

# **PERLINDUNGAN HUKUM HAK MEREK PRODUK KRIPIK JAMUR KRISPY FCK DI KEDIRI**

Oleh:

**Bambang Pujiono, Achmad Bahroni, Leni Oktavia Kartika Sari**  
[bambang\\_pujiono@unik-kediri.ac.id](mailto:bambang_pujiono@unik-kediri.ac.id), [achmadbahroni@unik-kediri.ac.id](mailto:achmadbahroni@unik-kediri.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap merek dagang keripik jamur krispy FCK jika terjadi sengketa merek konsumen, dan untuk mengetahui mekanisme penyelesaian apabila terjadi sengketa. Jenis penelitian ini menggunakan system normatif empiris, sedangkan sumber data primer ini diperoleh dari media berupa Undang-Undang Hak Cipta, Hak Paten, Hak merek, buku, jurnal yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Sumber data sekunder ini diambil secara langsung dari penelitian yang berupa hasil wawancara. Metode pengumpulan data yang digunakan ini adalah hasil study kepustakaan. Adapun dengan adanya penelitian ini memperlihatkan bahwa berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Hak Merek, pemegang hak merek dapat berupaya melakukan perlindungan hukum sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 terhadap pelaku pelanggaran hak merek. Sedangkan upaya penyelesaian hukum jika terjadi sengketa terhadap merek produk jamur FCK dengan melalui jalur litigasi atau nonlitigasi. Upaya tersebut menghasilkan keputusan yakni melalui mediasi serta pembayaran royalti.

***Key word:*** Hak Merek, sengketa, HaKI

## Latar Belakang

Pada era globalisasi ini menjanjikan adanya suatu peluang bisnis usaha bagi perusahaan di Indonesia. Untuk mengembangkan usaha atau merebut suatu pasar modal, banyak pengusaha yang melakukan persaingan dan memberikan cap atau merek pada produk mereka. Persaingan tersebut juga dapat memicu para pengusaha untuk melakukan berbagai macam tindakan seperti plagiatisme terhadap merek dagang. Telah banyak kasus plagiatisme, menirukan, menjiplak, menggandakan, pengambilan karya orang lain seolah karya tersebut adalah karya dirinya sendiri. Plagiat dianggap sebagai tindak pidana karena telah mencuri hak cipta milik orang lain. Hak kekayaan intelektual (*Intellectual Property Rights*) atau biasa disebut “HaKI” adalah hak hukum yang bersifat eksklusif atau khusus yang dimiliki oleh para penemu atau pencipta sebagai hasil dari aktivitas intelektual dan kreativitas yang bersifat baru dan khas<sup>1</sup>. Karya-karya di bidang HaKI dihasilkan berkat kemampuan intelektual manusia melalui pengorbanan tenaga, waktu, pikiran, perasaan, dan hasil intuisi/ilham/hati nurani<sup>2</sup>. Hal ini mendorong adanya kebutuhan penghargaan hasil karya seseorang berupa adanya perlindungan hukum bagi HaKI, yang bertujuan untuk mengembangkan dan menumbuhkan semangat menciptakan sebuah karya.

Perbedaan HaKI dengan Hak milik yaitu HaKI berkaitan dengan benda yang tidak berwujud (seperti: lagu, music, kesenian, merek dagang, paten industry, dan lain-lain). Sedangkan hak milik berkaitan dengan benda yang berwujud (seperti: hak milik tanah, bangunan, kendaraan, dan lain-lain). Berdasarkan Pasal 499 KUH Perdata, barang adalah tiap benda dan tiap hak yang dapat menjadi obyek dari hak milik. Hal ini sejalan dengan pendapat Abdulkadir Muhammad yang mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan barang (*tangible good*) adalah benda materiil yang ada wujudnya karena dapat dilihat dan diraba, misalnya kendaraan, sedangkan yang dimaksud dengan hak (*intangible good*) adalah benda immaterial yang tidak ada wujudnya karena

---

<sup>1</sup> Iswi Haryani, S.H., M.H., *Prosedur Mengurus HAki Yang Benar*, Pustaka Yustisia, 2010, hlm.16.

<sup>2</sup> Ibid, hlm 16

tidak dapat dilihat dan diraba, misal HaKI<sup>3</sup>. Yang termasuk dari hasil aktivitas intelektual dan kreativitas dapat berupa karya cipta dalam bidang seni dan sastra, ilmu pengetahuan, dan bidang teknologi. Pada hakekatnya, HaKI dapat dikategorikan dalam 2 bagian. Yang pertama adalah hak cipta (copyrights). Sedangkan yang kedua adalah hak kekayaan industry yang terdiri dari hak paten, hak desain industry, dan hak merek dagang.

Pada dasarnya, merek sebagai hak kekayaan intelektual berfungsi untuk mengidentifikasi barang, jasa, atau produk dari suatu perusahaan. Dengan adanya merek, suatu perusahaan dapat menjaga dan memberikan jaminan pada barang maupun jasa yang dihasilkan dan mencegah suatu tindakan persaingan yang tidak jujur dari perusahaan lain. Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016, merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/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.

Memakai atau mengonsumsi suatu barang atau jasa dengan merek ternama merupakan kebanggaan tersendiri bagi konsumen. Beragam merek dan produk ditawarkan kepada konsumen menjadikan berbagai macam pilihan yang bergantung kepada daya beli atau kemampuan konsumen. Biasanya masyarakat akan tetap membeli barang-barang bermerek yang mereka anggap ternama walaupun barang tersebut palsu, bermutu rendah, atau imitasi.

Terjadinya pemalsuan merek tentunya akan berimbas kepada produk asli dari suatu perusahaan dan akan semakin memperburuk citra Indonesia sebagai pelanggar HaKI. Oleh karena itu, permasalahan tentang perlindungan hukum atas hak merek menjadi ketertarikan sendiri untuk dibahas, mengingat dunia akan terus berkembang dan merek mempunyai peranan yang sangat penting khususnya dalam proses perdagangan barang dan jasa di era global.

---

<sup>3</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Harta Kekayaan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994, hlm.75.

Berhubungan dengan hak merek, tentunya ada kaitannya dengan usaha dagang. dewasa ini telah banyak usaha dagang yang berkembang, salah satunya seperti pada produk usaha kripik jamur krispi FCK yang ada di Kediri. Produk ini juga sudah diterima oleh masyarakat dan telah menjadi produk UKM. Tak hanya itu, produk tersebut juga telah di export ke beberapa Negara seperti Hongkong, Filipina, serta Malaysia. Untuk melindungi hak merek pada merek produk usaha dagang kripik jamur krispi FCK tersebut agar terhindar dari potensi plagiatisme, maka hal ini mendorong penulis untuk mengangkat masalah ini dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Merek Produk Kripik Jamur Krispi FCK di Kediri”**. Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diambil yaitu :

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap merek dagang kripik jamur krispy FCK jika terjadi sengketa merek konsumen?
2. Bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa hukum terhadap merek produk jamur krispy FCK jika dalam hal terjadinya sengketa?

## **Pembahasan**

Pada tahun 1885 pemerintah Belanda pertama kali membuat undang-undang mengenai hak merek. Hingga pada tanggal 17 Agustus 1945 pada saat Indonesia telah merdeka, undang-undang yang dibuat oleh kolonial Belanda pun masih berlaku selama tidak bertentangan dengan UUD 1945. Pemerintah Republik Indonesia mengundang UU No 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (UU Merek 1961) untuk menggantikan UU merek kolonial Belanda pada tanggal 11 Oktober 1961. Berdasarkan pasal 24 UU No 21 tahun 1961, “Undang-Undang ini dapat disebut Undang-Undang Merek 1961 dan mulai berlaku satu bulan setelah Undang-Undang ini diundangkan”. Kemudian Undang-Undang ini mulai berlaku pada tanggal 11 November 1961. Setelah itu pemerintah kembali memperbaharui Undang-Undang Hak Merek tahun 1992 untuk menggantikan Undang-Undang merek tahun 1961, dan pada tanggal 28 Agustus 1992 pemerintah RI mengesahkan UU No 19 tahun 1992 tentang Merek yang mulai berlaku tanggal 1 April 1993. Pada tahun 2001 pemerintah kembali mengesahkan UU No 15 tahun 2001

tentang Merek untuk menggantikan UU yang lama<sup>4</sup>. Hingga pada akhirnya, saat ini pemerintah telah menetapkan UU No 20 Tahun 2016 tentang hak merek yang sebagai bentuk penyempurnaan dari undang-undang sebelumnya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek pasal 1 menyebutkan bahwa merek adalah tanda yang di tampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/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. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum yang membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya<sup>5</sup>.

Lahirnya Undang-Undang hak merek ini pun dilatar belakangi oleh masyarakat di bidang perdagangan dan perekonomian. Atas pengaruh perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang pesat ini, menumbuhkan pengaruh yang sangat tinggi dalam skala global pada pasar perekonomian dan perdagangan. Dengan adanya perlindungan hukum terhadap merek, maka dapat menumbuhkan system persaingan ekonomi dan perdagangan yang sehat. Dan undang-undang yang telah mengatur hak merek tersebut adalah Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016.

Merek memiliki peranan yang sangat penting karena merek digunakan untuk membedakan asal suatu produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam pemasaran dan periklanan karena terkait dengan kualitas dan reputasi barang dan jasa tertentu. Jenis-jenis merek tersebut meliputi merek dagang yang mengarah pada produk perdagangan berupa barang seperti permen relaxa, adidas, nike, billabong, H&M,dll. Sedangkan merek jasa merupakan produk dagang dibidang jasa seperti JNE, JNT, TIKI, dll. Dan yang terakhir adalah

---

<sup>4</sup>DJKI. 2016. *Sejarah Perkembangan Perlindungan Kekayaan Intelektual*.

Online [www.dgip.go.id/sejarah-perkembangan-perlindungan-kekayaan-intelektual-ki](http://www.dgip.go.id/sejarah-perkembangan-perlindungan-kekayaan-intelektual-ki), di akses pada tanggal 23 juni 2019, pukul 0.18

<sup>5</sup> Undang-Undang Hak Merek Nomor 20 Tahun 2016 pasal 1.

merek kolektif yang berasal dari badan usaha yang mempunyai produk perdagangan berupa barang dan jasa dengan karakteristik yang sama namun dengan barang yang berbeda, contohnya seperti bigcola, cocacola, larutan cap kaki 3. Pemilik merek yang telah terdaftar akan mendapat hak eksklusif yang diberikan oleh Negara untuk mendapatkan perlindungan hukum sehingga para pengusaha atau pemilik merek bisa mengembangkan usahanya dengan tenang tanpa takut mereknya diklaim atau ditiru oleh pihak lain.

Peranan merek disini sangat penting adanya, karena untuk menjaga persaingan usaha yang sehat. Maka dari itu, dibutuhkannya peraturan mengenai merek untuk meningkatkan layanan bagi masyarakat. Suatu merek dapat mencerminkan harga diri suatu perusahaan dan nilai jual barang atau jasa. Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam Undang-Undang hak merek adalah:

- a. Memiliki daya pembeda
- b. Merupakan tanda pada barang atau jasa
- c. Tidak bertentangan dalam moralitas agama, kesusilaan, dan ketertiban umum
- d. Bukan menjadi milik umum
- e. Tidak berupa keterangan/berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran

Permohonan pendaftaran merek diajukan secara tertulis ke dalam bahasa Indonesia, dilampiri dengan bukti pembayaran biaya, serta ditandatangani oleh pemohon dan kuasanya (Konsultan Hak Kekayaan Intelektual). Pemohon dapat terdiri dari badan hukum, beberapa orang atau lebih. Syarat ketentuan agar dapat diangkat sebagai Konsultan Hak Kekayaan Intelektual diatur dengan peraturan pemerintah, dan sedangkan tatacara pengangkatannya diatur dengan keputusan presiden. Syarat kelengkapan persyaratan pendaftaran merek haruslah lengkap, salah satunya adalah persyaratan administratif. Jika dalam kelengkapan persyaratan tersebut terdapat kekurangan, maka direktorat jendral berhak meminta agar persyaratan tersebut dilengkapi dalam waktu paling lama dua bulan sejak tanggal pengiriman syarat kelengkapan tersebut keluar. Waktu

penerimaan permohonan pendaftaran merek belum bisa terpenuhi kalau persyaratan administratifnya belum lengkap. Jadi bisa dikatakan waktu pengajuan permohonan pendaftaran merek tidak selalu sama dengan waktu penerimaan permohonan pendaftaran merek. Permohonan perubahan pendaftaran merek hanya boleh untuk mengganti identitas pemohon pendaftaran merek, seperti nama dan/atau alamat pemohon atau kuasa. Permohonan dapat ditarik oleh pemohon atau kuasanya selama permohonan tersebut belum mendapat keputusan dari Direktorat Jendral. Meskipun permohonan pendaftaran merek dapat ditarik kembali, semua biaya yang sudah dibayarkan kepada Direktorat Jendral tidak dapat ditarik kembali.

Merek yang tidak dapat didaftarkan adalah jika bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku, ketertiban umum, moralitas agama, kesusilaan, tidak memiliki daya pembeda, sudah menjadi milik umum, serta berkaitan dengan barang/jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Adapun yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek di dalam kantor milik perindustrian bisa berupa lukisan-lukisan atau perkataan-perkataan yang menjadi milik umum. Disini merek tidak dapat didaftarkan jika pemohon tersebut mendaftarkan permohonannya dengan iktikad yang tidak baik. Pemohon yang beriktikad baik tersebut merupakan pemohon yang mendaftarkan mereknya dengan jujur dan layak tanpa ada niat yang buruk demi kepentingan usaha yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Sedangkan permohonan merek yang dapat ditolak oleh direktorat jendral apabila pada merek tersebut sama dengan merek yang sudah didaftarkan dan sudah menjadi kepemilikan dari pihak lain pada barang atau jasa yang sejenis. Di samping itu merek juga dapat ditolak jika mempunyai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan dari pihak yang bersangkutan atau berhak<sup>6</sup>. Merek yang tidak dapat didaftarkan yaitu merek yang dapat merugikan masyarakat umum, sedangkan merek yang ditolak yaitu merek yang dapat merugikan masyarakat tertentu.

---

<sup>6</sup> Dr. Ahmadi Miru, S.H.,M.S, Hukum Merek : Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, tahun 2007, hlm 18.

Adanya daya pembeda yang kuat pada suatu merek mengakibatkan perlindungan yang kuat. Jika daya pembeda merek lemah maka perlindungan merek juga menjadi lemah. Jika tanda yang tidak memiliki daya pembeda ataupun daya pembedanya kurang kuat ataupun lemah, maka pada tanda tersebut tidak dapat dianggap sebagai merek. Perlindungan merek ini adalah perlindungan yang dalam hubungannya dengan kemampuan daya pembeda yang dimiliki oleh merek terkait dengan penilaian ada tidaknya persamaan pada pokoknya dengan merek hak lain<sup>7</sup>.

Pemeriksaan substansif dilaksanakan oleh pemeriksa dari dirjen HaKI, dalam kurun waktu paling lama 30 hari terhitung sejak tanggal berakhirnya pengumuman. Pemeriksaan substansif diselesaikan dalam waktu paling lama 9 bulan atau sekitar 150 hari. Pemohon atau kuasa dapat menyampaikan keberatannya dengan menyebutkan alasan paling lama 30 hari sejak menerima surat pemberitahuan penolakan. Jika pemohon atau kuasanya tidak menyampaikan keberatan, maka dirjen HaKI yang akan menetapkan keputusan tentang penolakan permohonan. Sedangkan jika pemohon atau kuasa menyampaikan keberatan, dan pemeriksa melaporkan keberatan tersebut bisa diterima, maka atas persetujuan dirjen HaKI, permohonan tersebut diumumkan dalam berita resmi merek<sup>8</sup>.

Pada pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 menyebutkan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum dalam jangka waktu 10 tahun sejak penerimaan. Permohonan perpanjangan bisa diajukan secara tertulis paling cepat dua belas bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan merek terdaftar. Syarat yang harus terpenuhi untuk permohonan hak merek yaitu seperti yang masih digunakan pada barang atau jasa yang telah ada dalam sertifikat merek, serta yang masih diproduksi dan diperdagangkan.

---

<sup>7</sup> Dwi Agustin Kurniasih, *Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar dari Perbuatan Passing Off (Pemboncengan Reputasi) Bagian II Volume IV*, Dirjen HaKI, 2009, hlm.10

<sup>8</sup> Iswi Haryani, S.H., M.H., *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*, Pustaka Yustisia, 2010, hlm.96

Pemilik merek terdaftar berhak memberikan lisensi pada pihak lain dengan perjanjian bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa. Perjanjian lisensi ini berlaku pada seluruh wilayah Negara Indonesia. Pemilik merek terdaftar yang telah memberi lisensi kepada pihak lain tetap dapat menggunakan sendiri atau memberi lisensi kepada pihak ketiga lainnya, kecuali bila diperjanjikan lain<sup>9</sup>. Jika pihak tidak puas dengan putusan pengadilan mengenai permohonan pendaftaran merek tersebut, maka salah satu pihak yang merasa tidak puas tersebut bisa mengajukan permohonan banding ke Pengadilan Tinggi. Kuasa atau pemohon mengajukan permohonan banding secara tertulis kepada Komisi Banding Merek dengan tembusan kepada Direktorat Jendral dan dikenai biaya. Jangka waktu untuk mengajukan permohonan banding paling lama tiga bulan sejak tanggal surat pemberitahuan penolakan permohonan, namun bila jangka waktu telah lewat tanpa ada permohonan banding, penolakan permohonan tetap diterima oleh pemohon dan Direktorat Jendral tetap mencatat serta mengumumkan penolakan tersebut. Pemohon atau kuasa dapat mengajukan gugatan kepada Pengadilan Niaga apabila Komisi Banding menolak permohonan banding, dalam waktu paling lama tiga bulan sejak tanggal diterimanya keputusan penolakan.

Merek dapat dialihkan kepada orang lain sehingga nama pemilik merek dapat berubah agar pemilik merek yang baru bisa mendapat perlindungan hukum. Perubahan nama atau alamat merek yang terdaftar dicatat Direktorat Jendral serta diumumkan dalam berita resmi merek. Pengalihan hak atas merek dapat disertai dengan pengalihan nama baik, reputasi, atau lain-lainnya. Pemilik merek yang sudah terdaftar mempunyai hak untuk memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian yang menyebutkan bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa yang telah terdaftar menggunakan merek tersebut<sup>10</sup>. Perjanjian

---

<sup>9</sup>Ibid, hlm.102-103.

<sup>10</sup> Dr.Ahmadi Miru, S.H.,M.S., *Hukum Merek:Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. PT.RajaGrafindo, Jakarta, 2007 hlm.54

lisensi ini hanya dibatasi untuk barang/jasa tertentu yang diperdagangkan oleh pemberi lisensi. Perjanjian lisensi ini berlaku diseluruh Indonesia dengan jangka waktu yang tidak lebih lama dari jangka waktu perlindungan merek terdaftar. Selama perjanjian lisensi ini berlangsung, bisa saja terjadi pembatalan merek yang bersangkutan. Maka penerima lisensi tidak wajib meneruskan pembayaran royalty kepada pemberi lisensi yang dibatalkan, namun wajib untuk membayar royalty kepada pemilik merek yang tidak dibatalkan atau pemilik merek yang sah. Dalam hal ini, pemberi lisensi sudah harus menerima dahulu royalty secara sekaligus dari penerima lisensi, yang kemudian pemberi lisensi sudah wajib menyerahkan bagian dari royalty yang diterimanya kepada pemilik merek yang tidak dibatalkan dan besarnya sebanding dengan sisa jangka waktu perjanjian lisensi.

Selain merek biasa, ada juga yang dinamakan merek kolektif yaitu barang atau jasa yang berbeda namun mempunyai karakteristik yang sama dan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama. Pendaftaran merek kolektif hanya dapat diterima bila dalam permohonannya jelas dinyatakan bahwa merek tersebut digunakan sebagai merek kolektif.

Penghapusan pendaftaran merek dapat dilakukan atas prakarsa dari Direktorat Jendral dan dengan berdasarkan permohonan pemilik merek yang bersangkutan. Penghapusan merek atas Direktorat Jendral jika merek tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut sejak tanggal pendaftaran terakhir serta pemakaian merek yang tidak sesuai dengan merek yang didaftar. Penghapusan yang diprakarsai oleh Dirjen dicatat dalam daftar umum merek dan di umumkan kepada berita resmi merek. Namun jika pemilik merek merasa keberatan atas penghapusan merek tersebut, maka dapat diajukan kepada Pengadilan Niaga. putusan Pengadilan Niaga dapat diajukan kasasi apabila putusan pengadilan niaga tidak bisa memuaskan salah satu pihak. Kemudian dari pada itu, dirjen juga dapat menghapus merek kolektif atas permohonan sendiri dari pemilik merek kolektif dan mempunyai bukti yang cukup bahwa merek kolektif tidak dipakai selama tiga tahun berturut-turut sejak tanggal

pendaftarannya, serta tidak digunakan sesuai dengan peraturan penggunaan merek kolektif. Tidak hanya penghapusan pendaftaran oleh Direktorat Jendral, penghapusan pendaftaran merek kolektif juga bisa diajukan oleh pihak ketigadalam bentuk gugatan oleh Pengadilan Niaga.

Pemilik merek yang tidak terdaftar bisa mengajukan gugatan pembatalan terhadap merek yang terdaftar setelah mengajukan pendaftaran merek ke Dirjen. Pengajuan gugatan pembatalan pendaftaran merek diajukan kepada Pengadilan Niaga oleh Jaksa, atau lembaga yang berwenang. Jangka waktu pembatalan pendaftaran merek yakni lima tahun sejak tanggal pendaftaran merek. Namun jika merek tersebut bertentangan dengan moralitas ketertiban umum, agama, atau kesusilaan, maka gugatan pembatalan merek diajukan tanpa adanya batasan waktu

Keripik Jamur Krispy FCK yang merupakan UKM didirikan pada tanggal 12 Juni 2015 oleh Bagas Alimpad yang berawal dari bisnis ayahnya yang mengalami kebangkrutan sehingga Bagas menjadi tulang punggung keluarga. Sebelum mendirikan jamur kripsy FCK, ternyata Bagas pernah menjalankan usaha DVD edukasi di Kediri yang sempat menyebabkan Bagas ditahan oleh polisi sebelum dinyatakan tidak bersalah karena tuduhan DVD palsu tersebut. Tak hanya itu, bagas juga pernah menanggung hutang sebesar 110 juta karena bisnis Treding Forex yang kemudian hutang tersebut bisa lunas karena dengan adanya bisnis jamur krispy FCK yang di dirikan oleh Bagas Alimpad tersebut. Saat ini, jamur kripsy FCK milik bagas tersebut mampu menghasilkan 300-700 pack perhari dengan karyawan yang berjumlah 14 dan reseller yang telah tersebar di Indonesia bahkan ada yang di luar negeri.

## **Latar Belakang Keripik Jamur Krispy FCK**

UKM Jamur Krispy FCK dalam melaksanakan operasionalnya berpegang pada visi dan misi. Pengertian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, visi adalah rangkaian kata-kata yang mengungkapkan impian, pandangan, atau wawasan ke depan untuk sesuatu yang ingin dicapai pada masa mendatang.

Visi dari UKM Kripik Jamur Krispy FCK ini adalah menjadikan perusahaan camilan yang berkualitas dan mendunia dengan posisi keuangan yang kuat sekaligus pemimpin pasar di Indonesia. Misi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu bentuk atau cara untuk mewujudkan dari suatu visi tersebut agar bisa tercapai tujuannya. Sedangkan misi dari UKM Kripik Jamur Krispy FCK tersebut adalah:

1. Mewujudkan SDM berkualitas dan totalitas dalam bekerja.
2. Menjadi total dan terdepan dalam solusi camilan unik, sehat, dan higienis.
3. Mewujudkan jutaan pengusaha baru melalui bimbingan dan mentoring para distributor, agen, dan reseller FCK.

UKM Jamur Krispy FCK menjalankan kegiatan operasionalnya dengan melibatkan individu-individu didalamnya serta perlu dikoordinasi dengan tepat agar semua kegiatan yang dilakukan bisa berjalan dengan efektif dan efisien. Pembentukan struktur organisasi yang baik harus mampu mengkoordinasikan masing-masing bagian, sehingga mampu mengurangi atau menghilangkan pertentangan yang bisa saja terjadi serta pengaturan struktur organisasi harus disesuaikan dengan kondisi perusahaan. UKM Jamur Krispy FCK merupakan perusahaan kecil yang masih berkembang dengan menggunakan struktur organisasi lini yang mempunyai fungsi untuk melimpahkan wewenang langsung secara vertical dan sepenuhnya dari kepemimpinan terhadap bawahannya.

Pembagian tugas dan tanggung jawab pada UKM Jamur Krispy FCK dibagi berdasarkan fungsi-fungsi yang telah ditetapkan. Pemilik (owner) merupakan pimpinan tertinggi dalam perusahaan yang menentukan kebijakan selama kegiatan operasional maupun non-operasional. Tugas owner tersebut yaitu mengawasi jalannya proses produksi dan kinerja dari karyawan serta mengambil keputusan demi berlangsungnya kegiatan perusahaan. Berikutnya di bagian personalia sangat dibutuhkan guna membantu pengelolaan perusahaan yang baik untuk memudahkan perusahaan agar berkembang. Fungsi bagian tersebut salah satunya adalah membuat anggaran tenaga kerja yang diperlukan, mengurus kesejahteraan karyawan, mengurus pemberhentian

karyawan serta memberikan sumber tenaga kerja. Yang paling penting dan menjadi ujung tombak bagi suatu perusahaan yakni pada bagian keuangan. Bertugas untuk merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, serta menyimpan dana yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Bagian keuangan ini bertanggung jawab penuh pada keuangan perusahaan dan pada pembelanjaan perusahaan. UKM Jamur Krispy FCK memiliki bagian admin yang bertugas sebagai berikut:

- a. Membuat perencanaan keuangan mulai dari perencanaan peminjaman, penerimaan, pengeluaran, dan pembayaran.
- b. Mengelola uang khas mulai dari membuka rekening, menentukan setoran, mengatur kas, menangani pembayaran atas kewajiban dan membuat catatan transaksi kas.
- c. Bekerja sama dalam menyusun kebijakan administrasi keuangan dengan bagian lain terkait dengan visi dan misi perusahaan.
- d. Menginput penerimaan pembayaran dari pelanggan dan pembayaran ke supplier dengan tepat waktu dan akurat untuk memastikan ketetapan waktu dan keakuratan penerimaan maupun pembayaran.
- e. Mengarsip seluruh dokumen transaksi untuk menjaga ketertiban administrasi dan memudahkan penelusuran dokumen.
- f. Melakukan stok opname setiap akhir bulan untuk melihat ada atau tidaknya selisih jumlah barang di gudang dan catatan keuangan.

Bagian pemasaran juga sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dengan pihak eksternal. Kemudian melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja karyawan bagian pemasaran, penjualan, dan promosi bagi kepentingan perusahaan. Pada bagian produksi biasanya bertanggung jawab pada semua hal yang berkaitan dengan bidang produksi mulai dari proses, progres, kualitas, kuantitas, serta waktu penyelesaian dengan menggunakan sumber daya secara optimal.

## **1. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Keripik Jamur Krispy FCK jika Terjadi Sengketa Merek Konsumen**

Sengketa administratif merupakan sengketa terjadi antara pihak yang mengajukan HKI dengan pemerintah (Dirjen HKI) yang berhubungan dengan penolakan permohonan yang dilakukan oleh Dirjen HKI akibat tidak dipenuhinya beberapa persyaratan sebagaimana telah ditetapkan dalam aturan normatif. Sengketa perdata timbul karena adanya perbedaan penafsiran terhadap isi perjanjian atau salah satu pihak wanprestasi atas perjanjian (perjanjian lisensi) yang sebelumnya telah mereka sepakati. Sengketa pidana merupakan tindak pidana di bidang Hak Kekayaan Intelektual yang melibatkan negara. Sengketa HKI wajib diselesaikan melalui jalur lembaga peradilan umum. Sejak didirikannya bisnis kuliner Keripik Jamur krispy FCK yang sudah memiliki brand image yang dapat memenuhi konsumen masa kini yang merupakan daya pembeda untuk menjamin suatu produk. Pada merek produk Keripik Jamur Krispi FCK ini telah memiliki brand yang tinggi sehingga dapat memicu tindakan dengan iktikad yang tidak baik seperti persaingan yang tidak sehat. Potensi sengketa merek terhadap produk Keripik Jamur Krispi FCK disini adalah jika terjadi peniruan nama "FCK" dengan usaha yang sejenis.

Merek sebagai salah satu bentuk Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) memiliki peranan penting dalam kegiatan ekonomi seperti perdagangan barang atau jasa. Merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa. Sebuah merek menjadi kekayaan yang sangat berharga dan memiliki nilai jual yang tinggi. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu peraturan tentang merek yang relevan seiring dengan perkembangan dunia usaha yang semakin pesat<sup>11</sup>.

Pada dasarnya merek biasa disebut dengan istilah brand. Merek juga untuk memberi nama atau tanda identitas dari suatu produk yang sangat

---

<sup>11</sup>Jisia, Mamahit, "Perlindungan Hukum Atas Merek dalam Perdagangan Barang dan Jasa," *Lex Privatum*, Vol.I/No.3 (Juli, 2013), hal 90-91.

berperan penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat untuk bisa berkeadilan melindungi konsumen, serta melindungi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan industry dalam negeri. Hak merek merupakan perlindungan HaKI untuk memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk memperdagangkan barang/jasa. Orang atau siapapun berhak untuk memakai merek apapun baik merek tersebut sudah didaftarkan ataupun tidak didaftarkan selama nama merek tersebut belum ada serta tidak sama dengan merek yang sudah didaftarkan oleh orang/ perusahaan lain dan dengan jenis barang/jasa yang sama. Namun bagaimanapun juga, dengan merek yang sudah terdaftar tersebut si pemilik merek mempunyai hak untuk melarang siapapun yang menggunakan merek yang sama dengan merek miliknya yang sudah terdaftar untuk jenis barang/jasa yang sama. Peraturan Perundang-Undangan dibidang merek yang memadai sangat mendukung untuk lebih bisa meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi dunia industry/perdagangan. Hal ini menganut pada Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2016 sebagai penyempurnaan dari Undang-Undang sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek yang masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat dibidang merek dan belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional. Definisi pada merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 pasal 1 angka 1 menjelaskan bahwa merek harus mempunyai daya pembeda yang cukup, artinya memiliki kekuatan untuk membedakan barang/jasa suatu perusahaan pada perusahaan lainnya.

Hasil penelitian terhadap merek produk Keripik Jamur Krispi FCK menunjukkan bahwa merek tersebut telah memenuhi unsur merek yang meliputi gambar, nama, dan susunan warna. Keripik Jamur Krispi FCK merupakan jenis merek produk yaitu dalam bidang kuliner. Produk yang diberikan berupa snack atau camilan yang dijual dipasaran.

Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menjelaskan hak atas merek yaitu:

*“Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.”*

Merek produk Keripik Jamur Krispi FCK yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual pada tanggal 22 Desember 2016 Perlindungan Hak Merek kepada pemilik merek produk Keripik Jamur Krispi FCK diberikan selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan dapat diperpanjang. Dengan demikian, jika ada pihak lain yang mencoba menggunakan merek yang sama, maka akan ditolak pendaftarannya oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

Hak atas merek tersebut diberikan kepada pemegang merek setelah memenuhi seluruh prosedur pendaftaran merek. Tujuan dari pendaftaran merek yaitu untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hak atas merek. Pendaftaran merek merupakan alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokok yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis<sup>12</sup>. Prosedur atau tatacara pendaftaran merek di Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek diatur pada pasal 4. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang dijabarkan, pemberian hak atas merek Keripik Jamur Krispy FCK dilakukan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dalam Undang-Undang Merek tahun 2016. Secara garis besar proses pendafratan merek Keripik Jamur Krispy FCK yaitu:

- (1) mengisi formulir permohonan HKI beserta etiket mereknya,
- (2) mengkuasakan pendaftaran HKI kepada Konsultan HKI,
- (3) melakukan pembayaran pendaftaran HKI.

Pendaftaran merek dilakukan setelah penerimaan permohonan pendaftaran merek. Pengumuman permohonan pendaftaran merek Keripik Jamur Krispy FCK diterbitkan dalam bentuk

---

<sup>12</sup> Ibid, hal 92

sertifikat merek<sup>13</sup>. Dengan demikian, merek produk Keripik Jamur Krispy FCK memiliki hak atas merek. Hak atas merek yang dimiliki merek Keripik Jamur Krispy FCK dapat dijadikan sebagai jaminan dan kepastian hukum atau perlindungan hukum. Bentuk jaminan kepastian perlindungan hukum berupa tanda bukti pendaftaran dalam bentuk sertifikat. Sertifikat berlaku selama sepuluh tahun sejak tanggal 22 Desember 2016 dan jangka waktu perlindungan dapat diperpanjang.

## **2. Penyelesaian Sengketa Hukum Terhadap Merek Produk Jamur Krispy FCK Jika Dalam Hal Terjadinya Sengketa**

Dalam penyelesaian sengketa pada merek, pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan kepada Pengadilan Niaga terhadap pihak lain berupa ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Penggunaan merek secara tanpa hak tersebut sangat merugikan pemilik merek yang sah. Bukan hanya rugi secara ekonomi namun juga bisa menyebabkan kerugian yang dapat merusak citra merek tanpa hak tersebut kualitasnya lebih rendah dari pada barang atau jasa yang menggunakan merek secara sah. Gugatan pelanggaran hak atas merek dapat diajukan oleh penerima lisensi merek terdaftar dengan pemilik merek yang bersangkutan. Hakim dapat memerintahkan tergugat untuk menghentikan produksi, peredaran, atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek tersebut tanpa hak untuk mencegah kerugian yang lebih besar, atas permohonan pemilik merek atau penerima lisensi selaku penggugat.

Merek produk Keripik Jamur Krispy FCK telah terdaftar dan telah diberikan hak atas merek yang dibuktikan dengan nomor permohonan pendaftaran merek dan sertifikat merek. Oleh karena itu, pemegang merek Keripik Jamur Krispy FCK memiliki status sebagai pemakai merek pertama dan memperoleh perlindungan hukum jika terjadi permasalahan hukum seperti

---

<sup>13</sup>Heriyanto.D. 2017. Perlindungan Hukum Atas Hak Merek (Study Kasus Merek Spesial Sambal “SS” dalam Sengketa Passing Off) Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

tindakan sengketa *passing off* merek (persaingan merek yang tidak sehat). Perlindungan hukum terhadap merek dagang atau jasa mutlak diberikan oleh pemerintah kepada pemegang dan pemakai hak atas merek untuk menjamin kepastian berusaha bagi para produsen; serta menarik investor bagi merek dagang asing, sedangkan perlindungan hukum yang diberikan kepada merek dagang lokal diharapkan agar pada suatu saat dapat berkembang secara meluas di dunia internasional.

Secara deklaratif maupun konstitutif, merek produk Keripik Jamur Krispy FCK memiliki hak atas merek sehingga berhak mendapatkan perlindungan hukum dalam kasus sengketa merek. Pemilik merek Keripik Jamur Krispy FCK dapat membuktikan bahwa mereknya dianggap sebagai pemakai pertama dan belum ada pihak lain yang membuktikan bahwa sebaliknya. Perlindungan hukum diwujudkan dalam penyelesaian sengketa merek berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 83.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sengketa merek Keripik Jamur Krispy FCK dapat diselesaikan melalui 2 jalur, yaitu jalur litigasi serta jalur nonlitigasi. Pada jalur litigasi, Bagas Alimpad selaku pemilik merek Keripik Jamur Krispy FCK bisa menuntut gugatan kepada pihak lain ke Pengadilan dan meminta ganti rugi serta menghentikan perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut, atau juga mengajukan mediasi sebagai alternatif penyelesaian sengketa pada jalur nonlitigasi, sebagaimana pemilik merek memperbolehkan mereknya dipakai oleh pihak lain namun dengan catatan si pihak lain tersebut harus bersedia memberikan upah royalty beberapa persen dari setiap penjualan pihak lain kepada si pemilik merek. Penyelesaian sengketa merek Keripik Jamur Krispy FCK didasarkan atas Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek yang menjelaskan bahwa: *“Selain penyelesaian gugatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 83 para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui jalur arbitrase atau alternative penyelesaian sengketa”*. Langkah awal yang dilakukan oleh pemilik Merek Keripik Jamur Krispy FCK sebagai pemakai pertama merek adalah menyurati, menegur, dan pemberitahuan secara tertulis bahwa Keripik Jamur Krispy

“FCK” telah mendaftarkan hak atas kekayaan intelektualnya yang berupa hak merek dan hak cipta. Teguran tersebut ditujukan kepada pihak lain jika terjadi sengketa pada merek Keripik Jamur Krispy FCK . Selanjutnya, masing-masing pemilik merek menunjuk konsultan hukum sebagai mediator untuk melakukan mediasi. Para mediator melakukan perundingan secara damai sehingga antarpemilik merek menghasilkan keputusan yang adil dalam penyelesaian sengketa merek. Keputusan yang dihasilkan adalah menghentikan penggunaan merek “FCK” dan mengganti atau merubah logo atau yang dinilai mirip dengan logo dan merek “FCK”. Dasar Pengambilan keputusan tersebut adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek Pasal 76 ayat (1) yang menjelaskan bahwa:

*“Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa (1) gugatan ganti rugi, dan/atau (2) penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut”.*

Pasal 83 ayat (1) di atas menjelaskan bahwa jenis bentuk tuntutan gugatan atas pelanggaran merek terdaftar terdiri atas gugatan ganti rugi atau penghentian penggunaan merek yang dilanggarnya. Ganti rugi dapat diwujudkan dalam bentuk nyata dan dinilai dengan uang. Ganti rugi immateriil berupa tuntutan ganti rugiyang disebabkan oleh penggunaan merek dengan tanpa hak dan mendapatkanganti rugi secara moral.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan pembahasan yang diuraikan dan dijelaskan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Upaya perlindungan hukum dalam upaya penyelesaian persaingan merek yang tidak sehat terhadap Keripik Jamur Krispy FCK oleh pemegang merek, yaitu merek produk Keripik Jamur Krispy FCK pada dasarnya memiliki perlindungan hukum dengan diterbitkannya sertifikat merek dengan Nomor D002016058904. Hal ini berdasar pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016. Kesesuaian tersebut dapat dibuktikan dengan pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang tata cara permohonan pendaftaran merek sehingga merek Jamur Krispy FCK memperoleh HaKI. Dengan demikian, merek produk Keripik Jamur Krispy FCK mempunyai perlindungan ha katas merek terhadap penyelesaian sengketa *passing off* atau persaingan merek yang tidak sehat.
2. Penyelesaian *passing off* atau persaingan yang tidak sehat pada merek produk Keripik jamur Krispy FCK berdasar Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek yaitu pada pihak owner FCK lebih memilih pada jalur nonlitigasi atau diluar pengadilan, yakni melalui mediasi sebagaimana pemilik merek memperbolehkan mereknya dipakai oleh pihak lain namun dengan catatan si pihak lain tersebut harus bersedia memberikan upah royalty beberapa persen dari setiap penjualan pihak lain kepada si pemilik merek. Dasar pengambilan keputusan kasus sengketa tersebut sesuai dengan penerapan Pasal 93 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

## Saran

1. Dalam upaya perlindungan hukum terhadap penyelesaian persaingan merek produk keripik jamur krispy FCK sebaiknya sejauh mungkin telah dilakukan sosialisasi atau pengenalan mengenai suatu pelanggaran merek beserta sanksi hukumnya kepada seluruh kalangan

baik produsen maupun konsumen, sehingga apabila semua kalangan mengetahui sanksi pelanggaran hak merek maka kemungkinan untuk terjadinya sengketa merek sangatlah kecil.

2. Sebaiknya pihak dirjen HaKI dalam kementerian hukum dan HAM dalam melakukan tugasnya lebih selektif pada pendaftaran merek agar tidak terjadinya suatu pelanggaran merek yang mengakibatkan pemilik merek yang telah terdaftar lebih dahulu mengalami kerugian, serta hindari sengketa karena perlindungan merek tersebut telah diatur dalam Undang-Undang mengenai Hak Merek

## **Daftar Pustaka**

- Abdulkadir M., 1994, *Hukum Harta Kekayaan*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- DJKI. 2016. *Sejarah Perkembangan Perlindungan Kekayaan Intelektual*.  
Online [www.dgip.go.id/sejarah-perkembangan-perlindungan-kekayaan-intelektual-ki](http://www.dgip.go.id/sejarah-perkembangan-perlindungan-kekayaan-intelektual-ki), di akses pada tanggal 23 juni 2019, pukul 0.18
- Dwi Agustin Kurniasih, 2009, *Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar dari Perbuatan Passing Off (Pemboncengan Reputasi) Bagian II Volume IV*, Dirjen HaKI.
- Haryani, I., 2010, *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.
- Heriyanto.D. 2017. *Perlindungan Hukum Atas Hak Merek (Study Kasus Merek Spesial Sambal “SS” dalam Sengketa Passing Off)* Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Jisia, Mamahit, "Perlindungan Hukum Atas Merek dalam Perdagangan Barang dan Jasa," *Lex Privatum* , Vol.I/No.3 (Juli, 2013), hal 90-91.
- Miru A., 2007, *Hukum Merek : Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Undang-Undang Hak Merek Nomor 20 Tahun 2016 pasal 1.