

PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP GATT

DALAM PERLINDUNGAN MEREK TERKENAL DI INDONESIA

Oleh :

Eddhie Praptono, SH.MH. (Ketua sentra HKI UPS)

A. PENDAHULUAN

Salah satu ciri khas dari globalisasi adalah *borderless country* yaitu hilangnya batas-batas antar negara tetapi bukan dalam pengertian batas wilayah (yurisdiksi) melainkan hilangnya bentuk-bentuk pembatasan terhadap arus masuk dan arus keluar barang dan jasa dalam suatu negara yang menandai dimulainya suatu era perdagangan bebas.

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan perdagangan barang dan jasa antar negara, diperlukan suatu pengaturan yang bersifat internasional yang memberikan jaminan dan perlindungan atas kepastian hukum di bidang merek. Sebagaimana diketahui, merek adalah tanda yang dilekatkan pada suatu produk berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang mempunyai daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan barang dan jasa. Merek mempunyai peran yang penting khususnya dalam lalu lintas perdagangan barang dan jasa. Peran Merek, selain sebagai tanda yang dikenal oleh konsumen juga dapat menjadi jaminan bagi kualitas barang/jasa yang dihasilkan. Begitu banyak produk yang ditawarkan untuk jenis yang sama dari produsen yang berbeda menyebabkan konsumen bingung untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Untuk kepentingan inilah merek diperlukan agar dapat memberi daya pembeda antara produk satu dengan lainnya yang sejenis.

Dalam arus perdagangan barang dan jasa, suatu merek baik barang maupun jasa, dapat dikenal berdasarkan reputasinya apakah termasuk merek biasa (*normal mark*), merek terkenal (*well-known mark*) dan merek termasyur (*famous mark*). Dalam pandangan terhadap nilai suatu produk baik itu berupa barang/jasa, ketiga kategori merek tersebut jelas berbeda. Merek biasa umumnya tidak mempunyai pancaran daya tarik untuk menjadi pilihan utama masyarakat konsumen, sebaliknya merek terkenal atau bahkan merek yang sudah termasyur maka pancaran simbolnya akan memikat dan akrab serta mempunyai daya tarik tersendiri bagi konsumen yang memujanya.

Merek terkenal dan merek termasyur mempunyai reputasi yang sangat tinggi maka secara otomatis merek tersebut juga mempunyai potensi nilai dan kekuatan pemasaran yang tinggi karena merek tersebut merupakan pilihan konsumen. Oleh karena itu tidak mengherankan bila pemilik merek terkenal memasang nilai tinggi pada setiap produk yang dihasilkannya karena merek terkenal menjadi suatu aset kekayaan yang setiap saat dapat mendatangkan keuntungan yang besar bagi pemiliknya.

Hal inilah yang menyebabkan merek terkenal mempunyai potensi besar untuk menjadi sasaran bagi pengusaha atau pedagang untuk memalsukan atau meniru merek terkenal tersebut. Tindakan pemalsuan terhadap merek terkenal merupakan tindakan yang disengaja dan dilakukan dengan sadar membongceng keterkenalan merek pihak lain dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan secara tidak jujur. Akibat dari tindakan pendomplengan seperti ini akan menimbulkan kerugian bagi pemilik merek terkenal tidak hanya kerugian materi tetapi juga moril karena suatu merek bisa menjadi terkenal dengan melalui suatu usaha yang keras dan biaya yang besar. Selain itu pendomplengan juga dapat menimbulkan kebingungan dan kesesatan bagi masyarakat pengguna merek terkenal.

Di Indonesia juga banyak terdapat merek-merek terkenal yang dipasarkan baik itu berupa produk barang maupun jasa. Satu hal yang harus diakui adalah bahwa masyarakat Indonesia masih merupakan masyarakat yang awam bahkan menganggap biasa hal tiru meniru. Permasalahan peniruan dan pendomplengan merek terkenal banyak terjadi di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor diantaranya adalah kurangnya penghargaan masyarakat terhadap hasil karya orang lain, rendahnya daya beli masyarakat sampai pada budaya hukum masyarakat yang menganggap bahwa meniru adalah hal biasa dan tidak merugikan orang lain. Hal-hal semacam ini jelas perlu diluruskan, mengingat sebagai negara yang mengandalkan barang dan jasa, Indonesia telah menyatakan tunduk dan ikut serta dalam menjalankan aspek-aspek dagang internasional yang telah disepakati negara-negara di dunia.

Sebenarnya Indonesia telah memiliki instrumen perlindungan merek yaitu UU No. 15 Tahun 2001 yang juga mengatur mengenai berbagai hal terkait dengan kepemilikan dan perlindungan merek di Indonesia. Akan tetapi, sayangnya UU No. 15 Tahun 2001 ini tidak mengatur secara spesifik mengenai perlindungan hukum terhadap merek terkenal yang ada dan beredar di Indonesia. Oleh karena itu, sebagai negara anggota WTO maka penerapan prinsip-prinsip GATT mutlak diperlukan dalam upaya memberikan perlindungan terhadap merek-merek terkenal yang beredar di Indonesia.

