

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Konsumen memiliki resiko yang lebih besar dari pada pelaku usaha, hal ini disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah. Konsumen harus dilindungi oleh hukum. Karena salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Perlindungan kepada masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum yang menjadi hak konsumen. Perlindungan hukum bagi konsumen menjadi sangat penting.<sup>1</sup> Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan internasional telah menghasilkan berbagai variasi produk yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi produk melintas batas-batas wilayah suatu negara, sehingga produk yang ditawarkan bervariasi, baik produksi dalam negeri maupun luar negeri.

---

<sup>1</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), hlm. 1.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan produk yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas produk sesuai dengan keinginannya dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.<sup>2</sup>

Dalam era globalisasi pasar, produk yang ditawarkan begitu beragam sehingga menyulitkan para produsen dalam berebut pangsa pasar. Salah satu contohnya adalah produk-produk minuman seperti Aqua, Ades, 2 Tang, The Botol, Fanta, Sprite, Coca-Cola, Pepsi, Big Cola dan sebagainya. Bagi pihak konsumen terkadang membingungkan dalam memilih merek padahal merek-merek tersebut sama-sama memberikan manfaat yang serupa, sehingga yang akan dijadikan pertimbangan konsumen adalah harga merek tersebut.

Bagi pihak produsen yang perlu disadari adalah produk merupakan benda mati yang memberi nyawa dari suatu produk adalah merek. Suatu merek sangat penting untuk dikelola agar konsumen akan selalu loyal akan produk tersebut. Merek memiliki kemampuan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain di dalam pasar, baik untuk produk yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Fungsi merek tidak hanya

---

<sup>2</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 1.

sekadar untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain, melainkan juga berfungsi sebagai aset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya untuk merek-merek yang berpredikat terkenal (*well-known marks*).<sup>3</sup>

Untuk memperkenalkan produk, merek mempunyai peranan yang sangat penting bagi pelaku usaha. Fungsi merek itu sendiri untuk membedakan suatu produk dengan produk lainnya yang mempunyai kriteria dalam kelas produk sejenis yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda. Selain membangun loyalitas konsumen, melalui merek dapat pula dilakukan strategi pemasaran berupa pengembangan produk untuk dipasarkan ke masyarakat. Kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh baik atau tidaknya mutu suatu barang yang dihasilkan oleh perusahaan yang mempunyai merek tersebut. Jadi produk dengan merek yang mempunyai mutu dan karakter yang baik dapat digunakan untuk mempengaruhi pasar.<sup>4</sup>

Pelaku usaha sebagai penghasil produk harus menjamin bahwa produk yang dihasilkan adalah cukup aman untuk dikonsumsi dan berkualitas. Oleh karena itu, apabila di lain hari muncul keluhan atau kerusakan produk yang mengakibatkan kerugian pada konsumen, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab penuh atas beban kerugian yang diderita oleh konsumen.<sup>5</sup> Banyak hal yang dapat merugikan konsumen antara lain masalah yang menyangkut mutu barang,

---

<sup>3</sup> “Tinjauan Yuridis Terhadap Kasus Pemboncengan Ketenaran Merek Asing Terkenal Untuk Barang Yang Tidak Sejenis (Kasus Merek INTEL CORPORATION lawan INTEL JEANS)”, (On-Line), tersedia di [http://www.lawskripsi.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=218&Itemid=218](http://www.lawskripsi.com/index.php?option=com_content&view=article&id=218&Itemid=218). (30 April 2012)

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Adrian Sutedi, *Op.Cit*, hlm. 34.

harga barang, persaingan curang, pemalsuan, penipuan, periklanan yang menyesatkan, dan sebagainya. Hal ini tidak saja telah merugikan harta benda atau kesehatan, bahkan dapat menimbulkan kematian, di samping dapat menumbuhkan pola konsumsi yang tinggi yang tidak sesuai dengan tingkat pendapatan dan pendidikan masyarakat yang relatif masih rendah.<sup>6</sup>

Mengenai jaminan kualitas suatu produk berkaitan juga dengan merek. Merek merupakan citra atau reputasi dari produk yang dihasilkan oleh produsen. Sebaliknya bagi konsumen merek juga menjadi jaminan bagi kualitas produk, apabila konsumen sudah terbiasa untuk menggunakan produk dengan merek tertentu. Jaminan nilai atau kualitas yang diberikan suatu merek tidak hanya berguna bagi produsen sebagai pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang terhadap konsumen.

