atau mendaftarkan merek tersebut dalam wilayah hukum tertentu. *World Intellectual Property Organizations (WIPO)* memberikan batasan mengenai merek terkenal sebagaimana disepakati dalam *Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks* bahwa faktor-faktor ini dapat digunakan untuk menentukan apakah merek tersebut masuk kategori terkenal, yaitu: tingkat pengetahuan atau pengakuan merek di sektor yang relevan dengan masyarakat; durasi, tingkat dan wilayah geografis dari pemakaian merek; durasi, tingkat dan wilayah geografis dari promosi merek; durasi dan wilayah geografis dari segala pendaftaran atau permohonan pendaftaran merek; catatan keberhasilan pemenuhan hak atas merek tersebut; nilai merek;

Di dalam hukum merek yang berlaku saat ini di negara kita, ukuran suatu merek dapat dikatakan sebagai merek terkenal (*well-known marks*) dapat dilihat pada Pasal 18 Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek (Permenkumham 67/2016) sebagai berikut: Kriteria penentuan Merek terkenal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf b dan huruf c dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan. Masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan masyarakat konsumen atau masyarakat pada umumnya yang memiliki hubungan baik pada tingkat produksi, promosi, distribusi, maupun penjualan terhadap barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh Merek terkenal dimaksud. Dalam menentukan kriteria Merek sebagai Merek terkenal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan mempertimbangkan: tingkat pengetahuan atau pengakuan masyarakat terhadap Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan sebagai Merek terkenal; volume penjualan barang dan/atau jasa dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaan merek tersebut oleh pemiliknya; pangsa pasar yang dikuasai oleh Merek tersebut dalam hubungannya dengan peredaran barang dan/atau jasa dimasyarakat; jangkauan daerah penggunaan Merek; jangka waktu penggunaan Merek; intensitas dan promosi Merek, termasuk nilai investasi yang dipergunakan untuk promosi tersebut; pendaftaran Merek atau permohonan pendaftaran Merek di negara lain; tingkat keberhasilan penegakan hukum di bidang Merek, khususnya mengenai pengakuan Merek tersebut sebagai Merek terkenal oleh lembaga yang berwenang; atau nilai yang melekat pada Merek yang diperoleh karena

reputasi dan jaminan kualitas barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh Merek tersebut. Sedangkan istilah merek termasyhur (*famous marks*) tidak dikenal dalam UU MIG, akan tetapi keberadaannya seringkali berpengaruh dalam proses pendaftaran dan perlindungan merek. Beberapa negara juga memperlakukan merek termasyhur sebagai merek yang memiliki reputasi lebih tinggi daripada merek terkenal karena nama besarnya dan sangat terkenal, sebagaimana dikatakan oleh Peter K. Yu: *Famous marks are traditionally considered to have a higher degree of reputation than well-known marks and therefore deserve a broader scope of protection*. Seringkali suatu merek terkenal harus terdaftar pada setidaknya negara asalnya agar mendapatkan perlindungan di Negara lain, sedangkan merek termasyhur biasanya dilindungi tanpa perlu terdaftar di negara asalnya karena orang sudah sangat mengenalnya. Di sisi lain, merek terkenal dilindungi hanya untuk barang dan jasa yang berhubungan dengan bisnis atau industri yang sudah terdaftar, sedangkan merek termasyhur dapat terlindungi dari penggunaan yang tidak sah atas barang dan jasa meskipun tidak masuk dalam daftar perlindungan. Merek termasyhur diakui sebagai merek yang tingkat reputasinya lebih tinggi daripada merek terkenal meskipun sulit untuk membedakan antara merek terkenal dengan merek termasyhur.

Kesulitan dalam penafsiran, mengakibatkan kesulitan dalam menentukan batas dan ukuran di antara keduanya. Dengan demikian, secara singkat dapat dikatakan bahwa merek biasa adalah merek yang reputasinya tidak tinggi dan belum memiliki daya tarik untuk masyarakat, merek terkenal adalah merek yang memiliki reputasi tinggi, memiliki daya tarik besar pada masyarakat dan sugestif karena sudah dikenal secara luas di dunia serta bernilai tinggi, sedangkan merek termasyhur adalah merek yang sudah dikenal dan memiliki reputasi paling tinggi yang pada beberapa negara bahkan diakui keberadaannya sehingga meskipun tidak terdaftar, kemasyhurannya dapat mencegah pihak yang tidak memiliki hak untuk menggunakan merek termasyhur tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian berperan penting untuk mendapatkan data yang akurat dan terpercaya. Metode penelitian ini juga digunakan sebagai alat atau cara untuk pedoman dalam melakukan penelitian. Penelitian ini akan menganalisis masalah hukum, fakta, dan gejala hukum lainnya yang berkaitan dengan pendekatan hukum, kemudian di peroleh gambaran yang menyeluruh mengenai masalah yang akan diteliti. Penelitian yang berbentuk deskriptif analisis ini hanya akan menggambarkan keadaan objek atau persoalan dan tidak dimaksudkan mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum mengenai perlindungan hukum bagi konsumen atas kejahatan pemalsuan merek dagang. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang mengutamakan data kepustakaan yaitu penelitian terhadap data sekunder. Data sekunder tersebut dapat berupa bahan hukum primer, sekunder maupun tersier. Penelitian ini meliputi penelitian mengenai ketentuan hukum positif yang berlaku di Indonesia yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen atas kejahatan pemalsuan merek dagang. Tahap penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menginventarisir bahan-bahan hukum khususnya bahan kepustakaan antara lain:

