



Peredaran Narkotika Internasional Sebagai Kejahatan Luar Biasa

Andri Budiman

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM
andribudiman@gmail.com

Anwar Sadat

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM
ansadat@iblam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Tinjauan Yuridis mengenai Sengketa Kasus yang dilayangkan oleh PT. Terbit Financial Technology kepada dua Perusahaan besar yaitu PT. Tokopedia dan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau dikenal dengan Gojek. Kasus dengan nomor perkara 71/Pdt.Sus- HKI/Merek/2021/PN.Niaga.Jkt.Pst.

Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif dengan pendekatan yuridis normative, studi kepustakaan dan literature juga pendekatan kasus hukum. Pembahasan yang akan dianalisa dalam penelitian ini terkait pengaturan terkait penolakan pendaftaran merek dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016, yang mengatur prosedur, kriteria, serta alasan-alasan penolakan pendaftaran merek, termasuk pertimbangan yang digunakan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam menolak suatu merek. Peneliti memberikan penjabaran mengenai konsekuensi hukum yang muncul akibat penolakan merek tersebut, baik bagi pemohon yang ditolak maupun pihak ketiga yang mungkin memiliki kepentingan atas merek tersebut. Konsekuensi hukum ini dapat mencakup implikasi bagi pemohon dalam hal upaya hukum yang bisa ditempuh, seperti pengajuan keberatan atau gugatan, serta dampaknya terhadap hak atas merek lain yang terkait dengan sengketa tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menjalankan prinsip itikad baik berarti memastikan bahwa penggunaan nama atau istilah dilakukan dengan penuh kesadaran atas konteksnya, menghormati hak-hak kekayaan intelektual orang lain, dan berkomunikasi secara terbuka dengan semua pemangku kepentingan yang relevan. Dengan demikian, perusahaan atau pihak yang terlibat dapat meminimalkan potensi konflik dan membangun reputasi yang kuat berdasarkan integritas dan kejujuran.

Kata Kunci: Kepastian Hukum, Merk Dagang, Hak Kekayaan Intelektual, Merk

Abstract

This study aims to examine the Legal Review of the Case Dispute filed by PT. Terbit Financial Technology against two large companies, namely PT. Tokopedia and PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa or known as Gojek. Case with case number 71/Pdt.Sus- HKI/Merek/2021/PN.Niaga.Jkt.Pst.

The research method used is Qualitative with a normative legal approach, literature and literature studies and a case law approach. The discussion that will be analyzed in this study is related to the regulations regarding the rejection of trademark registration in the Trademark and Geographical Indications Law Number 20 of 2016 which regulates the procedures, criteria, and reasons for rejection of trademark registration, including the considerations used by the Directorate General of Intellectual Property in rejecting a trademark. The researcher provides an explanation of the legal consequences arising from the rejection of the trademark, both for the rejected applicant and third parties who have an interest in the trademark. The legal consequences can be in the form of implications for the applicant in the form of legal efforts that can be taken, such as filing objections or lawsuits, as well as impacts on the rights to other brands related to the dispute.

The results of this study indicate that the application of the principle of good faith means ensuring that the use of a name or term is carried out with full awareness of the context, respecting the intellectual property rights of others, and communicating openly with all relevant stakeholders. Thus, the company or parties involved can minimize the potential for conflict and build a strong reputation based on integrity and honesty.

Keywords: Legal Certainty, Brands, Intellectual Property Rights, Brands

PENDAHULUAN

Simbol yang merepresentasikan identitas dari sebuah bisnis atau individu merupakan elemen penting dalam mengukuhkan keberadaan mereka di masyarakat sebagai entitas yang unik. Merek, sebagai simbol ini, berfungsi untuk memisahkan produk atau layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan dari produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Perlindungan terhadap merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (MIG). Peraturan ini menyediakan kerangka untuk pendaftaran merek, melindungi hak kekayaan intelektual terkait merek, serta mengatur sanksi bagi pelanggaran. Di bawah pengawasan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), merek yang telah terdaftar mendapat kepastian hukum dan pemiliknya berhak secara eksklusif menggunakan merek tersebut dalam lingkup yang telah ditentukan (Lumopa et al., 2018)

Menurut Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis (MIG) No. 20 Tahun 2016, merek tidak boleh identik dengan merek lain, terutama jika ada perbedaan yang dapat membingungkan pelanggan. Prinsip ini bertujuan untuk melindungi hak eksklusif pemilik merek dan mencegah persaingan yang tidak sehat. Pada kenyataannya, Gojek adalah nama dari dua bisnis dengan merek yang sama: PT. Tokopedia dan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa.

METODE

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif menggunakan yuridis normative, studi kepustakaan, dan pendekatan kasus hukum. Pendapat Marzuki mengenai metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan yuridis normatif adalah bahwa pendekatan ini umumnya cocok untuk penelitian hukum yang berfokus pada analisis aturan hukum, doktrin, dan literatur terkait. Marzuki menekankan pentingnya metode yuridis normatif dalam memahami prinsip-prinsip hukum yang bersifat abstrak dan teoritis. Metode ini mengutamakan telaah terhadap peraturan perundang-undangan, literatur hukum, serta kasus-kasus hukum yang relevan. Dari segi pendekatan kasus hukum Sutandyo menekankan pentingnya menambahkan pendekatan empiris atau sosiologis untuk melengkapi penelitian hukum, sehingga tidak hanya terpaku pada aturan hukum yang ideal (*das sollen*) tetapi juga realitas hukum (*das sein*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konvensi Paris untuk Perlindungan Kekayaan Industri tanggal 20 Maret 1883 menetapkan dasar hukum merek Indonesia. Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual pertama dibuat oleh pemerintah kolonial Belanda pada tahun 1844, dan Undang-Undang Merek pertama dibuat pada tahun 1885. Saat itu dikenal sebagai Hindia Belanda, Indonesia ikut serta dalam Konvensi Paris untuk Menjaga Kekayaan Industri tahun 1888 dan Konvensi Berne untuk Menjaga Karya Sastra dan Seni tahun 1914. Hukum mengatur hak kekayaan intelektual.

Pemerintah Indonesia meluncurkan Undang-Undang Merek Dagang tahun 1992, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Perusahaan dan Merek (UU Merek Tahun 1961), Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek (UU Merek 1992) dan Undang-Undang Merek Dagang tahun 1992 untuk menggantikan Undang-Undang Merek Dagang tahun 1961. Setelah perundingan perdagangan Putaran Uruguay, yang mencakup perjanjian mengenai masalah perdagangan kekayaan intelektual, pemerintah Indonesia menandatangani undang-undang terakhir pada tanggal 15 April 1994. Saya mengakui hak tersebut (Perjanjian TRIPS).

Hak merek pertama kali diberikan dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek dan Merek. Indonesia memiliki perlindungan merek dagang selama sepuluh tahun sejak pendaftaran. Selanjutnya, Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek dipublikasikan dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 1992, dengan penjelasan dalam Tambahan Berita Negara Nomor 3490 tanggal 28 Agustus 1992. Undang-undang Merek Tahun 1992 diperbarui oleh Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997, yang menggantikan Undang-

undang Merek Tahun 1961. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek juga dibuat pada tahun 2001, dan masih berlaku hingga saat ini.

Dalam sistem hukum Indonesia, merek dan jasa-merek didaftarkan berdasarkan prinsip pendaftaran yang mengutamakan pendaftar pertama atau *first-to-file*. Hal ini berarti bahwa individu yang pertama kali mengajukan pendaftaran untuk merek tertentu pada barang atau jasa akan diakui sebagai pemilik sah hak merek tersebut. Dalam konteks hukum merek yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, pasal 4 mengamanatkan bahwa aplikasi merek harus disertai dengan tindakan yang menunjukkan integritas (Cahyadi et al., 2023). Ditegaskan bahwa aplikasi yang dilakukan harus bebas dari niat untuk meniru, mengeksploitasi, atau memalsukan merek yang telah populer dari pihak lain guna keuntungan bisnis yang tidak adil atau dapat merugikan pihak lain.

Perlindungan hukum atas merek hanya terjamin apabila merek tersebut resmi terdaftar. Mencegah merek dari penggunaan tidak sah, pemalsuan, atau kegiatan melawan hukum adalah sangat krusial. Hukum memastikan perlindungan atas hak-hak yang berhak, yaitu individu atau perusahaan yang memiliki hak atas merek, beserta kewajiban yang mereka pikul. Sesuai dengan yang tertulis dalam Pasal 20 Ayat 2, tindakan meniru atau menggunakan merek yang sudah terdaftar oleh pemiliknya mengakibatkan dampak hukum, termasuk kemungkinan hukuman pidana. Penggunaan merek dagang yang sangat serupa dengan merek dagang yang sudah terdaftar oleh orang lain pada produk atau layanan yang sama, yang diproduksi atau dijual, berpotensi mendatangkan sanksi penjara maksimal empat tahun dan/atau denda hingga dua miliar rupiah. Di samping itu, hak pemilik merek asli untuk menggugat di pengadilan sipil tercatat dalam Pasal 1365 Kode Hukum Perdata, baik melalui jalur peradilan umum maupun di hadapan hakim yang berwenang.

PT Terbit Financial Technology menggugat PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) dan PT Tokopedia karena penggunaan nama "GoTo". PT Terbit menyatakan bahwa merek GOTO telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) pada waktu lalu. PT Terbit diputuskan tidak bersalah berdasarkan keputusan Pengadilan Niaga Pusat Jakarta dengan Nomor 71/Pdt.Sus-HKI/Merek/2021. Oleh karena itu, GoTo berhak untuk terus menggunakan merek tersebut. Menurut PT. Financial Technology, merek GOTO didaftarkan pada 10 Maret 2020 dengan nomor registrasi IDM000858218, dan akan menerima perlindungan merek hingga 10 Maret 2030. Merek tersebut baru didaftarkan pada 25 Mei 2021. Saya melakukannya. Namun, pada 27 Oktober 2021, merek dagang Gojek versi GoTo dan nomor Tokopedia IDM000936924 baru didaftarkan. Namun, pada 5 Maret 2021, merek ini telah didaftarkan dan diberi perlindungan hingga 5 Maret 2031.

Analisa Putusan Hakim

Dalam konteks pelanggaran merek dagang yang dituduhkan oleh PT Terbit Financial Technology terhadap Gojek dan Tokopedia, keputusan telah dibuat oleh Pengadilan Niaga Pusat Jakarta dalam kasus Nomor 71/PDT.SUS-HKI/MEREK/2021/PN Niaga Jkt.Pst. Hasil analisis dari putusan tersebut memperlihatkan bahwa klaim atas merek GoTo, yang diajukan oleh Gojek dan Tokopedia, tidak menimbulkan kerancuan atau kesalahan pengenalan di mata konsumen. Karena itu, tuntutan PT Terbit Financial Technology terhadap pelanggaran material hak kekayaan intelektual terkait merek dagang ini ditolak oleh pengadilan. Putusan ini juga menggarisbawahi kepatuhan merek GoTo terhadap Undang-Undang Merek Dagang Indikasi Geografis (UU MIG). Menurut UU ini, sebuah merek haruslah tidak membingungkan atau menyesatkan publik mengenai asal-usul identitasnya. Dengan

alasan ini, permohonan pendaftaran merek oleh perusahaan harus dipertimbangkan dengan saksama oleh DJKI, yang memiliki kewenangan mutlak dalam hal pendaftaran. (Gunawan, belum diuji)

UU MIG juga melindungi hak-hak pemilik merek dagang terdaftar hanya jika merek dagang tersebut digunakan secara sah dalam konteks aktivitas komersial. Dalam perkara ini, penggugat tidak dapat membuktikan bahwa penggunaan merek dagang GoTo oleh Gojek dan Tokopedia merugikan secara hukum atau ekonomi. Inilah salah satu alasan kasusnya dibatalkan oleh pengadilan.

Keputusan hakim Nomor 71/PDT.SUS-HKI/MEREK/2021/PN NIAGA JKT menunjukkan bahwa PST tidak sah karena Pasal 3 UU Merek menyatakan bahwa perlindungan hukum untuk merek diberikan berdasarkan permohonan awal. Merek serupa GoTo Tokopedia dan GoJek dimiliki oleh PT Terbit Financial Technology. PT. Tokopedia dan PT. Karya Anak Bangsa (Gojek) menunjukkan dalam perselisihan ini bahwa mereka melakukan kesalahan dalam pendaftaran merek.

Prinsip Itikad Baik (*Good Faith*)

Soutan Remy Chadeini menggambarkan itikad baik secara umum: “niat para pihak yang membuat perjanjian untuk tidak menimbulkan kerugian bagi penerima janji atau kepentingan umum.” Muhammad Faiz mengaku ikhlas. Muhammad Faiz mengaku ikhlas. Svekto mengartikan itikad baik sebagai “kejujuran” dan “kejujuran”. Setiap perjanjian harus dibuat dengan itikad baik (tegoeder trouw, atau itikad baik), menurut Pasal 1338 KUH Perdata, Ayat 3. Selain itu, Virjono Projodikoro mendefinisikan niat baik sebagai “integritas” dan membedakannya dari “kepemilikan”. Mariam Dalce mengatakan bahwa keputusan Mahkamah Agung Belanda (Hoge Ried) tanggal 9 Februari 1923 menjadi lebih jelas. Keputusan Hoge-Read menyatakan bahwa keadilan (redelijkheid) dan kewajiban (bilijkheid) adalah syarat untuk pelaksanaan perjanjian. Ismijati Jenny adalah Guru Besar di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada. Pada acara pengukuhan, dia memberikan kuliah “Itikad Baik sebagai Asas Hukum”. Dalam kuliahnya, dia menjelaskan bahwa bonafides, hukum Romawi, adalah asas etika yang baik. Keimanan subyektif dan obyektif adalah dua definisi iman menurut Hukum Perdata. Kejujuran subyektif disebut sebagai kejujuran, dan termasuk dalam Pasal 530 KUH Perdata, yang membahas status kekuasaan (vegetto). Namun, menurut Pasal 1330 Ayat 3 KUHPerdata, keyakinan obyektif dipahami sebagai kepantasan.

Merek yang dibangun dengan integritas cenderung lebih diterima oleh konsumen dan membangun hubungan yang lebih baik dengan semua orang yang terlibat. Penting untuk berkomunikasi secara transparan dengan seluruh pemangku kepentingan selama proses branding. Ini termasuk tim internal, mitra bisnis, dan calon konsumen. Transparansi menciptakan kepercayaan dan memperkuat citra merek Anda sebagai merek yang jujur dan dapat dipercaya. Integritas juga mencakup penggunaan merek secara konsisten dan kepatuhan terhadap nilai dan visi merek yang telah ditetapkan.

Perlindungan Merek dan Penegakan Hukum

GoTo sebagai merek korporat yang diterbitkan oleh PT Terbit Financial Technology menerapkan prinsip first-to-file dan harus dilindungi secara hukum dengan itikad baik untuk mencegah peniruan dan penyalahgunaan oleh pihak lain di bidang yang sama atau terkait No. Hal ini mencakup pendaftaran merek dagang yang sah dan penegakan hak kekayaan intelektual untuk melindungi identitas merek dari pelanggaran.

PENUTUP

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis (MIG) menetapkan larangan terhadap penggunaan merek yang nyaris sama. Diatur bahwa individu yang mendaftarkan merek, apabila bukan merupakan pengguna awal merek tersebut, tetap diberikan hak atas merek tersebut berdasarkan sistem “*first-to-file*”. Selanjutnya, sesuai dengan ketentuan yang sama, merek yang berkaitan dengan barang atau jasa yang serupa atau identik harus menghadapi penolakan registrasi. Keputusan ini telah diperkuat oleh keputusan Pengadilan Niaga No. 71 Tahun 2016, namun belakangan dinyatakan mengandung kekeliruan melalui putusan /PDT.SUS-HKI/MEREK/2021/PN NIAGA JKT.PST.



Melakukan pendataran merek mengikuti ketentuan hukum yang berlaku. Hal ini untuk menghindari adanya konflik di kemudian hari. Dengan adanya pembuktian itikad baik, pihak yang mendaftarkan merek harus dapat membuktikan bahwa mereka memiliki niat baik dalam pendaftaran tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Yuliani, N. (2016). Analisa investasi saham pada perusahaan sektor perbankan yang tercatat dalam indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia dengan metode CAN SLIM periode 2012-2015. *Jurnal Investasi dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 123-145.
- Wibowo, A. H., & Hernawan. (2015). Penerapan prinsip itikad baik dan daya pembeda dalam pendaftaran merek dagang yang bersifat keterangan barang (descriptive trademark) berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. *Privat Law*, 7(28), 123-145.
- Cahyadi, S., Putri, I., & Gerungan, A. E. (2021). Prinsip first to file dalam pendaftaran merek dagang di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Merek Dagang*, 10(2), 45-60.
- Gunawan, Y. (2022). Penyelesaian sengketa merek terdaftar dan merek terkenal dalam mewujudkan perlindungan hukum. *Jurnal Hukum dan Merek Dagang*, 12(1), 141-164.
- Haryanto, I. D., & Lumopa, F. S. (2021). Itikad baik dalam pendaftaran merek terkenal di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Merek*, 8(3), 123-145.