Perlindungan terhadap konsumen dalam rangka hukum merek adalah perlindungan agar konsumen tidak keliru atau terpedaya dalam membeli produk yang sebenarnya tidak dikehendakinya. Dengan demikian, pelanggaran terhadap hukum merek baik berupa pemalsuan atau peniruan terhadap merek, bukan hanya merugikan produsen sebagai pemilik merek, tetapi juga konsumen sebagai pemakai produk yang bersangkutan. Suatu pelanggaran terhadap hak merek, motivasinya adalah untuk mendapatkan keuntungan secara mudah dengan mencoba meniru atau memalsukan merek yang sudah dikenal di masyarakat.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm. 35.

<sup>7</sup> “Kedudukan Konsumen Dalam Kasus Pelanggaran Atas Merek Dilihat Dari Sisi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, (On-Line), tersedia di <http://www.anakciremai.com/2011/08/proposal-tesis-hukum-tentang-kedudukan.html>. (30 April 2012)

Terdapat iklan “peringatan” di berbagai media masa yang dipasang oleh pemilik merek yang berisi peringatan kepada pihak-pihak yang melakukan pemalsuan atau peniruan merek miliknya untuk segera menghentikannya serta perbuatannya dan dengan segera menarik produk-produk tersebut dari pasaran dalam rangka waktu tertentu.

Berikut ini penjelasan tim AQUA menghimbau konsumen untuk tidak perlu terlalu khawatir mengkonsumsi AQUA dan untuk selalu teliti sebelum membeli AQUA. Mohon diperiksa terlebih dahulu kondisi botol AQUA, yaitu:<sup>8</sup>  
Apa perbedaan AQUA asli dengan yang palsu? Bagaimana membedakannya?

1. AQUA berkomitmen untuk meminimalisasikan pemalsuan produk AQUA, di antaranya dengan melakukan pengecekan pasar secara rutin, untuk memastikan bahwa produk yang beredar adalah benar-benar produk AQUA yang memenuhi standar kualitas AQUA yang sudah ditetapkan.
2. Anda tidak perlu khawatir dan ragu untuk membeli AQUA. Untuk menghindari produk palsu, pastikan saja Anda membelinya dari agen atau pedagang resmi AQUA.
3. Namun, jika Anda ingin kepastian dari produk AQUA yang dibelinya, bisa dilihat dari beberapa hal, di antaranya:
  - a. Tutup berwarna biru tua cerah berlogo Danone AQUA (timbul) di bagian permukaan tutup galon.
  - b. Plastik segel tipis dan agak fleksibel (tidak kaku)

---

<sup>8</sup> “AQUA Menyapa ≈ Air Minum untuk Kesehatan Keluarga - Danone Aqua”, (On-Line), tersedia di [www.aqua.com/aqua-menyapa/umum#produk-AQUA-terdiri-dari-berapa-macam-apa-saja-apa-bedanya](http://www.aqua.com/aqua-menyapa/umum#produk-AQUA-terdiri-dari-berapa-macam-apa-saja-apa-bedanya). (3 Agustus 2012)

- c. Label botol berlogo Danone AQUA
  - d. Tutup masih utuh tidak sobek di bagian alur pembuka
  - e. Mempunyai kode produksi, tanggal, jam dan menit produksinya di bagian leher botol.
4. Jika hal-hal di atas sudah sesuai, namun Anda masih menemukan perbedaan rasa, warna ataupun aroma produk yang berbeda, yang tidak seperti biasanya Anda dapat melaporkannya melalui website AQUA di [www.aqua.com](http://www.aqua.com).

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi [AQUA Menyapa](tel:0807-15-88888) di 0807-15-88888.

Pengabaian terhadap peringatan tersebut akan menghadapi tuntutan hukum, baik perdata maupun pidana. Kepada konsumen diberitahukan bahwa ia satu-satunya pemilik yang berhak atas merek tersebut. Biasanya pemilik merek memberikan contoh gambar atau tulisan dari merek yang asli dan contoh dari merek yang palsu. Pelanggaran terhadap hak merek motivasinya adalah untuk mendapatkan keuntungan secara mudah dengan mencoba memalsukan atau meniru merek-merek yang sudah di kenal di masyarakat. Sedemikian pentingnya merek dalam lalu lintas perdagangan, sehingga banyak pihak yang ingin mencari keuntungan secara mudah dengan merugikan pihak lain. Dari sekian banyak kasus pelanggaran HaKI, maka pelanggaran di bidang merek menempati peringkat yang paling tinggi. Oleh karena itu penegakan hukum di bidang merek amat mendesak

untuk dilaksanakan, mengingat para pihak yang dirugikan tidak hanya pemilik merek yang asli, tetapi juga konsumen.<sup>9</sup>

Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara republik Indonesia Nomor 3821) disingkat UUPK diharapkan akan semakin memperkuat penegakan hukum di bidang merek, karena konsumen sebagai pemakai produk semakin terlindungi dari tindakan yang mengelabui dan menyesatkan konsumen berkenaan dengan sifat, asal usul dan kualitas produk. Hal ini berkaitan erat dengan salah satu tujuan perlindungan konsumen yaitu untuk meningkatkan kualitas produk demi kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen sesuai dengan ketentuan UUPK Pasal 3 huruf f.<sup>10</sup> Untuk itu pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan produk yang tidak sesuai dengan yang dinyatakan dalam label barang dan/atau jasa tersebut mengenal mutu sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau keterangan produk tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 8 ayat 1 huruf d dan e UUPK.<sup>11</sup>

Pelaku usaha yang melakukan perbuatan curang terhadap publik dalam menawarkan barangnya dapat dijatuhi hukuman penjara atau denda. Pertama terjadi satu perbuatan yang bersifat menipu. Kedua, karena perbuatannya

---

<sup>9</sup> *Ibid.*

<sup>10</sup> Pasal 3 huruf f UUPK menyatakan: meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

<sup>11</sup> Pasal 8 huruf d menyatakan: tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 8 huruf e menyatakan: tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

menimbulkan kerugian bagi pesaingnya dan pembeli atau konsumen. Dalam kasus seperti ini, adanya kasus penipuan atau perbuatan curang haruslah terbukti.<sup>12</sup> Perbuatan curang dan menipu termasuk tindakan yang merugikan banyak orang, pelaku usaha lain dan konsumen. Hal itu terdapat dalam KUHP, UU Kesehatan, UU Merek dan UUPK yang juga mengatur ketentuan pidana.

Dengan perbuatan memalsukan barang bermerek terkenal tersebut telah menimbulkan suatu permasalahan dalam masyarakat. Masyarakat yang membeli produk palsu tersebut telah dirugikan secara materi dan bahkan bisa merugikan kesehatan konsumen, serta merugikan pelaku usaha yang memproduksi dan/atau memperdagangkan produk asli. Masyarakat perlu perlindungan hukum yaitu dengan cara menyelesaikan sengketa yang terjadi antara pelaku usaha yang memproduksi dan/atau memperdagangkan produk palsu dengan konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen secara perdata telah diatur dalam undang-undang, sehingga dapat memberikan penyelesaian masalah yang terjadi dengan cara yang tepat dan damai.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan dengan biaya yang murah dan cara yang mudah, semua golongan masyarakat bisa menyelesaikan masalahnya. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis ini ingin mencoba menyajikan suatu laporan yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen dengan judul **“Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Merek Terkenal Yang Dipalsukan (Studi Kasus Aqua Putusan Nomor 035/K/N/Haki/2003)”**

---

<sup>12</sup> Adrian Sutedi, *Op.Cit*, hlm. 36.



## **B. Permasalahan**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, dapat ditarik beberapa permasalahan yang berkaitan dengan aspek hukum perlindungan konsumen, yaitu:

1. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha yang melakukan tindakan pemalsuan atas merek terkenal?
2. Bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa konsumen terhadap merek terkenal yang dipalsukan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha yang melakukan tindakan atas pemalsuan merek terkenal.
2. Untuk mengetahui mekanisme penyelesaian sengketa konsumen terhadap merek terkenal yang dipalsukan.

## **D. Definisi Operasional**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa definisi sebagai berikut:

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan konsumen.<sup>13</sup>
2. 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.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Indonesia[1], *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Tentang Perlindungan Konsumen, LN No. 42. .... Tahun 1999, TLN No. 3821....., Pasal 1 angka 1.