Berkaitan dengan uraian di atas maka permasalahan yang muncul adalah :

1. Apakah tujuan dari pemberian perlindungan hukum terhadap merek terkenal?
2. Instrumen apakah yang paling tepat digunakan oleh negara (Indonesia) dalam upaya memberikan perlindungan hukum terhadap merek terkenal yang beredar di Indonesia?

B. PEMBAHASAN

1. Tujuan Pemberian Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal

Secara umum tujuan pemberian perlindungan hukum terhadap merek terkenal mempunyai cakupan yang cukup luas yaitu ;

1. Bertujuan untuk melindungi pemilik merek terkenal dari segala macam bentuk pemalsuan atau pun peniruan yang sama secara keseluruhan atau sama pada pokoknya;
2. Untuk melindungi kepentingan konsumen dari penipuan barang palsu yang bermutu rendah, atau pun dari kebingungan konsumen karena tidak ada kepastian yang jelas tentang keistimewaan dan kekhasan dari suatu barang/jasa;
3. Menjauhkan konsumen dari persaingan curang;
4. Melindungi sistem perekonomian pasar bebas, karena diharapkan dengan adanya sistem pasar bebas dianggap mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi secara nasional maupun internasional;
5. Agar pasar bebas dapat berjalan dengan normal maka harus terhindar dari tindakan-tindakan anti kompetitif atau persaingan curang. Tindakan pemalsuan atau peniruan merupakan tindakan yang dikategorikan sebagai tindakan curang dan persaingan tidak sehat.

Pemberian perlindungan terhadap merek terkenal dapat dikatakan sebagai suatu hak istimewa (privilege right) bagi pemilik merek terkenal untuk mendapatkan perlindungan hukum dari pemilik merek biasa. Jika dikaji lebih jauh, ketentuan ini memang sangat merugikan negara berkembang, akan tetapi bagaimanapun juga ketentuan-ketentuan tersebut telah menjadi kesepakatan internasional yang telah tertuang dalam persetujuan TRIP's sehingga baik negara maju maupun negara berkembang tetap mempunyai kewajiban yang sama untuk melaksanakan prinsip mengenai perlindungan terhadap merek terkenal.

2. Penerapan Prinsip-prinsip GATT Sebagai Instrumen Yang Tepat Dalam Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Yang Beredar Di Indonesia

Penerapan perlindungan terhadap hak atas merek terkenal oleh Indonesia sebagai negara anggota WTO tidak terlepas dari prinsip-prinsip GATT yang berlaku, yaitu :

a. Prinsip *National Treatment*;

Berdasarkan prinsip ini maka pemilik hak atas kekayaan intelektual asing harus diberi perlindungan yang sama dengan warga negara yang bersangkutan. Prinsip *National Treatment* ini dalam persetujuan TRIP's tertuang dalam Pasal 3 dimana dalam penerapan prinsip ini dikaitkan dengan pemberian terhadap merek terkenal bahwa semua negara peserta diwajibkan memberikan perlindungan terhadap pemilik merek terkenal asing sama dengan memberikan perlindungan pemilik merek terkenal dari warga negara yang bersangkutan.

Perlindungan yang dimaksud disini adalah hal-hal yang mempengaruhi keberadaan, perolehan, lingkup, pelaksanaan dan penegakkan hak atas kekayaan intelektual (HKI) secara keseluruhan serta hal-hal yang dapat mempengaruhi penggunaan HKI termasuk didalamnya hak atas merek terkenal.

b. Prinsip *Most Favoured Nation* (MFN);

Prinsip ini juga disebut sebagai prinsip *Non Diskriminasi* artinya antara pemilik HKI asing dari suatu negara memperoleh perlindungan yang sama dibandingkan dengan pemilik HKI dari negara peserta yang lain (pihak asing lain) atau dengan kata lain tidak boleh ada perlakuan kepada pihak asing yang berasal dari suatu negara lebih baik dari pada perlakuan terhadap pihak asing dari negara lain. Prinsip MFN ini tertuang dalam Pasal 4 TRIP's bahwa dengan mempertimbangkan perlindungan kekayaan intelektual, setiap keuntungan, kemurahan, keistimewaan dan kekebalan yang diberikan oleh suatu negara anggota

kepada warga negara lain harus diberikan langsung tanpa syarat kepada warga negara dari seluruh anggota peserta.

Berdasarkan prinsip MFN ini, maka dalam rangka penerapan perlindungan terhadap pemilik merek terkenal maka semua keuntungan, kemanfaatan, atau perlakuan istimewa yang diberikan kepada pemilik merek terkenal dari warga negara lain seketika tanpa syarat diberikan pula kepada pemilik merek terkenal dari warga negara seluruh anggota WTO, atau dengan kata lain semua perlakuan yang diberikan oleh negara anggota kepada pemilik merek terkenal asing harus sama tanpa perbedaan atau non diskriminatif.

c. Prinsip *Transparency*;

Dalam prinsip ini semua negara anggota berkewajiban untuk lebih terbuka dalam ketentuan perundang-undangan dan pelaksanaan aturan nasional dalam bidang perlindungan atas hak kekayaan intelektual (HKI). Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 63 Ayat (1) TRIP's bahwa peraturan dan perundang-undangan serta putusan yudisial akhir yang diberlakukan di negara anggota sehubungan dengan permasalahan pokok pada persetujuan (kegunaan, cakupan, akuisisi, pemberlakuan dan pencegahan penyalahgunaan atas hak kekayaan intelektual) harus diumumkan atau bilamana pelaksanaan pengumuman tersebut tidak dapat dibuat secara umum, dalam bahasa nasional, dalam cara yang memungkinkan pemerintah dan pemegang HKI dapat bekerja sama. Perjanjian mengenai masalah pokok dalam persetujuan ini yang berlaku antara pemerintah dan badan pemerintah dari anggota dan pemerintah atau badan pemerintah dari anggota atau badan dari anggota lainnya.

Berdasarkan prinsip transparansi ini, maka negara-negara anggota harus terbuka dalam ketentuan perundang-undagannya mengenai perlindungan merek terkenal sebagai upaya mencegah penyalahgunaan

hak atas kekayaan intelektual termasuk hak atas merek terkenal demikia pula dalam menegakkan peraturan perundang-undangannya.

Pelaksanaan perlindungan terhadap merek terkenal khususnya terhadap merek terkenal asing, jika tidak dilaksanakan dengan hati-hati atau pemilik merek terkenal asing tidak merasa mendapatkan perlindungan hukum yang layak sehingga merasa dirugikan maka negara yang bersangkutan akan dihadapkan pada tuntutan melalui forum internasional dari negara asal pemilik merek terkenal. Tuntutan tersebut dapat melalui *Disputes Settrlement Body* (DSB) atau Dewan Penyelesaian Sengketa dibawah WTO.

Prosedur penyelesaian sengketa dibawah WTO diatur dalam *Rule of Procedure* yang disebut *Integrated Disputes Settrlement* (IDS) ini memerlukan prosedur yang sangat lama dan hampir dapat dipastikan akan menelan biaya yang sangat mahal sehingga harapan kedepan adalah agar Indonesia jangan sampai mengalami hal ini akibat kecerobohan dan kebiasaan meniru.

C. PENUTUP

a. Kesimpulan

- 1) Tujuan pemberian perlindungan hukum terhadap merek terkenal mempunyai cakupan yang cukup luas yaitu ;
 1. Bertujuan untuk melindungi pemilik merek terkenal dari segala macam bentuk pemalsuan atau pun peniruan yang sama secara keseluruhan atau sama pada pokoknya;
 2. Untuk melindungi kepentingan konsumen dari penipuan barang palsu yang bermutu rendah, atau pun dari kebingungan konsumen karena tidak ada kepastian yang jelas tentang keistimewaan dan kekhasan dari suatu barang/jasa;
 3. Menjauhkan konsumen dari persaingan curang;

4. Melindungi sistem perekonomian pasar bebas, karena diharapkan dengan adanya sistem pasar bebas dianggap mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi secara nasional maupun internasional;
 5. Agar pasar bebas dapat berjalan dengan normal maka harus terhindar dari tindakan-tindakan anti kompetitif atau persaingan curang. Tindakan pemalsuan atau peniruan merupakan tindakan yang dikategorikan sebagai tindakan curang dan persaingan tidak sehat.
- 2). Penerapan perlindungan terhadap hak atas merek terkenal oleh Indonesia sebagai negara anggota WTO tidak terlepas dari prinsip-prinsip GATT yang berlaku, yaitu :
- a. Prinsip National Treatment;
 - b. Prinsip Most Favoured Nation (MFN);
 - c. Prinsip Transparency;

b. Saran

Harus ada upaya kedepan untuk perbaikan sistem perlindungan hukum terhadap merek terkenal di Indonesia mengingat perangkat hukum yang ada belum memadai akibat belum diakomodirnya aturan mengenai perlindungan merek terkenal dalam UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Roisyah, Kholis. 2002. *Kajian Tentang Perlindungan Hukum Internasional terhadap Merek Terkenal*. Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Vol. XXXI No.4 Oktober-Desember 2002. Semarang.
- Susilowati, ETTY. 2006. *Bunga Rampai : Hak Kekayaan Intelektual*. Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro. Semarang.
- Usman, Rachmadi. 2003. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual : Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. Bandung : Alumni.
- Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek