

## **KEABSAHAN PENGGUNAAN MEREK DAGANG INDOMARET OLEH PELAKU USAHA LAIN DI WILAYAH HUKUM KABUPATEN BANGLI**

**I Dewa Agung Gede Bagus Trisna Sanjaya, Si Ngurah Ardhya, Muhamad Jodi Setianto**

Universitas Pendidikan Ganesha

e-mail : [trisna.sanjaya04@gmail.com](mailto:trisna.sanjaya04@gmail.com), [ngurah.ardhya.undiksha.ac.id](mailto:ngurah.ardhya.undiksha.ac.id),  
[jodi.setianto@undiksha.ac.id](mailto:jodi.setianto@undiksha.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keabsahan serta kejelasan dari penggunaan merek dagang Indomaret di Kabupaten Bangli serta akibat hukum dari penggunaan merek dagang yang tidak didasarkan atas lisensi di Kabupaten Bangli. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris dengan sifat penelitian deskriptif. Lokasi penelitian bertempat di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli dengan objek penelitian berupa dua toko modern Cahaya Mart dan Tanaka Mart yang memiliki indikasi Persamaan pada pokoknya dengan merek dagang Indomaret. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara studi dokumen, observasi dan wawancara. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *Non Probability Sampling* dan penentuan subjeknya menggunakan *Snowball Sampling*. Teknik pengolahan dan analisis data secara kualitatif. Adapun hasil penelitian menunjukkan Penggunaan merek Indomaret oleh pihak Lain di wilayah hukum Kabupaten Bangli dinyatakan keabsahannya melalui perjanjian antara pihak pelaku usaha dan pihak Indomaret sesuai dengan yang telah diatur dalam Pasal 41 dan 42 Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Serta, Pelaku usaha lain yang dinyatakan keabsahannya dalam menggunakan merek dagang Indomaret tidak mendapatkan akibat hukum atau tidak harus bertanggungjawab atas ketetapan Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis berupa gugatan ganti rugi; dan/ atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.

**Kata Kunci :** Kabupaten Bangli, Lisensi, Merek, Persamaan pada pokoknya.

### **Abstract**

*This study aims to determine the legitimacy and clarity of the use of the Indomaret trademark in Bangli Regency and the legal consequences of using a trademark that is not based on a license in Bangli Regency. The research method used is empirical legal research with the nature of descriptive research. The research location is located in Kintamani District, Bangli Regency with the object of research being two modern stores, Cahaya Mart and Tanaka Mart, which have indications of similarity in principle to the Indomaret trademark. Data collection techniques used were document studies, observations and interviews. The sampling technique used is the Non Probability Sampling technique and the determination of the subject uses Snowball Sampling. Qualitative data processing and analysis techniques. The results of the study show that the use of the Indomaret brand by other parties in the jurisdiction of Bangli Regency is declared valid through an agreement between business actors and Indomaret in accordance with what has been regulated in articles 41 and 42 of Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. Also, other business actors whose validity is*

*declared in using the Indomaret trademark do not get legal consequences or are not required to be responsible for the provisions of article 83 of Law Number 20 of 2016 which states that registered Mark Owners and/or registered Mark Licensees can file a lawsuit against other parties who unlawfully uses a Mark that is similar in principle or in its entirety for similar goods and/or services in the form of a claim for compensation; and/or termination of all actions related to the use of the Mark.*

**Keywords :** *Bangli Regency, Brand, Similarity in Principle, License.*

## **PENDAHULUAN**

Hak kekayaan intelektual merupakan hak yang didapatkan dari kemampuan seseorang menggunakan daya pikir melalui hasil cipta, rasa, dan karsa menjadi suatu produk berpikir. Dalam peraturan perundang-undangan, hak kekayaan intelektual dapat meliputi hak cipta, hak paten, desain industri, rahasia dagang, merek, dan sebagainya. Hak kekayaan intelektual sangat berguna untuk memberi perlindungan hukum. Hak cipta adalah hak privat atau hak keperdataan yang melekat pada diri si pencipta. Pencipta boleh pribadi, kelompok orang, badan hukum publik atau badan hukum privat. Hak cipta lahir atas kreasi pencipta, kreasi yang muncul dari olah pikir dan olah hati atau dalam terminologi antropologi hak yang lahir dari cipta, rasa dan karsa manusia. Oleh karena itu hak cipta haruslah benar-benar lahir dari kreativitas manusia bukan yang telah ada diluar aktivitas atau di luar hasil kreativitas manusia. jika para pencipta karya tersebut tidak di akui sebagai pencipta atau tidak diberi pengharagaan, atas karya-karya tersebut mungkin tidak akan pernah diciptakan sama sekali. Jika tidak seseorang peduli terhadap ciptaan pencipta karya tersebut, tidak ada seorangpun yang bersedia untuk mencipta suatu ciptaan tadi. Mungkin saja tidak ada insentif pribadi untuk memperoleh pengakuan sebagai pihak yang telah menyumbangkan suatu seni kepada seni sastra atau ilmu pengetahuan. (Sri Mulyani, 2012:78)

Kekayaan intelektual yang selanjutnya menghasilkan karya intelektual adalah suatu karya yang mewakili pikiran atau kecerdasan manusia yang dapat diartikan atau dikatakan asset komersial (Pancoro, 2008). Keuntungan Komersil dapat berarti keuntungan dalam bisnis. Hak merek dalam dunia perbisnisan merupakan hasil kekayaan intelektual yang paling bisa menunjukkan suatu ciri khas dan identitas produk. Hak merek merupakan bentuk perlindungan HKI yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek yang didaftarkan untuk menggunakan merek itu sendiri baik barang maupun jasa.

Merek merupakan salah satu dari beberapa jenis hak yang diakui di Indonesia dan merupakan salah satu yang termasuk kedalam hak kekayaan intelektual. Persoalan merek inilah yang sering dijumpai terjadi pelanggaran hak didalamnya. Hal yang sering menimbulkan tanya dan polemik dari penggunaan merek adalah terdapatnya pihak pihak yang menggunakan suatu merek yang telah terdaftar dan mendapat perlindungan hukum untuk memenuhi kepentingan tujuan produksi tertentu. Berbagai jenis pemalsuan merek kerap terjadi di Indonesia. Merek yang memiliki banyak kesamaan ciri sehingga hanya memiliki sedikit daya pembeda dengan merek lain sering kali menjadi persoalan atau permasalahan hukum dikemudian hari. Pada dasarnya merek merupakan hak eksklusif yang dapat perlindungan hukum sama seperti jenis-jenis HaKI lainnya. Merek dapat digunakan secara bebas hanya oleh pemilik hak atas merek tersebut dan orang lain tidak dapat menggunakannya begitu saja tanpa ijin dari pemilik hak tas merek bersangkutan (Agung Sujatmiko. 2016. 170).

Merek sedikit berbeda dengan Hak cipta, merek harus didaftarkan terlebih dahulu di dalam Daftar Umum Merek. Hal ini dilakukan agar setiap pelaku usaha mempunyai landasan jaminan hukum untuk mendapatkan perlindungan terhadap hak tas merek yang dimiliki setiap pelaku usaha. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan

Indikasi Geografis yang mewajibkan suatu merek untuk didaftarkan. Tujuan dari pendaftaran merek yang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis, barulah pemilik merek diberikan perlindungan hukum atas hak yang telah diakui atas merek bersangkutan. Hukum tentang Merek di Indonesia memiliki prinsip first to file principle, bukan first come, first out principal sehingga pendaftaran merek sangatlah penting untuk mendapat perlindungan hukum (Insan Budi Maulana. 2010, 91)

Konsep merek secara luas dikenal sebagai suatu hak yang bersifat khusus dan perlu dilindungi sesuai dengan pengertian hak sebagaimana dikemukakan oleh (Sudikno Mertokusumo. 1989.41), bahwa kepentingan suatu hak dapat dilindungi secara hukum, dan hal ini sejalan dengan pengertian kepentingan pada umumnya dimana hak merupakan tuntutan perorangan atau kelompok yang diharapkan dapat dipenuhi. Maka merek adalah hak atau kepentingan yang harus dipenuhi dan dilindungi agar tidak menimbulkan kerugian. Merek merupakan reputasi hasil moral sehingga hak atas hasil pikiran inilah yang harus dihargai dan dilindungi sebagaimana hak atas kekayaan intelektual berkedudukan sama dengan hak-hak lain dalam kehidupan manusia sebagaimana Hak Kekayaan Intelektual yang otomatis didapatkan begitu.

Hak merek dalam praktiknya memiliki nilai moral, material, dan komersial. Ketiga hal ini melekat bagi pemilik merek sebagai hak milik. Dalam dunia usaha, merek memiliki reputasi yang sangat tinggi secara mora, material, dan komersial sehingga merek dipandang sangat penting dalam perjalanan usaha di dunia bisnis (Afrillayanna Purba. 2012:18). Merek merupakan kunci kesuksesan suatu usaha dalam memberikan nilai atau ciri khas kepada konsumen seperti kualitas, kuantitas dan pelayanan terhadap barang maupun jasa yang disajikan suatu perusahaan. Bagi para pedagang ataupun pengusaha, merek merupakan salah satu media yang dapat menarik kepercayaan dan reputasi baik dari para konsumen (Yayuk Sugiharti. 2016:32)

Dalam berkembangnya era perdagangan bebas yang terjadi belakangan ini, memberikan celah yang besar bagi persaingan yang tidak sehat. Dampaknya dapat dilihat dari banyaknya produk-produk sejenis dengan merek yang sulit dibedakan. Kemudian hal ini mengindikasikan suatu pelanggaran hak merek. Ditengah masyarakat yang konsumtif, tentu kebutuhan terhadap ketersediaan suatu barang juga harus terpenuhi (Nasution, 2014:12), sehingga motif inilah yang mendasari para pelaku usaha melakukan cara-cara curang demi meraup keuntungan dari masyarakat dengan tingkat konsumsi tinggi.

Berbagai produk terkenal menjamur dimana-mana. Di Indonesia sendiri hal ini banyak dijumpai hampir disetiap tempat. Hal ini memunculkan pertanyaan sekaligus tugas bagi Indonesia. Bagaimana pengawasan tentang perlindungan merek di Indonesia dijalankan sehingga banyak kasus pemalsuan merek menjamur diberbagai tempat. Tentu hal ini perlu diperbaiki dengan memperketat pengawasan terhadap ijin usaha dan pendaftaran merek sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-undang tentang Merek di Indonesia. Peran hukum dalam melindungi Hak atas Kekayaan Intelektual sangatlah penting ditengah persaingan yang tidak sehat ini. Persaingan yang sehat perlu dijaga untuk mencegah kemungkinan adanya kecurangan dalam persaingan seperti peniruan, penjiplakan, pembajakan, atau memanfaatkan pemakaian merek tanpa ijin dari pemilik Hak sebenarnya.

Dalam perkembangan dunia perekonomian, dewasa ini sangat banyak bentuk persaingan dagang yang terjadi dilapangan. Dalam suatu persaingan dagang sangat mungkin antara sebuah merek dagang bersaing dengan merek dagang lainnya. Persaingan antara pengusaha satu dengan pengusaha lain memunculkan pihak yang lebih superior dibandingkan pihak lainnya. Dari hal tersebut, suatu merek dagang dapat muncul sebagai suatu hasil cipta yang superior dibandingkan yang lainnya. Dalam hal persaingan ekonomi tentu ada pihak yang muncul sebagai pihak yang lebih inferior. Contohnya adalah swalayan,

supermarket, minimarket lebih superior daripada pasar tradisional, toko kecil, dan pedagang kaki lima.

Persaingan dagang adalah suatu bentuk aktifitas ekonomi yang melibatkan penggunaan Merek. Banyak hal yang dapat dilakukan para pengusaha dalam persaingan dagang. Salah satu dari perbuatan persaingan yaitu dengan menonjolkan hasil cipta, rasa, dan karsa yang dituangkan melalui suatu bentuk karya berupa benda, merek, gambar, susunan warna ataupun hal lainnya yang dapat dikatakan sebagai hasil berpikir yang kemudian disebut dengan hak kekayaan intelektual (Mughtar A H Labetubun and Sabri Fataruba. 163. 7). Kekayaan intelektual yang terkait dengan persaingan dagang salah satunya adalah merek. Merek digunakan sebagai suatu tanda pembeda yang bertujuan menunjukkan daya pembeda dari segi kualitas, barang dagangan, jenis usaha, dan kepemilikan usaha.

Persaingan dagang memiliki banyak bentuk persaingan. Beberapa persaingan dapat dikatakan persaingan yang tidak bersih. Persaingan yang tidak bersih yang dimaksud adalah persaingan yang dapat merugikan pihak lain baik secara materi maupun non materi. Pelanggaran hak kekayaan intelektual khususnya merek adalah salah satu bentuk persaingan yang tidak bersih dalam hal persaingan dagang. Kasus yang sering kali ditemui adalah kesamaan logo atau pemalsuan merek (Tim Visi Media, 2015. 11). Banyak penemuan toko, bangunan, produk yang identik antara satu sama lain dalam kasus persaingan dagang, sering kali ditemukan disepanjang jalan toko-toko modern berjejer yang memiliki unsur "persamaan pada pokoknya" yang terdapat pada logo maupun unsur lainnya dengan merek toko modern terkenal Indomaret yang memunculkan pertanyaan dan asumsi keliru di kalangan masyarakat bahwa toko yang sebenarnya berbeda ternyata dianggap sama atau berjejer, padahal logo, dianggap sangat penting untuk memberikan perlindungan bagi para seniman yang telah menciptakan karya seni berupa logo itu sendiri agar tidak menghilangkan hak pencipta logo tersebut atas karya seninya sendiri. (frillayanna Purba, 2012:18)

Ditengah persaingan dagang yang tumbuh di lapangan masyarakat, dimana pembangunan toko-toko modern menjamur di berbagai tempat, Pemerintah Daerah khususnya di Bali merasa perlu untuk menciptakan persaingan yang seimbang demi menjaga eksistensi pasar tradisional dan usaha mikro melalui Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Lebih spesifik menuju Kabupaten dan Kecamatan, mengenai persaingan dagang ini juga dibuat Peraturan Bupati di beberapa kabupaten di Bali salah satunya melalui Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017 tentang pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen.

Indikasi adanya penggunaan merek terdaftar Indomaret yang menunjukkan adanya persamaan pada pokoknya di Kabupaten Bangli, ditemukan dua toko modern dengan nama merek dagang Toko Cahaya dan Tanaka Mart disepanjang Jalan Raya Kintamani didekat Pasar Tradisional Kintamani. Adanya indikasi pelanggaran regulasi terlihat dari fenomena tersebut, dimana sesuai ketentuan Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017 Pasal 6 ayat (6) yang mengatur jarak minimal pusat perbelanjaan/toko modern harus berjarak sekurang-kurangnya 500 m (lima ratus meter) dari pasar tradisional. Kemudian dalam ketentuan Pasal 8 ayat (2) Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017 mengatur jumlah maksimal toko modern berjejer untuk berdiri di suatu kecamatan di Kabupaten Bangli, dimana Kecamatan Kintamani diatur maksimal sejumlah 10 buah. Toko Moderen Berjejer adalah sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang eceran, berbentuk Minimarket, Supermarket, Departement Store, Hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan yang pelaku usahanya dalam melakukan usaha melalui kesatuan manajemen dan sistem pendistribusian barang ke outlet/gerai yang merupakan jaringannya

Dengan dibatasinya jumlah toko modern berjejaring sebagaimana dijelaskan pada Pasal 1 angka 6 Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017, maka jumlah toko modern di suatu tempat terbatas. Artinya, ketika jumlah franchise sebuah merek toko modern telah memenuhi jumlah yang ditetapkan maka toko tersebut tidak dapat mendirikan toko lainnya dengan manajemen serupa. Situasi ini tampaknya bisa menimbulkan indikasi kecurangan dengan mengubah nama merek suatu toko modern dengan nama lain yang mengandung kesan tradisional untuk bisa lepas dari regulasi Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen. Nampaknya muncul suatu permasalahan yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Pasal 1 angka 1 menyatakan bahwa merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Dari unsur tersebut dapat disimpulkan unsur-unsur merek :

- a) Memiliki tanda atau daya pembeda dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa
- b) Tanda yang dapat menjadi symbol merek terdiri dari unsur gambar, huruf, angka, nama, kata, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Atas ketentuan Pasal diatas, maka terdapat indikasi kecurangan dalam upaya lepas dari regulasi Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017, para pelaku usaha melakukan persaingan curang dengan hanya mengganti nama Franchise dari suatu toko modern namun masih menggunakan kesamaan unsur-unsur yang lain sebagaimana dijelaskan Pasal 1 angka 1 dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis menjadi dasar Das Sollen bersamaan dengan Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 tahun 2017 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen sebagai dasar acuan atau dasar ketentuan yang diharapkan untuk diterapkan dari penggunaan merek dagang terdaftar Indomaret yang digunakan oleh pihak lain. Sementara dalam kenyataannya, (Das Sein) terdapat indikasi pelanggaran hak merek atau pelanggaran regulasi Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen, hal ini dikarenakan masih adanya pendirian toko modern yang berdiri diperkirakan kurang dari 500 m (lima ratus meter ) dari pasar tradisional.

Atas ketentuan dan perbedaan regulasi antara Undang-Undang Tentang Merek dan Peraturan Daerah Tentang Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen, maka permasalahan yang muncul dalam praktek usaha toko modern menjadi hal yang perlu diteliti lagi. Apakah berdirinya toko modern berjejaring merupakan murni pelanggaran hak atas merek atau pengaruh Peraturan Daerah Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen memaksa pelaku usaha untuk melakukan kecurangan demi tetap dapat meraup keuntungan ditengah regulasi yang membatasi berdirinya toko modern berjejaring.

Merek merupakan salah satu cara untuk menciptakan Goodwill atau itikad baik di mata konsumen. Undang-undang hak cipta sebagai suatu sistem insentif bagi pencipta untuk menciptakan karya- karya ciptaannya, dan dengan demikian meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nurachmad & Yulianto, 2012:82) dan merek merupakan symbol bagi pedagang dalam memperluas serta mempertahankan pemasaran terhadap produk atau jasa yang disajikan. Maka terhadap konsep merek, peristiwa yang terjadi adalah suatu yang menimbulkan tanya bagi masyarakat awam terkait fungsi merek dan tujuan merek. Merek ditujukan sebagai tanda yang memberi pembeda, memberi karakter, dan ciri khas terhadap

sebuah perusahaan dari segi kualitas, kuantitas, dan pelayanan suatu produk agar nantinya perusahaan melalui merek dapat memberikan tanda bagi konsumen terhadap pelayanan serta produk mereka.

## **METODE**

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum empiris. Jenis penelitian ini menekankan pada penelitian yang mengacu realita di lapangan. Penelitian empiris menggunakan data-data hukum yang dikumpulkan di tempat atau lokasi penelitian dengan demikian metode empiris dapat juga dikatakan sebagai penelitian lapangan. Tujuan dari pemilihan metode empiris dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui secara jelas bagaimana fakta-fakta penerapan norma hukum dalam praktek masyarakat, apakah norma yang tertulis sudah diterapkan dalam praktek pada realita. Penelitian empiris disini merupakan suatu upaya mencari fakta lapangan terkait perlindungan hak merek dagang dalam menanggapi fenomena berdirinya toko modern berjejaring yang identic dengan toko modern terkenal Indomaret.

Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi secara lebih rinci terkait fenomena sosial masyarakat, stigma, dan asumsi di masyarakat yang kemudian akan diperjelas melalui sumber-sumber norma hukum tertulis. Penelitian ini menjelaskan atau mendeskripsikan fakta-fakta yang akurat terhadap realita di lapangan terkait penamaan toko modern berjejaring serta hubungan hukumnya dengan hak merek dari Franchise Indomaret.

Sumber data yang mendukung penelitian ini menggunakan sumber data yang terdiri dari dua pengelompokan jenis data yaitu sumber data primer dan sekunder sebagai berikut. Sumber data ini adalah sumber data yang diperoleh dari interaksi langsung terhadap responden atau pihak terkait yang dijadikan narasumber di lokasi penelitian. Data ini bersumber pada satu atau lebih pihak pemilik toko modern yang menggunakan nama berbeda namun memiliki kesamaan unsur (Persamaan Pada Pokoknya) dengan Franchise toko modern berjejaring terkenal Indomaret. Lokasi pencarian sumber data berlokasi di Kabupaten Bangli dimana ditemui beberapa fenomena diduga pelanggaran hak cipta terkait merek toko modern berjejaring. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil pengkajian sumber akademis atau keilmuan seperti literatur, buku, peraturan perundang-undangan, sumber tertulis, karya ilmiah dan data-data dokumentasi lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Bahan Hukum Primer adalah bahan yang menjadi dasar acuan mengikat secara hukum tertulis yang bersumber pada peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kasus yang diteliti. Beberapa peraturan yang digunakan dalam penelitian ini adalah

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
- b) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
- c) Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern
- d) Peraturan Bupati Bangli Nomor 12 Tahun 2017 tentang pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen

Bahan Hukum sekunder adalah sumber pendukung penelitian yang berasal dari dogma, doktrin, jurnal, makalah, dan hasil penelitian yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual khususnya dalam hal Merek

Bahan Hukum ini digunakan untuk mendukung bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum ini sendiri merupakan bahan yang membantu menjelaskan terkait bahan hukum primer dan sekunder seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia, Google Translete, dan Internet.

Dalam menentukan sampel dalam pelaksanaan penelitian, Teknik yang digunakan adalah nonprobability sampling. Teknik penelitian nonprobability sampling berarti tidak ada jumlah yang pasti dalam penentuan sampel penelitian yang pada dasarnya jumlahnya bebas sesuai data dan fakta di lapangan yang mewakili kebenaran data yang didapatkan (Waluyo, 2008:46)

Secara konsep dalam penentuan nonprobably sampling menggunakan konsep Snowball Sampling yang artinya penarikan sampel dilakukan berdasar kondisi fakultatif ketersediaan sampel dilapangan (Isaq, 2017:118). Sampel ditentukan serta dipilih secara berantai untuk mencari sumber rujukan. Penunjukan atau pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sumber yang berkaitan dengan pelaku usaha lain yang terindikasi memiliki/menggunakan merek dagang terdaftar Indomaret yang memiliki persamaan pada pokoknya.

Teknik Pengolahan Data dilakukan dalam aktivitas pengumpulan suatu data menjadi satu kesatuan utuh. Data yang diambil dari lapangan setelah pengumpulan adalah data yang sudah siap untuk dianalisis (Waluyo, 2008:72) Proposal ini menggunakan analisis data kualitatif. Data yang dikumpulkan adalah data naturalis yang tidak diolah menjadi angka-angka (Remaja, 2020: 36) analisis kualitatif yang digunakan didasari oleh :

- 1) Data yang terkumpul berupa kalimat pernyataan.
- 2) Umumnya data yang terkumpul adalah informasi
- 3) Pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara dan observasi

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Keabsahan Penggunaan Merek Dagang Indomaret oleh Pihak Lain di Wilayah Hukum Kabupaten Bangli**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli dalam kasus pada toko modern berjejaring jenis minimarket dengan nama toko Tanaka Mart dan Toko Cahaya, pelaku usaha telah menyadari tentang pertanggungjawaban mengenai hak kekayaan intelektual dengan menjalin kesepakatan atau perjanjian dengan pihak indomaret sebagai salah satu franchise dimana sebelumnya pelaku usaha dipertanyakan keabsahannya dalam pendirian toko modern berjejaring jenis minimarket yang memiliki kesamaan pada pokoknya dengan franchise Indomaret. Pelaku usaha lain disini telah mendapatkan lisensinya dengan berinvestasi pada paket franchise dalam mendirikan toko modern berjejaring sehingga persamaan pada pokoknya yang dimiliki Tanaka Mart dan Toko Cahaya tidak dapat dikatakan sebagai pelanggaran Hak Merek.

Kemudian dari sudut pandang Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pelaku usaha telah memenuhi syarat dan dinyatakan keabsahannya karena telah terjadi kesepakatan antara pelaku usaha Tanaka Mart, Toko Cahaya dan indomaret. Didukung oleh ketentuan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Dalam Pasal 41 mengatur bahwa :

1. Hak atas Merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena :
  - a. Pewarisan;
  - b. Wasiat;
  - c. Wakaf;
  - d. Hibah;
  - e. Perjanjian; atau
  - f. Sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan
2. Sementara mengenai Lisensi sebagaimana diatur dalam Pasal 42 diatur bahwa :
  - a. Pemilik Merek terdaftar dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk

- menggunakan Merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa
- b. Perjanjian Lisensi berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia , kecuali diperjanjikan lain
  - c. Perjanjian Lisensi wajib dimohonkan pencatatannya kepada Menteri dengan dikenai biaya
  - d. Perjanjian Lisensi yang tidak dicatatkan tidak berakibat hukum pada pihak ketiga
  - e. Perjanjian Lisensi dilarang memuat ketentuan baik baik yang langsung maupun tidak langsung yang menimbulkan akibat yang merugikan perekonomian Indonesia atau memuat pembatasan yang menghambat kemampuan bangsa Indonesia dalam menguasai dan mengembangkan teknologi.

Kemudian dari segi Peraturan Bupati Nomor 12 Tahun 2017 Pasal 6 yang mengatur jarak antara pusat perbelanjaan/toko modern paling sedikit 500m dan batas jumlah berdirinya toko modern jenis minimarket di Kecamatan Kintamani paling banyak 10 buah, nampaknya sudah terpenuhi mengingat di Kecamatan Kintamani toko modern berjejaring jenis minimarket tidak lebih berdiri sejumlah 10 toko. Namun pihak Tanaka Mart dan Toko Cahaya walaupun sudah melakukan kesepakatan lisensi dengan pihak Indomaret tetap belum bisa mendapatkan perijinan yang lengkap mengingat jarak mereka yang berdiri kurang dari 500m dari pasar Tradisional Singamandawa. Disisi lain kinerja dari pihak berwenang dalam mengawasi berjalannya penerapan Peraturan Bupati Nomor 12 Tahun 2017 Tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen sudah baik, dimana dinas penanaman modal dan pelayananan terpadu satu pintu telah dengan ketat mengawasi serta menerbitkan ijin usaha toko modern di Kabupaten Bangli.

### **Akibat Hukum atas Penggunaan Merek Indomaret yang Tidak Didasarkan Pada Lisensi di Wilayah Hukum Kabupaten Bangli**

Ketentuan Undang-Undang 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadi dasar hukum mengenai perpindahan hak atau lisensi dari penggunaan merek, dimana dalam berpindahnya hak suatu merek diatur dalam Pasal 41 mengatur bahwa :

1. Hak atas Merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena :
  - a. Pewarisan;
  - b. Wasiat;
  - c. Wakaf;
  - d. Hibah;Perjanjian; atau
  - e. Sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan
2. Sementara mengenai Lisensi sebagaimana diatur dalam Pasal 42 diatur bahwa :
  - a. Pemilik Merek terdaftar dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan Merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa
  - b. Perjanjian Lisensi berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia , kecuali diperjanjikan lain
  - c. Perjanjian Lisensi wajib dimohonkan pencatatannya kepada Menteri dengan dikenai biaya
  - d. Perjanjian Lisensi yang tidak dicatatkan tidak berakibat hukum pada pihak ketiga
  - e. Perjanjian Lisensi dilarang memuat ketentuan baik baik yang langsung maupun tidak langsung yang menimbulkan akibat yang merugikan perekonomian Indonesia atau memuat pembatasan yang menghambat kemampuan bangsa Indonesia dalam menguasai dan mengembangkan teknologi

Dengan dasar Pasal 41 dan 42 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan disesuaikan dengan hasil penelitian di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli dalam perihal pendirian toko modern berjejaring jenis minimarket dengan nama toko Tanaka Mart dan Toko Cahaya yang sebelumnya diduga melakukan pemakaian merek tanpa hak dengan indikasi persamaan pada pokoknya dengan merek minimarket terkenal Indomaret atau Franchise Indomaret telah dibuktikan keabsahannya dengan telah dilakukannya perjanjian atau kesepakatan antara pelaku usaha dan pihak Indomaret sehingga pendirian toko modern berjejaring jenis minimarket dengan nama toko Tanaka Mart dan Toko Cahaya dinyatakan keabsahannya dengan adanya lisensi tersebut. Sementara jika segala kegiatan pemakaian merek yang tidak berdasarkan lisensi juga telah diatur ketentuannya dalam dalam Undang-Undang Nomor 20 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Pasal 83 menyatakan bahwa :

- (1) Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis berupa:
  - a. gugatan ganti rugi; dan/ atau
  - b. penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.
- (2) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat pula diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan
- (3) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

1. Penggunaan merek Indomaret oleh pihak Lain di wilayah hukum Kabupaten Bangli adalah sah. Pemilik merek terdaftar dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut baik sebagian atau keseluruhan. Persamaan pada pokoknya yang terdapat pada tanaka Mart dan Toko Cahaya di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli adalah bentuk kerjasama Franchise dengan pihak Indomaret. Keabsahan Tanaka Mart dan Cahaya Mart dalam penggunaan merek dagang Indomaret diatur melalui perjanjian anatara pihak pelaku usaha dan pihak Indomaret sesuai dengan yang telah diatur dalam Pasal 41 dan 42 Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Pelaku usaha lain yang menggunakan merek Indomaret yang tidak berdasarkan lisensi di wilayah hukum Kabupaten Bangli harus bertanggungjawab atas ketetapan Pasal 83 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/ atau jasa yang sejenis berupa gugatan ganti rugi; dan/ atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut. Pelaku usaha lain yang menggunakan merek pihak lain tanpa lisensi dapat mengajukan gugatan kepada Pengadilan Niaga.

### **Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan berkaitan dengan keabsahan penggunaan merek dagang indomaret oleh pengusaha lain di wilayah hukum Kabupaten Bangli terhadap Peraturan Peraturan Bupati Nomor 12 Tahun 2017 Tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen sebagai berikut :

1. Sepatutnya masyarakat lebih meningkatkan literasi hukum demi meningkatkan kesadaran hukum untuk mampu memahami tentang merek dan persamaan pada pokoknya dalam persaingan dagang antara pihak satu dan pihak lain. Pemahaman ini bertujuan agar asumsi keliru mengenai pelanggaran hak merek tidak merugikan nama baik pemilik usaha yang telah berdiri. Sebagai konsumen tetap memiliki hak penuh dalam menentukan pilihannya
2. Pemerintah Kabupaten Bangli melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu perlu memperjelas ketetapan sanksi secara tegas apabila terjadi pelanggaran oleh pelaku usaha dalam memenuhi regulasi Peraturan Bupati Nomor 12 tahun 2017 Tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sehingga penegak hukum memiliki acuan yang jelas dalam menentukan sikap jika terjadinya penyimpangan terhadap regulasi yang ditentukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrillayanna Purba, 2012. *Pemberdayaan Perlindungan Hukum Pengetahuan Tradisional Dan Ekspresi Budaya Tradisional Sebagai Sarana Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Bandung: Alumni
- Agung Sujatmiko, 2016 “Penyelesaian Sengketa Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001”. Dalam JHAPER. Volume 2. Nomor 1.
- Agung Sujatmiko, Februari 2012. “Peran dan Arti Penting Perjanjian Lisensi dalam Melindungi Merek Terkenal”. *Jurnal Mimbar Hukum*, Vol. 22, No. 1.
- Agus Sardjono, 2012. “Titik Singgung Perlindungan HKI: Hak Cipta, Merek, dan Desain Industri”, Volume 1, Nomor 1, *Jurnal Hak Kekayaan Intelektual*.
- Budi Santoso, 2012. “Dekonstruksi Hak Cipta di Indonesia” *Jurnal Magister*. 110
- Chan, Grace K. Winter 2013. “Downstream Alteration of Copyrighted Works in A World of Licensed, Digital Distribution.” *Columbia Journal of Law & the Arts*, Vol. 36. Classen, H. Ward. Maret/April 2013. “Assignment Clauses in Intellectual Property Agreements: There Is More Than Meets The Eye.” *Maryland Bar Journal*, Vol. 46.
- Dagang : Pengertian dan Fungsi Untuk Bisnis*. Diakses dari <https://blog.skillacademy.com/ngga-punya-merek-dagang-bikinbisniskamuterancam#:~:text=Dilansir%20dari%20Hak%20Kekayaan%20Intelektual,merek%20tersebut%20melalui%20sebuah%20lisensi>.
- Devi Lionavonda. 2020. *Hak Merek*
- Djoko Hadi Santoso and Agung Sujatmiko, 2018. ‘Royalti Hak Cipta Sebagai Obyek Jaminan Fidusia’, *Masalah-Masalah Hukum*, 46.3
- Eddy Damian, 2017 *Hukum Hak Cipta*. Bandung: Alumni
- Febry Wulandari & W Waluyo, 2019. “Efektivitas Pemanfaatan Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau Dalam Bidang Kesehatan Di Kota Surakarta Tahun 2018”, *Jurnal Bestuur*, 7.1
- Frillayanna Purba, 2012. *Pemberdayaan Perlindungan Hukum Pengetahuan Tradisional Dan Ekspresi Budaya Tradisional Sebagai Sarana Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Bandung: Alumni.
- H. OK. Saidin. 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Rajawali Pers. Edisi Revisi. Cetakan 9. Jakarta.
- Hadi Setia Tunggal, 2012, *Tanya Jawab Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Harvarindo, Jakarta.
- Haryono, “Pengakuan dan Perlindungan Hak Cipta Tinjauan secara Filosofis dan Teoritis”, *Jurnal CIVIS*, Volume VI, No 2, Juli 2017, 53-54
- Ishaq. 2017. *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*.

- Bandung: Alfa Beta.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Lindsley, tim, dkk. 2013 *Suatu Pengantar Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: PT.Alumni,
- Maulana, Insan Budi. 2010. *Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Maulana, Insan Budi. 2012 *Bianglala HAKI (Hak Kekayaan Intelektual)*. Jakarta : Hecca Publishing.
- Much. Nurachmad and Dion Yulianto, 2014. *Segala Tentang Haki Indonesia*. Yogyakarta: Buku Biru
- Muchtar A H Labetubun and Sabri Fataruba, 2016. “Peralihan Hak Cipta Kepada Ahli Waris Menurut Hukum Perdata,” SASI 22, no. 2
- Muchtar A H Labetubun and Sabri Fataruba, 2016. *Peralihan Hak Cipta Kepada Ahli Waris Menurut Hukum Perdata*. Bandung : PT. Alumni
- Muchtar Anshary Hamid Labetubun, 2018. “Aspek Hukum Hak Cipta Terhadap Buku Elektronik (E-Book) Sebagai Karya Kekayaan Intelektual,” SASI 24, no. 2
- Mulyani, Sri, 2012. ‘Pengembangan Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Collateral (Agunan) Untuk Mendapatkan Kredit Perbankan Di Indonesia’, *Jurnal Dinamika Hukum*, 12.3
- Narbuko, C. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Askara.
- Nasution, A. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media.
- Pancoro, Adi. 2018. *HaKI dan Peran Digital Library*. Koleksi modul pada manajemen HaKI ITB Bandung, dalam [adi@bi.itb.ac.id](mailto:adi@bi.itb.ac.id).
- Peraturan Bupati Bangli Nomor 12
- Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern (LEMBARAN DAERAH KABUPATEN BANGLI TAHUN 2016 NOMOR 1)
- Remaja, I Nym. Gd. 2020. *Teknik Perancangan Peraturan Perundang-undangan*. Universitas Panji Sakti.
- Setiati Widiastuti & Eny Kusdarini, 2013. “Kajian Hak Kekayaan Intelektual Karya Perajin Batik’, *Jurnal Penelitian Humaniora*”, 18.2
- Sudargo Gautama, dan Rizwanto Winata. 2013. *Hukum Merek Indonesia*. Bandung: Pt Citra Aditya Bakti
- Sudjana, “Sistem Perlindungan Atas Ciptaan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta Dalam Persepektif *Cyber law*”, *Jurnal Veritas et justicia*, Volume 2 Nomor 2, 262.
- Sulastri. Satino. Yuliana Yuli W. 2018. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)”. dalam *Jurnal Yuridis*. Volume 5. Nomor 1.
- Surahno, 2018 Modul 1 : *Pengertian dan Sejarah Hak kekayaan Intelektual*, Tangerang: Universitas Terbuka
- Tahun 2017 tentang pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen (BERITA DAERAH KABUPATEN BANGLI TAHUN 2017 NOMOR 12)
- Tim Visi Media, *Panduan Resmi Hak Cipta* (Jakarta: Visi Media, 2015)
- Tjoanda, Merry. 2020. “Karakteristik Hak Cipta Sebagai Objek Jaminan Fidusia.” *Batulis Civil Law Review* 1, no. 1
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis (LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA, NOMOR 5953, 2016)

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 5599, 2017)
- Waluyo, Bambang. 2008. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wijaya, Bambang Sukma. 'Dimensi Citra Merek dalam Perspektif Komunikasi Merek', *Avant Garde Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 1 (2), 2013;
- Wijaya, Bambang Sukma. 'Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication', *European Journal of Business and Management*, Vol. 5 (31), 2013
- Yayuk Sugiarti. 2016. "Perlindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek". Dalam *Jurnal Jendela Hukum*. Volume 3. Nomor 1. Fakultas Hukum Universitas Wiraraja. Sumenep.
- Yessiningrum, Winda Risna, 2015. "Perlindungan, Hukum Indikasi Geografis Sebagai Bagian Dari, 'Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Sebagai Bagian Dari Hak Kekayaan Intelektual'".