<sup>14</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 2.

3. Pelaku Usaha adalah setiap orang 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.<sup>15</sup>
4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.<sup>16</sup>
5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.<sup>17</sup>
6. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.<sup>18</sup>
7. Palsu adalah tidak asli, tidak tulen, tiruan, curang.<sup>19</sup>
8. Merek Terkenal adalah suatu merek yang sudah dikenal meluas oleh masyarakat didasarkan pada reputasi yang diperolehnya karena promosi yang

---

<sup>15</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 3.

<sup>16</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 4.

<sup>17</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 5.

<sup>18</sup> Indonesia[2], *Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001*, Tentang Merek, LN No. 110. .... Tahun 2001, Pasal 1 angka 1.

<sup>19</sup> H.M. Subarna dan Sunarti, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Lengkap*, (Jakarta: CV Pustaka Grafika, 2012), hlm. 292.

terus menerus oleh pemiliknya yang di ikuti dengan bukti pendaftaran merek di berbagai negara.<sup>20</sup>

9. Penyelesaian Sengketa adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terjadi diantara dua belah pihak. Salah satu pihak ada yang merasa dirugikan hak-haknya oleh pihak lain dan pihak lainnya tidak merasa demikian.<sup>21</sup>

## **E. Metode Penelitian**

Dalam rangka mendapatkan data-data yang diperlukan untuk penyelesaian dan pembahasan skripsi ini secara keseluruhan agar mendapatkan hasil yang ilmiah, maka penulis mempergunakan teknik dengan cara sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian hukum normatif, yaitu suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisanya.<sup>22</sup> Adapun bahan penelitian yang penulis gunakan adalah bahan kepustakaan atau yang dikenal sebagai data sekunder, yang meliputi bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Sehingga penelitian ini selanjutnya disebut sebagai Penelitian Hukum Normatif.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> “Perlindungan merek terkenal yang tidak terdaftar di Indonesia”, (On-Line), tersedia di <http://www.hukumonline.com/clinic/detail/c15892/perlindungan-merek-terkenal-yang-tidak-terdaftar-di-indonesia>. (21 Mei 2012)

<sup>21</sup> Az.Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta : Diadit Media, 2011 ), hlm. 229.

<sup>22</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet 3, (Jakarta: UI Press, 1986), hlm. 43.

<sup>23</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Cet 5, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 13-14.

## **2. Bahan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan berbagai jenis bahan hukum, yang terdiri dari:

- 1) Bahan Hukum Primer yakni, UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No 15 tahun 2001 tentang Merek, UU No 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, KUH Perdata, KUHP, Putusan Pengadilan Niaga dan Putusan Kasasi.
- 2) Bahan Hukum Sekunder, terdiri atas jurnal hukum dan ilmiah, dan penjelasan dari undang-undang.
- 3) Bahan Hukum Tersier, terdiri dari kamus hukum, kamus besar Bahasa Indonesia.

## **3. Teknik Pengumpulan dan Sumber Bahan Hukum**

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan cara studi dokumentasi serta pengumpulan berbagai perundangan yang terkait dengan permasalahan penelitian. Sumber bahan hukum dalam penelitian ini di antaranya diperoleh dari buku-buku, makalah, peraturan perundang-undangan, Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Esa Unggul, Perpustakaan Universitas Indonesia, Perpustakaan Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian dan internet.

## **F. Sistematika Penulisan**

Adapun bentuk sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA TERHADAP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Pada bab ini menjelaskan ruang lingkup perlindungan konsumen, merek terkenal, merek yang dipalsukan, dan merek dalam UUPK

## **BAB III PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA TERHADAP MEREK TERKENAL YANG DIPALSUKAN**

Pada bab ini menjelaskan tanggung jawab produk, tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian dari hukum perdata dan hukum pidana, serta pembuktian.

## **BAB IV MEKANISME PEYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN TERHADAP PEMALSUAN MEREK TERKENAL (Studi Kasus Aqua Putusan Nomor 035/K/N/Haki/2003)**

Pada bab ini menjelaskan gambaran kasus, analisa kasus, upaya hukum lainnya, penyelesaian sengketa melalui BPSK dan peradilan umum.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran dari penulis.