1. Bahan Hukum Primer. Bahan-bahan hukum yang digunakan dalam penelitian dengan kekuatan yang mengikat meliputi norma dan kaidah dasar seperti, peraturan perundang-undangan catatancatatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundangundangan, dan putusan hakim, dalam penelitian dan penulisan penelitian ini, meliputi: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan Peraturan-peraturan lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

2. Bahan Hukum Sekunder. Bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan implementasinya, seperti hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum, makalah-makalah seminar, dan lain-lain. Dalam penelitian dan penulisan penelitian ini meliputi bahan-bahan bacaan yang ada hubungannya dengan masalah perlindungan hukum bagi konsumen atas kejahatan pemalsuan merek dagang, sebagai objek yang teliti yaitu literatur dan karya ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang akan di teliti.
3. Bahan Hukum Tersier. Bahan hukum yang memberikan penjelasan lebih lanjut dari bahan hukum primer dan sekunder yaitu, kamus, baik kamus terjemahan maupun kamus hukum, majalah dan internet (*virtual research*).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Tindakan *Passing Off* Yang Dilakukan Oleh Pengusaha

Pada dasarnya setiap Negara pasti memiliki hukum positif, suatu hukum yang berlaku didalam suatu Negara tertentu. Misalnya hukum Negara Republik Indonesia yang berlaku saat ini memenuhi syarat untuk digolongkan sebagai *Ius Constitutum*, atau dapat pula bersifat hukum positif, yang demikianitu disebut tata hukum Indonesia. Demikian pula halnya telah diuraikan dengan jelas oleh Kansil, *Ius Constitutum* (Hukum Positif), yaitu hukum yang berlaku sekarang bagi suatu masyarakat tertentu dalam suatu daerah tertentu. Dalam hal merek, hukum positif di Indonesia yang mengatur mengenai merek dagang yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam undang-undang ini pengertian merek dagang pada pasal 1 butir 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Fungsi dari merek dagang adalah sebagai label suatu produk untuk membedakan antara produk satu dengan produk lainnya dengan jenis produk sejenis. Seperti banyak kita temui barang berupa sepatu dengan merek yang bermacam-macam. Dengan adanya merek menjadikan suatu identitas daya pembeda dari tiap produsen atau pemilik merek. Dengan adanya undang-undang ini diharapkan perlindungan mengenai merek khususnya dalam hal merek dagang dilindungi oleh Negara. Dalam hal ini merek dagang yang dilindungi sesuai pada pasal 2 ayat 2 Undang-Undang Merek, bahwa merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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.

Hak atas Merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena pewarisan, wasiat, wakaf, hibah, perjanjian, atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Pengalihan Hak atas Merek terdaftar oleh Pemilik Merek yang memiliki lebih dari satu Merek terdaftar yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis hanya dapat dilakukan jika semua Merek terdaftar tersebut dialihkan kepada pihak yang sama. Pengalihan Hak atas Merek terdaftar harus dimohonkan pencatatannya kepada Menteri.

Pengertian Merek Kolektif pada undang-undang merek adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Jadi pemilik merek terdaftar bisa mendapatkan hak-haknya sebagai pemilik merek sesuai dengan perlindungan yang diberikan Negara melalui undang-undang ini. Dalam

pelanggaran merek yang dilakukan oleh individu, kelompok atau badan hukum tertentu yang merugikan pemilik merek terdaftar maka akan mendapatkan sanksi yang sesuai dengan peraturan yang ada. Dimana pelanggaran tersebut jika memiliki unsur-unsur pidana maka dalam undang-undang ini ketentuan pidana bagi pelanggar merek yaitu kepada pelaku yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan dikenakan Pasal 100 ayat (1) yang berbunyi Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Kemudian pada ayat (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Apabila akibat dari pemalsuan tersebut mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup dan atau menyebabkan kematian manusia maka mendapat ancaman pidana lebih berat. Seperti pada ayat (3) bahwa setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Kemudian ketentuan pidana tidak hanya kepada seseorang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan keseluruhan dan atau pada pokoknya saja dimana hal tersebut identik kepada produsen atau perusahaan yang melakukan pelanggaran, tetapi ketentuan pidana ini juga menjerat pedagang. Dimana pada pasal 102 menyatakan bahwa setiap orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Kemudian ujung dari peraturan ini dalam ketentuan pidana bahwa pada pasal 103 tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan. Dari hukum positif mengenai merek yaitu Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografi bahwa dalam peraturan tersebut terdapat perlindungan-perlindungan pada pemilik merek terdaftar yang diberikan oleh Negara. Baik pemilik merek lisensi, prioritas, kolektif maupun merek internasional memiliki perlindungan hukum yang sama. Disadari atau tidak bahwa tingkat kemajuan dan pola pikir manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan sudah sangat maju. Manusia sudah mampu untuk mengembangkan teknologi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Pola pikir manusia menjadi lebih terarah dalam mewujudkan suatu masyarakat yang makmur. Dalam kajian ilmu ekonomi, makmur merupakan suatu takaran yang menyatakan bahwa dalam kehidupan manusia secara individu atau kelompok, bila mana sebagian besar kebutuhannya merasa telah terpenuhi, maka hal inilah yang dinamakan dengan makmur.

Berdasarkan pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah setiap orang atau

perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum. Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan barang dan atau jasa kepada konsumen dari produsen ke konsumen. Melalui kegiatan distribusi ini, barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh produsen dapat sampai ke konsumen. Jika dilihat dari tugas yang harus ditanggung oleh distributor, maka tugas dari distributor dalam kegiatan ekonomi adalah: Membeli barang dan atau jasa dari produsen atau pedagang yang lebih besar; Menyimpan barang di gudang; Melakukan klasifikasi barang atau memilah-milahkan barang sesuai dengan jenis, ukuran, dan kualitasnya agar lebih mudah dalam melayani pembeli; Memperkenalkan barang dan atau jasa; Memperkenalkan barang dan atau jasa yang diperdagangkan kepada konsumen, misalnya dengan iklan maupun reklame; Memberikan penjelasan seperlunya kepada pembeli tentang barang yang diperdagangkan; Mengangkut barang-barang ke konsumen atau pedagang lain yang lebih kecil; dan Menjual barang dan atau jasa kepada konsumen yang lebih kecil.

Hal ini tentunya bertolak belakang dengan cara masyarakat yang hidup di perkotaan atau pada kumpulan masyarakat yang memiliki pola hidup yang lebih modern. Kegiatan memproduksi barang dan atau jasa sudah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan terutama bagi produsen. Besar kecilnya keuntungan tentunya sangat ditentukan oleh sampai atau tidaknya barang dan atau jasa ketangan konsumen. Dengan demikian, kegiatan distribusi jelas merupakan hal yang penting karena menentukan penyaluran hasil produksi oleh produsen kepada konsumen untuk dikonsumsi. Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi ini tentunya dilakukan oleh konsumen sebagai pemakai alat pemenuh kebutuhan baik itu berupa barang dan atau jasa. Adapun berdasarkan pada Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimaksudkan sebagai konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa konsumen adalah pemakai dari kegiatan produksi baik itu dihasilkan oleh diri sendiri (pada masyarakat sederhana) maupun dari pihak atau badan usaha lain (pada masyarakat modern). Berdasarkan pada pernyataan tersebut maka dapat dipahami bahwa subjek yang memakai semua produk yang dihasilkan oleh produsen inilah yang disebut konsumen. Untuk itulah perlu dilakukan upaya perlindungan terhadap konsumen dari perilaku yang dilakukan oleh pihak produsen untuk melindungi hak-hak yang dimiliki oleh konsumen. Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen ini tentunya sebagai cara atau langkah yang ditempuh oleh pemerintah dalam melindungi konsumen dari ulah buruk pihak-pihak produsen yang nakal.

Perlindungan konsumen ini, tentunya diupayakan agar barang konsumsi yang di pergunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya atau sebagai alat pemenuh kebutuhan manusia, tidak merasa dicurangi oleh pihak-pihak yang sengaja melakukan suatu kejahatan. Mencermati lebih lanjut bahwa perlindungan konsumen ini haruslah beraskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen ini diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5(lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu: Asas Manfaat, dimaksudkan

untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan; Asas Keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan membedakan kesempatan pada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil; Asas Keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti material ataupun spiritual; Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; dan Asas Kepastian Hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dengan adanya perlindungan konsumen diharapkan dalam melakukan kegiatan usaha ini, para pengguna produk atau konsumen tidak merasa dirugikan oleh pihak pelaku usaha. Sedangkan bagi pelaku usaha, tidak melakukan suatu tindakan melanggar hukum yang lebih pada penipuan terhadap barang produksi terutama barang elektronik. Diakui atau tidak, kehidupan manusia sekarang, dalam memenuhi kebutuhannya, manusia sering menggunakan komoditas yang disebut dengan barang elektronik. Kebutuhan manusia akan barang-barang elektronik sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang senantiasa terus berputar (mobile). Kehidupan manusia yang dituntut untuk selalu mobile inilah yang membuat manusia untuk selalu menggunakan bantuan alat yang digunakan untuk membantu aktivitasnya. Dalam usahanya menjual produk yang dibuatnya, produsen dan distributor berusaha untuk melakukan kegiatan usaha dengan berbagai cara baik itu melalui jalur periklanan maupun reklame. Dalam melakukan promosi ini cenderung melebihi-lebihkan produk buatannya, namun jika terjadi kerusakan produsen ataupun distributor seolah-oleh "cuci tangan" terhadap permasalahan yang menimpa para konsumennya. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan atau jasa untuk menarik minat beli masyarakat (konsumen) terhadap barang dan atau jasa yang akan dan sedang ditawarkan. Kegiatan promosi ini sering kali digunakan oleh pihak pelaku usaha dalam menawarkan barang dagangannya kepada calon pembeli. Upaya promosi ini, tidak hanya secara tidak langsung saja tetapi juga sudah pada promosi secara langsung (*face to face promotion*). Kegiatan *face to face promotion* ini dapat melalui penjualan langsung (*direct selling*). Dengan adanya perlakuan seperti ini, para konsumen tidak mengetahui apa yang akan terjadi jika barang yang dibelinya mengalami kerusakan dikemudian hari atau apakah jika terjadi kerusakan, *service* atau pelayanan terhadap penggantian spare part mudah dan cepat dilakukan atau tidak dan lain sebagainya. Hal inilah yang sekiranya perlu dipikirkan oleh masyarakat konsumen untuk lebih teliti dalam membeli alat-alat elektronik dalam rangka memenuhi kebutuhan karena dirasa atau tidak bahwa kegiatan penjualan secara langsung apalagi kegiatan penjualan dengan merek yang kurang begitu terkenal di lingkungan akan membawa dampak yang kurang baik bagi masyarakat.

Upaya pemberdayaan ini sangat penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini potensial dapat merugikan kepentingan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan diatas maka perlu adanya upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif dalam

masyarakat. Fungsi dari di dirikannya Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini adalah untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk itu fungsi dari badan Perlindungan Konsumen Nasional ini sangatlah penting karena dengan adanya Badan Perlindungan konsumen Nasional ini, konsumen tidak merasa untuk dicurangi dengan pelaku konsumen yang senantiasa menjalankan motif dan prinsip ekonomi dalam menjalankan usahanya tanpa menghiraukan kebutuhan konsumen. Mencermati hal tersebut maka Badan erlindungan Konsumen Nasional ini menjadi kompleks karena disamping memberikan saran kepada pemerintah juga harus melindungi konsumen dalam kegiatan ekonomi.

Adapun tugas yang dibebankan kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah: Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen; Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundangundanganyang berlaku dibidang perlindungan konsumen; Melakukan penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkutkeselamatan konsumen; Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sistem keberpihakan kepada konsumen; Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dan masyarakat, lembaga perlindungan swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; dan Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Salah satu upaya yang digunakan oleh pemerintah untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen sebagaimana yang dikehendaki oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah melalui pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pembinaan perlindungan konsumen ini diselenggarakan oleh pemerintah dalam upaya untuk menjamin di perolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilakukannya kewajiban masing-masing. Sedangkan pengawasan perlindungan konsumen dilakukan secara bersama oleh pemerintah, masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, mengingat banyaknya ragam dan jenis barang dan atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dalam usaha menciptakan iklim usaha dan menumbuhkan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri terkait dalam hal: Penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen; Pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen; Peningkatan peranan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan BadanPenyelesaian Sengketa Konsumen melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga; Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing; Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan danketerampilan; Penelitian terhadap barang dan atau jasa yang beredar yang menyangkutperlindungan konsumen; Peningkatan kualitas barang dan atau jasa; Peningkatan kesadaran sikap jujur dan bertanggungjawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan dan menjualbarang dan atau jasa; dan Peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar mutu barang dan atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku.

## **Pembahasan**

### **Perlindungan Atas Tanggungjawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen Yang Membeli Barang Tiruan**

Penyusunan UU No 8 Tahun 1999 di latar belakang oleh pemikiran untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian,

kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Berdasarkan pemikiran tersebut diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Berdasarkan pasal 1365 KUHPdt: "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan orang yang karena kesalahannya mengakibatkan kerugian itu, mengganti kerugian." Pasal ini memberi perlindungan kepada seseorang terhadap perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) orang lain. Unsur penting dalam pasal ini ialah perbuatan melawan hukum yang pada zaman dulu ditafsirkan secara sempit, yaitu perbuatan yang bertentangan dengan Peraturan Perundangan. Perbuatan yang bertentangan dengan atau melanggar: Hukum atau Peraturan Perundangan; Hak orang lain; Wajib hukumnya sendiri (si pembuat); Keadilan dan kesusilaan; Kepatutan yang layak diindahkan dalam pergaulan masyarakat, terhadap orang atau barang.

Berdasarkan KUHPdt tersebut kedudukan konsumen sangat lemah dibanding produsen. Salah satu usaha untuk melindungi dan meningkatkan kedudukan konsumen adalah dengan menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum tentang tanggung jawab produsen. Dengan diberlakukannya prinsip tanggung jawab mutlak diharapkan pula para produsen menyadari betapa pentingnya menjaga kualitas produk yang dihasilkan, para produsen akan lebih berhati-hati dalam memproduksi barang. Demikian juga bila kesadaran para produsen terhadap hukum tentang tanggung jawab produsen tidak ada, dikhawatirkan akan berakibat tidak baik terhadap perkembangan dunia industri nasional maupun terhadap daya saing produk nasional di luar negeri. Namun demikian, dengan memberlakukan prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum tentang product liability tidak berarti pihak produsen tidak mendapat perlindungan, pihak produsen masih diberi kesempatan untuk membebaskan dari tanggung jawabnya dalam hal-hal tertentu yang dinyatakan dalam undang-undang.

Dengan penerapan tanggung jawab mutlak produk ini, pelaku usaha pembuat produk atau yang dipersamakan dengannya, dianggap bersalah atas terjadinya kerugian pada konsumen pemakai produk itu, kecuali apabila ia dapat membuktikan keadaan sebaiknya, yaitu bahwa kerugian yang terjadi tidak dapat dipersalahkan kepadanya. Tanggung jawab produk, tanpa kesalahan, merupakan doktrin hukum yang masih baru dan merupakan perluasan dari tanggung jawab perbuatan melawan hukum. Kriteria perbuatan melawan hukum adalah: Pelanggaran hak-hak. Hukum mengakui hak-hak tertentu baik mengenai hak-hak pribadi maupun hak-hak kebendaan dan akan melindunginya dengan memaksa pihak yang melanggar itu supaya membayar ganti rugi kepada pihak yang dilanggar haknya; Unsur kesalahan, Pertanggungjawaban pada kesalahan perdata memerlukan unsur kesalahan atau kesengajaan pada pihak yang melakukan pelanggaran; Kerugian yang diderita oleh penggugat. Suatu unsur yang esensial dari kebanyakan kesalahan perdata adalah bahwa penggugat harus sudah menderita kerugian fisik atau finansial sebagai akibat dari perbuatan tergugat.

Sesuai dengan hukum positif yang berlaku di Indonesia, seorang konsumen bila dirugikan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian itu. Dengan kualifikasi gugatan wanprestasi atau perbuatan melawan hukum. Karena kerugian yang dialami konsumen, tidak lain karena tidak dilaksanakannya prestasi oleh pengusaha. Penuntutan karena wanprestasi dan karena *onrechtmatige daad* (perbuatan melawan hukum) pelaksanaannya berbeda yakni: Dalam aksi karena *onrechtmatige daad* maka si penuntut harus membuktikan semua unsur-unsur yakni antara lain bahwa ia harus membuktikan adanya kesalahan pada si pelaku. Dalam aksi karena wanprestasi maka si penuntut umum menunjukkan adanya wanprestasi, sedang pembuktian bahwa tentang tidak adanya

wanprestasi dibebankan pada si pelaku. Tuntutan pengembalian pada keadaan semula hanyalah dapat dilakukan bilamana terjadi tuntutan karena onrechtmatige daad, sedang dalam tuntutan wanprestasi tidak dapat dituntut pengembalian pada keadaan semula. Bilamana terdapat beberapa debitur yang bertanggung gugat, maka dalam hal terjadi tuntutan ganti kerugian karena onrechtmatige daad, masing-masing debitur tersebut bertanggung gugat untuk keseluruhan ganti kerugian tersebut. Kalau tuntutannya didasarkan pada wanprestasi maka penghukuman masing-masing untuk keseluruhannya hanyalah mungkin bilamana sifat tanggung rentengnya dicantumkan dalam kontraknya atau bilamana prestasinya tidak dapat dibagi-bagi.

Dengan gugatan ini, konsumen sebagai penggugat harus membuktikan unsur-unsur: Adanya perbuatan melawan hukum. Perbuatan barulah merupakan perbuatan melawan hukum apabila: bertentangan dengan hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukumnya sendiri, bertentangan dengan kesusilaan yang baik, bertentangan dengan keharusan yang harus diindahkan dalam pergaulan masyarakat mengenai orang lain atau barang. Adanya kesalahan/ kelalaian pengusaha/ perusahaan. Dikatakan ada kelalaian apabila timbulnya kerugian bagi seseorang atau barang milik orang lain disebabkan karena kurang hati-hatinya melakukan suatu perbuatan, atau mengurus sesuatu sebagaimana dikehendaki oleh hukum. Untuk berhasilnya suatu gugatan berdasarkan kelalaian, penggugat harus membuktikan tiga unsur penting yaitu : pertama, bahwa tergugat dibebankan kewajiban berhati-hati dalam melakukan kewajiban hukumnya, kedua, kewajiban hukum itu dilanggar, ketiga, bahwa akibat pelanggaran itu timbul kerugian. Adanya kerugian yang dialami konsumen. Penggugat harus membuktikan bahwa ia menderita kerugian sebagai akibat dari pelanggaran kewajiban berhati-hati oleh tergugat. Dalam kerugian itu dapat termasuk kerugian terhadap harta benda, kerugian pribadi dan dalam beberapa hal kerugian uang. Adanya hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang dialami konsumen. Apabila tanggung jawab dalam kesalahan perdata tergantung pada kerugian, penggugat harus membuktikan bahwa kerugiannya secara sah disebabkan oleh perbuatan tergugat.

Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 45 ayat (2) penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Yaitu penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan tidak bertentangan dengan UU ini. Berdasarkan ketentuan pasal 45 ayat (2) UUPK dihubungkan dengan penjelasannya, maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut: Penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral; Penyelesaian melalui pengadilan.; Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Pada prinsipnya setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, maka gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh pihak yang bersengketa. Karakter dasar product liability pada dasarnya adalah perbuatan melawan hukum, maka unsur-unsur yang dibuktikan konsumen, yaitu: Unsur perbuatan melawan hukum yang dilakukan pengusaha/ perusahaan; Unsur kerugian yang dialami konsumen atau ahli warisnya; Unsur adanya hubungan kausal antara unsur perbuatan

melawan hukum dengan unsur kerugian tersebut. Unsur kelalaian/kesalahan tidak menjadi kewajiban konsumen untuk membuktikannya. Sebaliknya hal ini menjadi kewajiban pengusaha untuk membuktikan ada tidaknya kelalaian/ kesalahan padanya. Menurut doktrin product liability, tergugat dianggap telah bersalah, kecuali jika ia mampu membuktikan ketidaklalaiannya, maka ia harus memikul resiko kerugian yang dialami pihak lain karena mengkonsumsi/ menggunakan produknya. Penggunaan instrumen hukum acara perdata setelah berlakunya UUPK menengahkan sistem beban pembuktian terbalik. Pasal 28 UUPK berbunyi sebagai berikut: "Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam pasal 19, pasal 22 dan pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha." Konsekuensinya, jika pelaku usaha gagal membuktikan tidak adanya unsur kesalahan, maka gugatan ganti rugi penggugat akan dikabulkan dalam hal memiliki alasan yang sah menurut hukum.

Dalam hal yang demikian, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahan yang terletak pada pihaknya, maka demi hukum pelaku usaha bertanggung jawab dan wajib mengganti kerugian yang diderita tersebut. Jika pelaku usaha menolak dan/ atau tidak memberi tanggapan dan/ atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen maka menurut pasal 23 UUPK dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Pasal 19 ayat (1) UUPK menentukan: "Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/ atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkannya." Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa: Pengembalian uang atau penggantian barang dan/ atau jasa yang sejenis atau setara nilainya atau perawatan; dan/ atau Pemberian santunan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. (Pasal 19 ayat (2) UUPK). Kata dapat di situ menunjukkan masih ada bentuk-bentuk ganti rugi lain yang dapat diajukan konsumen kepada pelaku usaha. Seperti keuntungan yang akan diperoleh bila tidak terjadi kecelakaan, kehilangan pekerjaan atau penghasilan untuk sementara atau seumur hidup akibat kerugian fisik yang diderita, dan sebagainya.

Instrumen hukum acara pidana dalam UUPK mengedepankan suatu system beban pembuktian terbalik. Pasal 22 UUPK berbunyi sebagai berikut : "Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud pasal 19 ayat (4), pasal 20 dan pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian." Sistem pembuktian terbalik pada pasal 22 UUPK itu terbatas pada kasus pidana. Ada dua hal yang perlu dicermati pada pasal 22 UUPK tersebut. Pertama, dikatakan kasus pidana apabila unsur-unsur sistem peradilan pidana menjalankan wewenang penyidikan, penuntutan dan/ atau peradilan suatu tindak pidana di bidang perlindungan konsumen. Kedua, kasus pidana yang dimaksud pasal 22 UUPK itu terkait dengan ketentuan-ketentuan pasal 19 ayat (4), pasal 20 dan pasal 21 UUPK. Pasal 19 ayat (4) UUPK menegaskan bahwa: "pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha atas kerusakan, pencemaran dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/ atau jasa tidaklah mengharuskan kemungkinan tuntutan pidana berdasarkan asas pembuktian terbalik ada tidaknya unsur kesalahan". Sedangkan pasal 20 dan pasal 21 UUPK masing-masing memberikan penekanan sebagai berikut : 1. Tanggung jawab subyek tersangka/ terdakwa, yaitu; importir, jika importasi produk barang tidak dilakukan agen atau perwakilan produsen barang tersebut di luar negeri. 2. Tanggung jawab subyek tersangka/ terdakwa, yaitu : importir bertanggung jawab atas jasa yang diimpor, jika penyediaan jasa tidak dilakukan agen atau perwakilan jasa asing. Sebagai konsekuensi hukum yang diberikan oleh UUPK dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, maka setiap pelanggaran yang

dilakukan pelaku usaha yang merugikan konsumen memberi hak kepada konsumen untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha, serta menuntut ganti kerugian yang diderita konsumen. Berdasarkan hal-hal di atas maka ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha adalah memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan berkaitan dengan gugatan konsumen, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahannya. Dalam Islam prinsip-prinsip umum dalam aktivitas bisnis adalah prinsip kejujuran, kesetimbangan dan keadilan, kebenaran, keterbukaan, kerelaan di antara pihak yang berkepentingan, larangan memakan harta orang lain secara batil, larangan berbuat di curangi, larangan eksploitasi dan saling merugikan yang membuat orang lain teraniaya. Dengan demikian tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 UUPK adalah tidak bertentangan dengan nilai-nilai bisnis Islam karena dalam mencapai keuntungan menghindari kerugian seminimal mungkin.

### **Penyelesaian Secara Hukum Bagi Pengusaha Yang Melakukan Pemalsuan Dengan Tindakan *Passing Off* Atas Merek Terkenal**

#### **Prinsip Hukum Penyelesaian *Passing Off***

*Passing Off* merupakan sutau bentuk peniruan merek yang merugikan pemilik merek. Untuk menanggulangi peniruan merek tersebut, maka perlu dilakukan langkah-langkah dan usaha yang serius, agar dapat mengurangi tindakan *passing off*. Jika terjadi pelanggaran dan sengketa pada *Passing Off*, penegakannya didasarkan pada gugatan *Passing Off* yang harus memenuhi syarat: Penggugat harus menunjukkan bahwa hal ini dimaksudkan untuk melindungi reputasi bisnisnya; Penggugat harus menunjukkan penggunaan merek; contohnya melalui penempatan barang dengan merek tersebut di pasaran; Perbuatan tergugat merupakan tindakan yang menyesatkan atau memberikan pernyataan yang bersifat menyesatkan orang (konsumen); Penggugat harus dapat menunjukkan kerugian sebagai akibat perbuatan tergugat. Prinsip Hukum Penyelesaian Pelanggaran *Passing Off* Hampir sama dengan itu, di Australia jika terjadi *Passing Off* maka penggugat harus membuktikan tiga hal yakni: Penggugat mempunyai reputasi; Tergugat menipu konsumen sehingga konsumen berpikir bahwa produk itu milik tergugat, bukan milik penggugat; dan Penipuan itu cenderung merugikan penggugat. Gugatan *Passing Off* hampir mirip dengan gugatan *on rechte matigedaad* (perbuatan melawan hukum) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 B W. dan pembuktiannya didasarkan pada Pasal 1865BW.

Penggugat harus membuktikan seluruh fakta yang mendukung gugatannya untuk meyakinkan pengadilan bahwa hak mereknya adalah yang sah dan hak tersebut telah dilanggar. Penggugat juga harus menyampaikan penjelasan secara rinci tentang gambaran produk yang melanggar hak mereknya atau penjelasan lain yang terkait dengan kegiatan pelanggaran hak mereknya. Baru kemudian beban pembuktian beralih pada tergugat untuk mengajukan bukti bahwa dalam faktanya produknya tidak dibuat dengan melanggar hak merek penggugat. Berdasarkan gugatan *onrechte matigedaad* tersebut, penggugat dapat meminta pembayaran ganti kerugian.

Gugatan ganti kerugian yang diajukan bisa dihitung berdasarkan tiga alternatif, yakni gugatan ganti rugi yang berdasarkan pada hilangnya keuntungan (*lost of profit*), keuntungan yang diperoleh si pelanggar (*infringer's profit*) dan yang lazim diterapkan adalah royalti yang layak (*reasonable royalty*). Ketentuan mengenai gugatan ganti kerugian ini dalam UUM diatur dalam Pasal 76 sampai dengan Pasal 79. Gugatan berdasarkan *passing off*nya bisa dilakukan di negara-negara *common law*, sementara di Negara *civil law*, seperti Indonesia tidak bisa dilakukan. Hal ini karena Indonesia secara tegas menyatakan bahwa hak atas merek diberikan

oleh negara melalui pendaftaran sebagaimana disebutkan secara tegas dalam Pasal 3 UUM. Jika suatu merek, meskipun itu merek terkenal belum terdaftar, maka tidak akan dilindungi oleh negara. Perlindungan hukum yang diberikan oleh negara, meliputi antara lain perlindungan dalam penggunaan secara melanggar hukum oleh orang/pihak lain yang tidak berhak atas suatu merek terdaftar. Perlindungan merek terdaftar tersebut dibuktikan juga dengan tidak ada satu buktipun putusan pengadilan di Indonesia yang pernah mengabulkan gugatan dari pengguna merek yang belum terdaftar. Di Inggris, pelanggaran merek yang disebabkan karena *passing off* terus meningkat dan itu disebabkan karena merek yang digunakan oleh pelanggar menggunakan warna, bentuk atau dibungkus yang mirip dengan merek aslinya, sehingga membingungkan konsumen. Untuk mengajukan gugatan *passing off*, penggugat harus mempunyai bukti bahwa ia merupakan pemilik hak merek yang dilanggar dan penggugat menjual barang-barang dengan menggunakan kemasan atau warna yang mirip dan membuat bingung konsumen, sehingga konsumen menganggap bahwa barang yang dibeli itu merupakan barang milik penggugat, tetapi faktanya barang tersebut adalah palsu.

### **Penegakan Hukum Atas Perdagangan Barang-barang *Passing Off***

Mengenai perdagangan produk atau barang palsu atau yang juga dikenal dengan barang "KW", dalam Pasal 100 – Pasal 102 UU MIG diatur mengenai tindak pidana terkait merek:  
Pasal 100 UU MIG

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
3. Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Pasal 101 UU MIG

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Pasal 102 UU MIG

Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut

merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Tindak pidana sebagaimana disebutkan di atas, hanya dapat ditindak jika ada aduan dari pihak yang dirugikan. Hal ini dapat dilihat dari perumusan Pasal 103 UU MIG: "Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan." Ini berarti bahwa penjualan produk atau barang palsu hanya bisa ditindak oleh pihak yang berwenang jika ada aduan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh hal tersebut, dalam hal ini si pemilik merek itu sendiri atau pemegang lisensi. Mengenai tugas Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual ("DJKI") terkait penindakan terhadap para penjual barang palsu, berdasarkan Pasal 99 ayat (1) UU MIG, selain pejabat penyidik Kepolisian Negara Republik Indonesia, pejabat penyidik pegawai negeri sipil tertentu di lingkungan kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang hukum diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana ("KUHP") untuk melakukan penyidikan tindak pidana merek. Pejabat penyidik pegawai negeri sipil pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang berwenang melakukan: pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang merek; pemeriksaan terhadap Orang yang diduga melakukan tindak pidana di bidang merek; permintaan keterangan dan barang bukti dari Orang sehubungan dengan tindak pidana di bidang merek; pemeriksaan atas pembukuan, pencatatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang merek; penggeledahan dan pemeriksaan di tempat yang diduga terdapat barang bukti, pembukuan, pencatatan, dan dokumen lain yang berkenaan dengan tindak pidana di bidang merek; penyitaan terhadap bahan dan barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang merek; permintaan keterangan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang merek; permintaan bantuan kepada instansi terkait untuk melakukan penangkapan, penahanan, penetapan daftar pencarian orang, dan pencegahan terhadap pelaku tindak pidana di bidang merek; dan penghentian penyidikan jika tidak terdapat cukup bukti adanya tindak pidana di bidang merek.

Lebih lanjut mengenai tugas dari DJKI khususnya Direktorat Merek dan Indikasi Geografis menurut informasi yang kami dapatkan melalui laman DJKI, Direktorat Merek dan Indikasi Geografis mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang permohonan, klasifikasi merek, publikasi dan dokumentasi, pemeriksaan, sertifikasi, monitoring, dan pelayanan hukum merek dan indikasi geografis serta fasilitasi komisi banding merek. Direktorat Merek dan Indikasi Geografis menyelenggarakan fungsi: Penyiapan perumusan kebijakan di bidang permohonan, klasifikasi merek, publikasi dan dokumentasi, pemeriksaan, sertifikasi, monitoring, dan pelayanan hukum merek dan indikasi geografis; Pelaksanaan kebijakan di bidang permohonan, klasifikasi merek, publikasi dan dokumentasi, pemeriksaan, sertifikasi, monitoring, dan pelayanan hukum merek dan indikasi geografis; Pelaksanaan fasilitasi komisi banding merek; Pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang permohonan, klasifikasi merek, publikasi dan dokumentasi, pemeriksaan, sertifikasi, monitoring, dan pelayanan hukum merek dan dan indikasi geografis; Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang permohonan, klasifikasi merek, publikasi dan dokumentasi, pemeriksaan, sertifikasi, monitoring, dan pelayanan hukum merek dan dan indikasi geografis; dan Pengelolaan urusan tata usaha dan rumah tangga Direktorat Merek dan Indikasi Geografis. Jadi,

pada dasarnya Direktorat Merek dan Indikasi Geografis inilah yang akan melakukan pemantauan dan penegakan hukum terkait pelaksanaan merek di lapangan. Akan tetapi, untuk melakukan tindakan terhadap pihak yang menjual barang palsu, tetap harus ada pengaduan terlebih dahulu dari pemilik merek atau pemegang lisensi.

## KESIMPULAN

Perlindungan hukum bagi konsumen atas tindakan *passing off* yang dilakukan oleh pengusaha, yaitu : a) Perlindungan konsumen dari barang tiruan, artinya, konsumen diberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Jadi para pengguna produk atau konsumen tidak merasa dirugikan oleh pihak pelaku usaha ; b) Perlindungan atas tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen yang membeli barang tiruan, artinya tiap perbuatan melanggar hukum, yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan orang yang karena kesalahannya mengakibatkan kerugian itu, mengganti kerugian." Ketentuan ini memberi perlindungan kepada seseorang terhadap perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) orang lain.

Penyelesaian secara hukum bagi pengusaha yang melakukan pemalsuan merek dengan tindakan *passing off* atas merek terkenal, yaitu pemegang merek yang di *passing off* dapat mengajukan keberatan atas pendaftaran merek menurut terminologi *passing off*, dengan dalih bahwa penggugat telah mempunyai reputasi/nama baik (*good will*); Nama baik atau reputasi (*good will*) di sini merupakan refleksi dari merek yang bersangkutan yang telah dikenal oleh masyarakat konsumen selama masa tertentu dengan kualitas bagus. *Good will* tersebut akan menjadi modal perusahaan (asset) dalam bentuk nama baik. Jika di Indonesia dengan menggunakan ketentuan pasal 100 ayat (2) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang mengatur bahwa : "Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)"

Pada dasarnya perlindungan konsumen itu diberikan karena kedudukan konsumen berada di posisi yang lemah, sehingga harus diterapkan prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum tentang tanggung jawab pelaku usaha khususnya yang melakukan tindakan *passing off*. Dengan diberlakukannya prinsip tanggung jawab mutlak diharapkan pula para pelaku usaha menyadari betapa pentingnya menjaga kualitas produk yang dihasilkan, para pelaku usaha akan lebih berhati-hati terhadap barang yang diproduksi. Diperlukan sinergitas aparat penegak hukum dalam menegakkan aturan yang berkaitan *passing off* atau peniruan suatu produk terkenal yang merugikan konsumen, walaupun di lapangan ternyata menghadapi beberapa kendala, barang yang diproduksi dengan *passing off* atas produk terkenal justru diminati oleh masyarakat, belum lagi tidak adanya pengaduan dari pemegang merek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Aly, "Dimensi Spiritualitas dalam Bisnis di Indonesia: Perspektif Islam" dalam Maryadi dan Syamsudin (eds), Agama Spiritualisme dalam Dinamika Ekonomi Politik, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2001
- Achmad Zen Umar Purba, Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs, P.T. ALUMNI, Bandung, 2005
- Adrian Sutedi, Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Ghalia Indonesia, Jakarta. 2008
- Adami Chazawi, Pengantar Hukum Pidana Bag 1, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002

- Asri Wijayanti, Hukum Ketenagakerjaan Pasca Reformasi, Jakarta : Sinar Grafika, 2009
- A.Z Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Daya Widya, 2004
- Bambang Mudjiyanto, Petunjuk Praktis Metode Penelitian Kualitatif, Tiarana Lokus, Yogyakarta, 2014
- CST Kansil. Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2000,
- Damian Eddy, dkk. Hak Kekayaan Intelektual, P.T.ALUMNI, Bandung, 2003
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: PN. Balai Pustaka, 2008
- Dwi A. Kurniasih, Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar Dari Perbuatan Passing Off (Pemboncengan Reputasi) Bagian II, Media HKI, Vol. VI/No.1/Februari 2009, penerbit ditjen HKI, Jakarta, 2009
- Fajar, Mukti dan Achmad, Yulianto. Dualisme Penelitian Hukum Normatif& Empiris, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. 2003
- H. D. Effendy Hasibuan, Perlindungan Merek Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat, Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2003
- H.M.N. Purwosutjipto, Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia Pengetahuan Dasar Hukum Dagang, Jakarta : Djambatan, 2003
- Ishaq. Dasar-dasar Ilmu Hukum. Jakarta. Sinar Grafika. 2009
- Jened, Rahmi. Implikasi Persetujuan TRIPs terhadap Perlindungan Merek di Indonesia, CV.Surabaya: Surabaya. 2008
- Jennifer Davis, Intellectual Property Law, Oxford University Press, 2005
- Ismu Gunadi dan kawan-kawan, Cepat Mudah Memahami Hukum Pidana, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2011
- Kitab Undang Undang Hukum Pidana
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata
- Kurnia Titon Slamet, Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIP's, Bandung, 2011
- Lindsey, Tim; Eddy Damian; Simon Butt; dan Tomi Suryo Utomo. Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar, Bandung, Alumni. 2002
- M.A. Moegni Djojodirdjo, Perbuatan Melawan Hukum Tanggung Gugat untuk Kerugian yang Disebabkan Karena Perbuatan Melawan Hukum, Jakarta : Pradanya Paramita, 2009
- Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Kencana, Jakarta, 2010
- Muhammad Djumhana, Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori, Prakteknya di Indonesia, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2013.
- NHT. Siahaan, Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk, Panta Rei, Jakarta. 2005
- OK. Sadikin, "Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual" Intellectual Property Right, cet 4, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2014.
- Peter Mahmud Marzuki. Pengantar Ilmu Hukum. Jakarta. Kencana. 2008
- Philipus M Hadjon, Perlindungan Hukum Bagi HaKI di Indonesia Edisi Khusus, 2007
- Rachmadi Usman, Hukum Ekonomi dalam Dinamika, Jakarta : Djambatan, 2000
- Ronny Hanitijo, Metodologi Penelitian Hukum, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2000
- Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000
- Sudarsono, Pengantar Ilmu Hukum., Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis