

## **PERLINDUNGAN MEREK AQUA TERHADAP PELANGGARAN KATA AQUA OLEH PRODUK AIR MINERAL KEMASAN LAIN**

### ***Protection Of The Aqua Brand Against The Breach Of Aqua Words By Other Packaging Mineral Water Products***

**Tomi Khoyron Nasir**

Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Jalan Raya Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450

e-mail: tomikhoyron@upnvj.ac.id

#### **Abstrak**

Dalam dunia perdagangan barang atau jasa sering terjadi pelanggaran merek. Pelanggaran merek yang saat ini terjadi berupa pelanggaran merek dalam produk air mineral kemasan dimana kata AQUA sebagai merek dagang disalahgunakan oleh produk air mineral lain untuk dapat bersaing dengan produsen AQUA asli tetapi produk tersebut tidak mau membayar royalti atas penggunaan kata AQUA kepada pemilik merek AQUA asli disaat penjualannya mencapai keuntungan yang berlebih. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui analisis pelanggaran hak eksklusif kata AQUA oleh produk air mineral kemasan lain dan untuk mengetahui perlindungan hukum merek AQUA bila terjadi penyalahgunaan pemakaian kata AQUA. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif karena penelitian hukum ini menggunakan data sekunder yang berasal dari bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder serta bahan hukum lainnya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa peraturan merek dapat berkontribusi menyelesaikan permasalahan terhadap penyalahgunaan kata AQUA yang bersifat komersil serta kedepannya kata AQUA dalam merek dagang bisa dilindungi oleh peraturan merek yang terbaru melebihi cakupan dari peraturan merek yang lama.

**Kata kunci:** Pelanggaran Merek, Kata Aqua, Perlindungan Hukum

#### ***Abstract***

*In the world of trading in goods or services, brand violations often occur. Brand violations that currently occur are in the form of brand violations in mineral water products where the word AQUA as a trademark is misused by other mineral water products to be able to compete with original AQUA producers but these products don't want to pay royalties to the original AQUA brand owner at the time of sale achieve excess profit. The purpose of this research is to determine the analysis of AQUA exclusive rights violation by other mineral water products and to find out the legal protection in the event of misuse The method used in this research is the normative judicial approach that uses secondary data derived from primary, secondary legal materials and other legal materials. The results state the brand regulations can contribute to finishing problems for the misuse of the word AQUA which is commercial in nature and for the future, the word AQUA could protected by the newest brand regulations that exceed the scope of old brand regulations.*

**Keywords :** Brand Violations, The Word Aqua, Legal Protection

## A. Pendahuluan

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) termasuk dalam kajian hukum perdata maupun hukum bisnis, karena banyak segi dari hukum itu merupakan aspek hukum privat. Yang dimaksud hukum perdata ialah hukum yang mengatur hubungan antara sesama manusia, antar satu orang dengan orang yang lain dengan menitikberatkan pada kepentingan perorangan. Sedangkan, hukum bisnis merupakan hukum yang mengatur tentang hubungan bisnis diantara para pihak dengan mementingkan kepentingan salah satu pihak.

Persaingan bisnis semakin meningkat dalam era perdagangan global saat ini, peranan hukum HKI menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan untuk mencegah kemungkinan adanya persaingan curang baik berupa peniruan, pembajakan, maupun pemanfaatan pemakaian HKI yang tanpa hak dari pemilik yang sebenarnya. HKI adalah padanan kata yang biasa digunakan untuk *Intellectual Property Right* (IPR), yakni hak yang timbul bagi hasil olah pikir otak yang menghasilkan suatu produk yang berguna untuk manusia.<sup>1</sup> Jika ditelusuri lebih jauh, HKI sebenarnya merupakan bagian dari benda, yaitu benda tidak berwujud (benda immateriil). Benda dalam kerangka hukum perdata dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori, salah satu di antara kategori itu adalah pengelompokan benda ke dalam klasifikasi benda berwujud dan benda tidak berwujud. Untuk hal ini dapatlah dilihat batasan benda dalam Pasal 499 BW, yang menentukan bahwa: Menurut paham undang-undang yang dinamakan kebendaan ialah, tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak, yang dapat dikuasai oleh hak milik. Untuk pasal ini, Menurut Mahadi menawarkan, seandainya dikehendaki rumusan lain dari pasal ini dapat diturunkan kalimat sebagai berikut: yang dapat menjadi objek hak milik adalah benda dan benda itu terdiri dari barang dan hak.<sup>2</sup>

Salah satu ruang lingkup dalam HKI adalah hukum merek suatu barang. Dewasa ini perkembangan hukum mengenai merek (*brand*) sering juga disebut hak merek terus mendapatkan perhatian masyarakat, semakin hari semakin banyak merek sejenis maupun merek tidak sejenis yang berada di pasaran maka HKI pada merek menjadi sebuah kebutuhan, keharusan dan keperluan untuk penghormatan dan penghargaan suatu merek barang.

Pada zaman sekarang ini, penghargaan terhadap merek tersebut tidak lagi menjadi suatu keharusan dengan sering munculnya pemalsuan dan juga pembajakan dan atau bentuk

---

<sup>1</sup> Adisumarto, Harsono, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten Dan Merek, Hak Milik Perindustrian (Industrial Property)*, (Jakarta: Akademika Pressindo, 1990), hlm. 59

<sup>2</sup> OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 11

lainnya.<sup>3</sup> Terhadap hal tersebut perlu dikedepankan perlindungan terhadap HKI yang dimana hal ini menjadi suatu kewajiban bagi Negara/pemerintah. HKI dalam ilmu hukum dibagi menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu Hak Cipta (*Copy Right*), dan Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*) yang mana Hak Kekayaan Industri tersebut terdiri dari Paten (*Patent*), Merek (*Trademarks*), Desain Industri (*Industry Design*), Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design of Integrated Circuit*), Rahasia Dagang (*Trade Secret*)<sup>4</sup>. Hak Merek merupakan lingkup HKI karena hak merek sebagai hak untuk memakai tanda atau merek guna membedakan suatu produk dagang seseorang dengan produk dagang orang lain, walaupun tidak memiliki unsur pokok seperti yang diartikan dengan pengertian milik intelektual, yaitu tidak ada unsur usaha intelektual dalam bentuk penciptaan atau penemuan. Namun demikian terdapat persamaan antara hak cipta, hak paten dan hak merek dilihat dari sifat atau bentuk haknya yaitu hak atas benda yang tidak berwujud.<sup>5</sup>

Pengertian merek sebagai bagian dari HKI tidak terlepas dari pemahaman bahwa hak merek diawali dari temuan-temuan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual lainnya, misalnya hak cipta. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya desain logo atau huruf. Ada hak cipta dalam bidang seni, namun dalam hak merek bukan hak cipta dalam bidang seni yang dilindungi tetapi mereknya itu sendiri dan hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaiannya pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis.<sup>6</sup> Dengan berkembangnya waktu, kebutuhan perlindungan hukum merek harus diperlukan antara lain disebabkan alat transportasi dalam lintas perdagangan barang yang semakin baik dan terus meningkat. Lintas perniagaan baik perdagangan maupun perindustrian yang semakin berkembang ini, mengakibatkan hukum atas Hak Merek tersebut tidak dapat kita hindari untuk masuk kedalam sistem hukum Indonesia dan kita sangat membutuhkannya karena hak-hak itu sangat penting dalam menunjang pencapaian sasaran pembangunan di bidang ekonomi dan bisnis dalam pembangunan nasional.<sup>7</sup>

Telah dikeluarkannya UU Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek yang selanjutnya disebut Undang-Undang Merek merupakan penyempurnaan dari UU Nomor 19 tahun 1992

---

<sup>3</sup> Budi Maulana, Insani, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997), hlm. 97

<sup>4</sup> C.S.T. Kansil, *Hak Milik Intelektual (Hak Milik Perindustrian dan Hak Cipta)*, Cetakan Pertama, (Jakarta : PT. Sinar Grafika, 1997), hlm. 98.

<sup>5</sup> Harahap, Yahya, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992*, (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2009), hlm. 6

<sup>6</sup> Satino, Sualstri, Yuliana. ,*Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Merek Dagang antara Tupperware vs Tulipware)*, (Jakarta: Program Studi Ilmu Hukum UPN Veteran Jakarta, 2018), hlm. 162

<sup>7</sup> Saidin, *Aspek Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Edisi Revisi, (Jakarta: Grafindo Persada, 1997), hlm. 40.

dan UU Nomor 14 tahun 1997. Maka, melalui UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek inilah terciptalah pengaturan merek yang lebih kompleks dari sebelumnya, yang terbaru adalah UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dibentuk dalam satu naskah (*single text*) dan lebih sesuai dengan zaman, sehingga lebih memudahkan masyarakat menggunakannya untuk melindungi suatu merek yang dimilikinya.<sup>8</sup>

Undang-Undang Merek menganut sistem konstitutif, yang artinya hak atas merek (cap, simbol, lambang, dan sebagainya) timbul karena adanya pendaftaran. Seseorang atau badan hukum yang ingin memperoleh hak atas merek diwajibkan untuk mengajukan permintaan pendaftaran kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual terlebih dahulu. Semua permohonan akan melalui pemeriksaan kelengkapan formalitas dalam Dirjen Kekayaan Intelektual, kemudian berlanjut ke pemeriksaan substantif jangka waktu proses pendaftaran totalnya selama 14 bulan 10 hari. Berbeda dengan Undang-Undang Merek yang dahulu lebih lama bisa sampai 2 tahun. Hak atas merek diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek yang berbunyi:

“Hak Atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.<sup>9</sup>

Dalam prakteknya dari tahun 2017-2020 ini banyak terjadi pelanggaran terhadap merek yang terdaftar, seperti merek yang memiliki persamaan dengan merek lain yang sejenis salah satunya pelanggaran merek dalam air mineral kemasan dimana kata AQUA disalahgunakan oleh produk air mineral lain untuk bersaing dengan produsen AQUA yang asli tetapi produk air mineral lain tersebut tidak mau membayar royalti atas penggunaan kata AQUA itu disaat penjualan air mineralnya meningkat serta mencapai keuntungan yang berlebih. Maka, untuk mengurangi pelanggaran kata AQUA yang terdaftar tersebut diperlukan suatu perlindungan hukum pada merek tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut penulis membuat penelitian yang berjudul: **PERLINDUNGAN MEREK AQUA TERHADAP PELANGGARAN KATA AQUA OLEH PRODUK AIR MINERAL KEMASAN LAIN.**

Selanjutnya, dibuatlah suatu identifikasi terhadap permasalahan tersebut berupa: Analisis perlindungan merek air mineral dalam kemasan, analisis terhadap merek dagang

---

<sup>8</sup> Ermansyah Djaja, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 9-10.

<sup>9</sup> Indonesia, Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, (*Buku Panduan : Hak Kekayaan Intelektual*, 2005), hlm. 3.

AQUA yang lebih mengarah pada produk perdagangan AQUA maupun penyalahgunaan kata AQUA oleh produk air mineral kemasan lain yang sejenis. Kemudian, perlindungan hukum terhadap kata AQUA yang telah terdaftar serta analisis perjanjian lisensi merek dalam perdagangan diantara produk air mineral kemasan lainnya yang sejenis.

### **Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah tersebut, terdapat dua rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimanakah analisis pelanggaran hak eksklusif kata AQUA oleh produk air mineral kemasan lain?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum merek AQUA bila terjadi penyalahgunaan pemakaian kata AQUA?

### **Tujuan Penulisan**

Merujuk pada rumusan masalah tersebut, terdapat dua tujuan penulisan yaitu:

1. Untuk menganalisis pelanggaran hak eksklusif kata AQUA oleh produk air mineral kemasan lain.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum merek AQUA bila terjadi penyalahgunaan pemakaian kata AQUA.

## **B. Metode Penelitian**

### **1) Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum yuridis normatif yakni berupa pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori – teori, konsep – konsep, asas – asas hukum serta peraturan perundangan yang berhubungan dengan penelitian ini.<sup>10</sup>

### **2) Pendekatan Masalah**

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian yuridis ini berupa pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan historis (*historical approach*), serta pendekatan perbandingan (*comparative approach*).

### **3) Sumber Data**

---

<sup>10</sup> Mahmud Marzuki, Peter, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 181

Sumber data disesuaikan berdasarkan jenis penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian yuridis normatif ini adalah data sekunder, yang terdiri dari 3 (tiga) sumber bahan hukum:<sup>11</sup>

a) Bahan Hukum Primer

Sumber bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mempunyai otoritas (*autoritatif*). Bahan hukum ini terdiri dari:

- 1) Norma Dasar atau Kaidah Dasar (Pembukaan UUD NRI Tahun 1945);
- 2) Peraturan Dasar (batang tubuh UUD NRI 1945), TAP MPR;
- 3) Peraturan Perundang-undangan: UU/Perpu, Perpres, Perda Provinsi, Perda Kota/Kabupaten;
- 4) Yurisprudensi;
- 5) Bahan hukum yang tidak dikodifikasikan seperti hukum adat;
- 6) Traktat;
- 7) Bahan hukum dari zaman penjajahan Belanda yang hingga kini masih berlaku.

b) Bahan Hukum Sekunder

Sumber bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, terdiri dari:

- 1) Rancangan undang-undang;
- 2) Hasil-hasil penelitian;
- 3) Hasil-hasil karya dari kalangan hukum;
- 4) Buku teks;
- 5) Jurnal Ilmiah.

c) Sumber Bahan Hukum Lainnya

Sumber bahan hukum lainnya yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

#### **4) Metode Analisa Bahan Hukum**

Cara pengumpulan data pada penelitian kali ini dilakukan dengan cara kepustakaan (*library research*) dari berbagai sumber bahan hukum yang ada baik bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder serta bahan hukum lainnya.

---

<sup>11</sup> Ibid., hlm. 182

## 5) Teknis Analisis Data

Merupakan langkah yang berkaitan dengan pengolahan data penelitian yang telah ditentukan berupa data sekunder yang telah dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah dengan cara analisis kualitatif (*quality content analysis*)<sup>12</sup>. Teknik penulisan kualitatif, yaitu menjelaskan secara rinci dan sistematis terhadap pemecahan masalah penelitian secara lebih terukur.

## C. Pembahasan

### 1. Analisis Pelanggaran Hak Eksklusif Kata Aqua Oleh Produk Air Mineral Kemasan Lain

Sebelum menganalisis terhadap permasalahan pertama tersebut, ada baiknya dijelaskan penguraian tentang pelanggaran terhadap merek suatu barang pada umumnya. Pelanggaran merek pada umumnya terbagi menjadi 3 pelanggaran yaitu: *pelanggaran Likelihood of confusion*, *pelanggaran passing off*, serta *pelanggaran prinsip missuse*.<sup>13</sup> Selain itu, ada 3 (tiga) lagi bentuk pelanggaran merek yang perlu diketahui dan dipahami oleh khalayak luas, yaitu: (a) *pembajakan merek*; (b) *pemalsuan merek* dan (c) *peniruan label dan kemasan suatu produk*.

Pembajakan merek terjadi ketika suatu merek, biasanya merek terkenal asing yang belum terdaftar kemudian didaftarkan oleh pihak yang tidak berhak. Akibatnya permohonan pendaftaran pemilik merek yang asli ditolak oleh kantor merek setempat karena dianggap serupa dengan merek yang sudah terdaftar. Pemalsuan merek dapat terjadi ketika suatu produk palsu atau produk dengan kualitas lebih rendah ditempel dengan merek terkenal. Di Indonesia, pemalsuan merek terkenal sering terjadi terutama terhadap produk-produk garmen merek luar negeri seperti Levi's, Wrangler, Osella, Country Fiesta, Hammer, Billabong, Polo, dan Ralph Laurent. Pemalsuan merek dapat dikatakan sebagai kejahatan ekonomi, karena para pemalsu merek tidak hanya menipu dan merugikan konsumen dengan produk palsunya, namun juga merusak reputasi dari pengusaha aslinya.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Ibid., hlm. 183

<sup>13</sup> Budi, Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 82

<sup>14</sup> Agustine Kurniasih, Dwi, "Perlindungan Hukum Pemilik Merk Terdaftar Dari Perbuatan Passing Off (Pemboncengan Reputasi) Bagian I", (Media HKI. Volume V. Nomor 6 Desember 2008), hlm. 2

Pelanggaran merek yang mirip dengan pemalsuan merek adalah peniruan label dan kemasan produk. Bedanya pada pemalsuan merek label atau kemasan produk yang digunakan adalah tiruan dari yang aslinya, sedangkan pada peniruan, label yang digunakan adalah miliknya sendiri dengan menggunakan namanya sendiri. Pelaku peniruan ini bukanlah seorang kriminal tetapi lebih kepada pesaing yang melakukan perbuatan curang. Pelaku peniruan berusaha mengambil keuntungan dengan cara memirip-miripkan produknya dengan produk pesaingnya atau menggunakan merek yang begitu mirip sehingga dapat menyebabkan kebingungan di masyarakat.<sup>15</sup>

Secara luas telah dipahami bahwa pelanggaran dan pembajakan merek memiliki pengaruh yang bersifat merusak terhadap masyarakat. Aspek lain yang bersifat merusak dengan terjadinya pelanggaran dan pembajakan merek adalah pengurangan kualitas. Merek dapat menjadi jaminan bagi kualitas barang atau jasa. Jika suatu merek sudah cukup dikenal dalam masyarakat, maka merek tersebut dianggap telah mempunyai daya pembeda yang cukup dan membawa pengaruh terhadap sikap penerimaan masyarakat. Merek memegang peranan sangat penting dalam era perdagangan global dan hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim persaingan usaha yang sehat dan adanya kepastian hukum dalam perlindungan konsumen oleh produsen suatu barang.<sup>16</sup>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek telah mengatur tentang pengertian merek yakni. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, desain dalam bentuk dua dimensi dan atau tiga dimensi, suara, hologram dari kombinasi dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh badan hukum atau seseorang dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa.<sup>17</sup>

Tanda atau cap yang sudah memiliki daya pembeda tidak dapat diterima sebagai merek apabila tidak dapat digunakan pada kegiatan perdagangan barang atau jasa. Berdasarkan definisi di atas, maka merek adalah suatu tanda atau cap pada suatu barang sebagai daya pembeda yang merupakan suatu unsur yang paling utama untuk barang tersebut dalam hal perdagangan barang atau jasa. Hak atas merek diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek yang berbunyi: "Hak Atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek dalam jangka waktu

---

<sup>15</sup> Ibid., hlm. 2-3

<sup>16</sup> Lihat Pasal 5 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>17</sup> Lihat Pasal 1 UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Hak Merek

tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.<sup>18</sup>

Dalam perdagangan air mineral kemasan diperlukan suatu merek yang terkenal dan memiliki daya ekonomis yang kuat demi kepentingan komersial suatu produk air mineral merupakan hal yang penting bagi suatu produk untuk tetap bertahan dalam persaingan antar produk air mineral kemasan. Seperti halnya merek AQUA yang memiliki daya pembeda dan menjadi suatu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara bagi produk AQUA untuk memasarkan produknya dan memberikan izin kata tersebut digunakan oleh produk air mineral lain demi keuntungan masing-masing. Selaku pemilik kata ekonomis tersebut, sudah seharusnya pemilik asli AQUA mendapatkan keuntungan setinggi-tingginya dari kepemilikan kata tersebut. Menurut Ismani (2008), tanpa logo/nama merek (*Brand Image*) yang kuat akan sulit bagi perusahaan barang atau yang baru muncul tersebut untuk bersaing dengan perusahaan barang atau jasa yang sudah terkenal. Hal tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi merek bagi perusahaan air mineral dalam kemasan untuk mengembangkan produknya agar mempunyai keunggulan dan memperoleh citra merek yang positif di dalam persaingan bisnis.<sup>19</sup>

Selanjutnya, kesadaran merek (*brand awareness*) merupakan hal yang penting bagi suatu konsumen untuk menentukan keputusan pembelian suatu produk. Semakin ketatnya persaingan antar merek air mineral dalam kemasan, konsumen dituntut untuk lebih selektif dalam memilih dan menentukan merek air mineral tersebut yang akan dibeli.

Konsumen dituntut mempelajari dan mengevaluasi merek untuk dijadikan pedoman dalam menentukan keputusan pembelian dimana jika konsumen puas dengan suatu merek produk tertentu maka konsumen memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang produk minuman tersebut. Selanjutnya, Kepercayaan merek (*brand trust*) suatu produk air mineral dalam kemasan akan terbentuk ketika konsumen merasa harapan yang diinginkan tercapai dan konsumen merasa puas terhadap produk tersebut. Dengan adanya kepercayaan merek, konsumen akan merasa nyaman terhadap produk tersebut dan akan menunjukkan kesetiaan produk dengan cara melakukan pembelian secara berkelanjutan. Selanjutnya, loyalitas merek (*brand loyalty*) merupakan cerminan loyalitas suatu konsumen pada suatu merek tertentu yang tercipta karena beberapa faktor yang mempengaruhi. Loyalitas merek terjadi karena adanya kepuasan konsumen akan suatu produk, sama halnya

---

<sup>18</sup>Indonesia, Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia, Loc.cit

<sup>19</sup>S. Budining Dyah, “*Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal (Studi Kasus Terhadap Merek Air Mineral Aqua)*”, (*Hukum Bisnis Volume 7 Nomor 13 Tahun 2007*), hlm. 5

dengan air mineral kemasan, konsumen tersebut mempunyai komitmen terhadap merek produk tersebut dan konsumen akan memiliki kecenderungan untuk meneruskan pembelian akan merek produk tersebut secara berkelanjutan.

Berikut ini adalah data tingkat persentase Air Mineral Kemasan yang sangat diminati oleh konsumen di Indonesia berdasarkan hasil dari *topbrand-award.com* dari tahun 2017-2020.

Merek Air Mineral Kemasan	<i>My-best.id</i> 2017-2018	<i>My-best.id</i> 2018-2019	<i>Mybest.id</i> 2019-2020
AQUA	73.3%	63.9%	61.0%
ADES	4.1%	7.6%	6.0%
AquaClub	4.5%	3.4%	5.1%
AquaTang	1.8%	3.2%	-
Cleo	-	2.7%	4.7%

Tabel 1: Tabel Tingkat Kesukaan Merek Air Mineral Kemasan

Sumber: *topbrand-award.com*

Melihat tabel diatas diperoleh informasi hasil dari *Top Brand Index* pada tahun terakhir yaitu 2019 bahwa air mineral merek AQUA berada pada tingkat *Top Brand Index* tertinggi dengan persentase 61.00%. Di peringkat kedua air mineral merek ADES memperoleh tingkat persentase sebanyak 6.00%, sedangkan pada peringkat ketiga dan keempat air mineral merek AquaClub & AquaCleo memperoleh tingkat *Top Brand Index* dengan persentase 5.1%.dan 4.7%. Melihat hal tersebut, maka produk air mineral seperti ADES, AquaClub, AquaTang, AquaCleo, dan sejenisnya berusaha menaikkan tingkat kesukaan konsumen dengan cara pedagang di warung dan toko yang menjual produk minuman tersebut menggunakan kata AQUA sebagai brand dagangnya.

Namun, ternyata banyak terjadi suatu pelanggaran oleh produk air mineral kemasan lain dalam memakai kata AQUA dimana penggunaannya hanya bersifat keuntungan pribadi bukan keuntungan bersama, serta bersifat kepentingan komersial demi memenuhi target penjualan produknya tanpa mementingkan dan memikirkan untuk pemberian royalti kepada produsen AQUA. Padahal pemberian royalti merupakan salah satu unsur dari pemberian lisensi penggunaan nama dari suatu produsen pemilik hak eksklusif nama dan kata tersebut.

Perlu dijelaskan bahwa suatu merek yang sering dilihat oleh konsumen mempunyai fungsi untuk memberi tanda pengenal barang, guna membedakan barang seseorang atau perusahaan dengan barang orang atau perusahaan lain serta untuk melakukan persaingan yang ketat di pasaran dengan produk yang sejenisnya. Disamping itu ada tujuan-tujuan lain dilihat dari pihak produsen, pedagang dan konsumen. Dari pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksi, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya atau hal-hal yang pada umumnya berkenaan dengan teknologinya. Bagi pedagang, merek digunakan untuk mempromosikan dagangannya guna meningkatkan penjualan dan meluaskan pasaran. Dari pihak konsumen, merek diperlukan untuk mengadakan pilihan mana yang terbaik dan disukai terhadap barang yang akan dibeli.<sup>20</sup>

Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mengatur tentang jenis-jenis merek, yaitu sebagaimana tercantum dalam pasal 1 butir 2 dan 3 yaitu merek dagang dan merek jasa. Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, bahwa yang dimaksud dengan Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

Pada prinsipnya, pendaftaran atas merek merupakan salah satu bentuk perlindungan dari Undang-Undang Merek, karena sistem yang digunakan di Indonesia adalah *first to file principle*,<sup>21</sup> siapa yang mendaftarkan pertama maka yang bersangkutan berhak atas merek tersebut dan akan mendapatkan hak eksklusifnya selama 10 (sepuluh) tahun dengan konsekuensi tidak ada seorang pun yang boleh menggunakan merek tersebut untuk kepentingan komersial dari hak eksklusif tersebut tanpa seizin pemilik atau pemegang hak merek suatu produk. Berdasarkan ketentuan yang berlaku pada Pasal 3 UU Merek, bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif pemilik merek terdaftar yang diperoleh dari negara. Dengan

---

<sup>20</sup> Ahmadi, Miru, *Hukum Merek : Cara Mudah Mempelajari Undang-undang Merek*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 5

<sup>21</sup> B.A. Tim Lindsey et al., *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, (Bandung: Asian Law Group Pty Ltd & PT. Alumni, 2002), hlm. 201

kata lain, diperolehnya hak atas merek adalah sebagai satu konsekuensi telah didaftarkan merek tersebut pada Kantor Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual.<sup>22</sup>

Dengan demikian, pelanggaran terhadap hak eksklusif suatu produk yang telah terdaftar tidak dibenarkan menurut undang – undang merek yang berlaku seperti halnya kata AQUA yang telah didaftarkan secara resmi oleh pemilik AQUA sebagai badan hukum usaha yang pertama kali memiliki/memegang hak nama tersebut dalam pendaftaran merek di kantor Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual dimana pemilik AQUA mendapatkan hak eksklusif terhadap kata tersebut selama 10 (sepuluh) tahun dengan konsekuensi tidak ada produk air mineral lain manapun yang boleh menggunakan merek tersebut untuk kepentingan komersial dari hak eksklusif tersebut tanpa seizin pemilik atau pemegang hak merek AQUA tersebut bila ingin menggunakan kata tersebut diharuskan produk air mineral lain berkewajiban membayar royalti selama 10 tahun kepada pemilik AQUA sehingga jika di kemudian hari atau saat ini telah terjadi pelanggaran kata tersebut maka produk air mineral lain wajib dikenakan sanksi yang memberatkan dan bersifat jera baik berupa hukuman pidana maupun hukuman perdata oleh pemohon gugatan atas pelanggaran terhadap hak eksklusif kata AQUA tersebut berdasarkan peraturan merek Indonesia.

Pendaftaran adalah syarat mutlak bagi seseorang jika merek produk tersebut diakui secara sah bahwa ia adalah pemilik dari merek produk tersebut dan berhak mendapat perlindungan hak merek. Pasal 72 ayat (1) Undang-Undang Merek menjelaskan bahwa merek memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap orang atau badan hukum yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan mereknya. Gugatan tadi di dalam Pasal 72 ayat (2) Undang-Undang Merek 2001 diajukan melalui Pengadilan Niaga.

Agar tuntutan ganti rugi memenuhi syarat sebagai dalil gugatan, maka harus memenuhi 3 (tiga) unsur yaitu:<sup>23</sup>

- a. Merek yang digunakan tergugat mempunyai persamaan pada pokoknya atau pada keseluruhan dengan merek orang lain.
- b. Merek orang lain itu sudah terdaftar
- c. Penggunaan tanpa hak.

Ganti rugi materiil berupa kerugian yang nyata dan dapat dinilai dengan uang sedangkan ganti rugi immaterial berupa tuntutan ganti rugi yang disebabkan oleh pemakaian

---

<sup>22</sup> Indonesia, Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia, Direktor, *Loc.Cit.*

<sup>23</sup> Pasal 100 ayat 2 Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

merek dengan tanpa hak. Oleh karena itu, sepanjang mengenai tuntutan ganti rugi yang didasarkan kepada peristiwa di atas berlaku juga ketentuan yang termuat di dalam KUH Perdata yang berfungsi sebagai *Lex Generalis* sedangkan Undang-Undang Merek No. 15 tahun 2001 itu sendiri berfungsi sebagai *Lex Specialis*.

Tuntutan pidana atas sengketa merek berdasarkan ketentuan Pasal 90 Undang-Undang Merek menyatakan bahwa, “Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik orang lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama lima tahun dan denda paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).<sup>24</sup>Seorang pemilik merek atau penerima lisensi atas sebuah merek dapat menuntut seseorang yang tanpa izin baik secara perdata maupun pidana, dimana telah menggunakan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain yang berhak atas merek tersebut.

Melihat pelanggaran kata AQUA yang dilakukan oleh produk air mineral kemasan lain yang belakangan baru-baru muncul beredar dalam masyarakat pada tahun 2017-2020 sebagai pesaing yang serius bagi produk AQUA yang asli untuk memasarkan brandnya itu dapat dikisahkan dengan sifat manusia yaitu manusia itu pada dasarnya ingin memuaskan kepentingannya sendiri yaitu memelihara dan melestarikan diri atau kelompoknya sendiri dengan mencari kenikmatan dan mengelakan rasa sakit pada orang lain. Seseorang dikatakan bijaksana manakala orang tersebut mampu memaksimalkan keinginan – keinginan dari dalam dirinya untuk kelestarian dan kemakmuran serta kenyamanan dirinya sendiri dengan cara merugikan orang lain atau dengan kata lain manusia egois yang merugikan orang lain adalah manusia yang paling bijaksana.<sup>25</sup>

Jadi, banyaknya pelanggaran kata dari hak eksklusif suatu produk yang terjadi pada kasus merek salah satunya penyalahgunaan kata AQUA oleh produk air mineral selain AQUA agar dapat meningkatkan penjualan produknya tersebut maka ada beberapa cara untuk menyelesaikan permasalahan tersebut selain tuntutan secara perdata dan pidana yaitu non litigasi. Oleh karena itu, supaya terciptanya proses penyelesaian suatu sengketa tersebut yang efektif melalui non litigasi, prasyarat yang harus dipenuhi oleh kedua pihak harus bersama-sama memperhatikan atau menjunjung tinggi hak untuk mendengar dan hak untuk di dengar. Ada 3 (tiga) faktor utama yang mempengaruhi proses penyelesaian sengketa, yaitu :

- a. Kepentingan (*interest*);

---

<sup>24</sup> Pasal 90 Undang – Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Hak Merek

<sup>25</sup>Ata Ujan, Andrea, *Filsafat Hukum: Membangun Hukum, Membela Keadilan*, (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hlm. 87

- b. Hak -hak (*rights*); dan
- c. Status kekuasaan (*power*).

## **2. Perlindungan Hukum Merek Aqua Bila Terjadi Penyalahgunaan Pemakaian Kata Aqua**

Sebelum meneliti perlindungan hukum merek AQUA, maka ada baiknya diketahui dahulu tentang perlindungan merek suatu barang menurut hukum yang berlaku. Perlindungan merek menurut hukum yang berlaku ditujukan pada subjek hukum dan objek hukum. Objek hukum menurut pasal 499 BW, yakni benda. Benda adalah segala sesuatu yang berguna bagi subjek hukum atau segala sesuatu yang menjadi pokok permasalahan dan kepentingan bagi para subjek hukum atau segala sesuatu yang dapat menjadi objek dari hak milik. Berdasarkan pasal 503-504 BW disebutkan bahwa benda dapat dibagi menjadi yakni:

- a. Benda yang bersifat kebendaan (berwujud) adalah suatu benda yang sifatnya dapat dilihat, diraba, dan dirasakan dengan panca indra.
- b. Benda yang bersifat tidak kebendaan (tidak berwujud) adalah suatu benda yang hanya dirasakan oleh panca indra saja (tidak dapat dilihat) dan kemudian dapat direalisasikan menjadi suatu kenyataan, contoh merek perusahaan, paten, ciptaan musik yang termasuk dalam jenis Hak Kekayaan Intelektual. Hak Kekayaan Intelektual, mempunyai manfaat ekonomi yang cukup tinggi, maka HKI ditinjau dari segi perusahaan merupakan aset perusahaan termasuk pada aset benda bergerak yang tidak berwujud.<sup>26</sup>

Atas dasar perjanjian HKI salah satunya Hak Merek, suatu perusahaan dapat memberikan izin untuk menikmati manfaat unsur-unsur perjanjian merek ekonomi kekayaan intelektual yang dimilikinya kepada pihak lain. Unsur –Unsur perjanjian merek meliputi 4 unsur:

- a. Adanya subjek hukum, yaitu pemberi dan penerima perjanjian
- b. Adanya lisensi atas merek barang atau jasa
- c. Untuk jangka waktu tertentu
- d. Adanya pembayaran royalti.<sup>27</sup>

Kemudian, melihat tentang eksistensi AQUA terlihat bahwa pada mulanya AQUA adalah sebuah merek air minum dalam kemasan yang diproduksi oleh PT Aqua Golden

---

<sup>26</sup> Pasal 503 – 504 KUH Perdata

<sup>27</sup> Susilowati, Ety, *Hak Kekayaan Intelektual dan Kontrak Lisensi HKI*, (Semarang: Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, 2012), hlm. 3

Mississippi Tbk di Indonesia sejak tahun 1973. Selain di Indonesia, Aqua juga dijual di Malaysia, Singapura, dan Brunei Darussalam. Aqua adalah merek air minum dalam kemasan dengan penjualan terbesar di Indonesia dan merupakan salah satu merek air minum dalam kemasan yang paling terkenal di Indonesia, sehingga telah menjadi seperti merek generik untuk air minum dalam kemasan. Saat ini, terdapat 14 pabrik yang memproduksi Aqua dengan kepemilikan berbeda-beda (3 pabrik dimiliki oleh PT Tirta Investama, 10 pabrik dimiliki oleh PT Aqua Golden Mississippi, dan pabrik di Brastagi, Sumatera Utara dimiliki oleh PT Tirta Sibayakindo).<sup>28</sup>

Sejak tahun 1998, AQUA sudah dimiliki oleh perusahaan multinasional dalam bidang makanan dan minuman asal Perancis, Grup Danone, hasil dari penggabungan PT Aqua Golden Mississippi dengan Danone. Aqua Group didirikan oleh Tirta Utomo (1930-1994), warga asli Wonosobo yang setelah keluar bekerja dari Pertamina, dan bekerja di Petronas, mendirikan usaha air minum dalam kemasan. Jadi, tak heran makin banyaknya produk air mineral baru seperti ADES, AquaTang, Cleo, AquaVit, AquaPrima dan sejenisnya yang muncul di tahun 2000-an dengan menggunakan kata kiasan AQUA sebagai brand dagang produk air mineral mereka supaya mereka dapat bersaing dengan nilai kualitas AQUA asli yang telah populer di masyarakat.

Melihat hal ini, peneliti memperhatikan bahwa dalam pemasaran suatu merek yang sudah memiliki eksistensi kata kiasan seperti halnya kata AQUA di Negara lain maupun Negara Indonesia sendiri maka produsen AQUA yang asli sebagai pemlik kata kiasan tersebut harus memiliki perlindungan hukum agar kata kiasan AQUA dapat memberikan keuntungan royalti yang besar jumlahnya kepada produsen AQUA yang asli apabila kata kiasan AQUA digunakan secara tertulis oleh produsen non AQUA baik domestik maupun luar negeri. Perlindungan hukum yang dapat dilakukan adalah mengacu pada Pasal 11 UU No. 15 Tahun 2001 yakni tentang permohonan pengajuan merek dengan hak prioritas :

“Sebuah permohonan dengan menggunakan Hak Prioritas harus diajukan dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran Merek yang pertama kali diterima di negara lain, yang merupakan anggota *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* atau anggota *Agreement Establishing the World Trade Organization*.

Tidak hanya itu, perlindungan merek agar mendapat kepastian hukum dapat juga dilakukan dengan mengacu pada pasal 4 UU No. 20 Tahun 2016 yakni:

---

<sup>28</sup><https://getuk.wordpress.com/2006/12/22/aqua-golden-mississippi-2/> (diakses pada hari Jumat, 16 Oktober 2020 pukul 11.00 wib)

- (1) Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.
- (2) Dalam permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:
  - a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
  - b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
  - c. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
  - d. warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
  - e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
  - f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- (3) Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
- (4) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label Merek dan bukti pembayaran biaya.
- (5) Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
- (6) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut.
- (7) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
- (8) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pada pendaftarannya.
- (9) Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Jadi, dalam perlindungan hukum merek AQUA bila terjadi penyalahgunaan pemakaian kata AQUA, maka produsen non AQUA tersebut harus mengadakan perjanjian lisensi merek dengan produsen AQUA yang asli supaya pihak produsen AQUA yang asli tidak merasa dirugikan ini mengacu pada pemberian lisensi yang telah diatur dalam Pasal 42 UU No. 20 Tahun 2016 yang berbunyi :<sup>29</sup>

- (1) Pemilik Merek terdaftar dapat memberikan Lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan Merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa.

---

<sup>29</sup> Lihat Pasal 42 UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

- (2) Perjanjian Lisensi berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, kecuali bila diperjanjikan lain.
- (3) Perjanjian Lisensi wajib dimohonkan pencatatannya kepada Menteri dengan dikenai biaya.
- (4) Perjanjian Lisensi sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dicatat oleh Menteri dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Upaya hukum yang dapat digunakan dalam kasus pelanggaran hak eksklusif kata AQUA oleh produk air mineral lain saat ini, yaitu:

1. Langkah pertama yang dapat dilakukan oleh pemilik merek yang sah, yaitu pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan kepada pengadilan Niaga terhadap pihak yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau seluruhnya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa gugatan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Dalam pengaturan lisensi, selain pemilik merek, penerima lisensi (*license*) mereka terdaftar dapat mengajukan gugatan baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan pemilik merek terdaftar tersebut. Dalam masa pemeriksaan dan dalam rangka untuk mencegah kerugian secara lebih besar, atas permohonan pemilik merek atau penerima lisensi selaku penggugat, hakim dapat memerintahkan tergugat untuk menghentikan produksi, peredaran, dan/atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek tersebut tanpa hak. Terhadap tuntutan penyerahan barang kepada tergugat, hakim dapat juga memerintahkan bahwa penyerahan barang tersebut dapat dilaksanakan, setelah adanya putusan pengadilan yang mempunyai kekuatan hukum tetap.

## 2. Pengajuan Kasasi

Terhadap putusan pengadilan Niaga, penyelesaian sengketa merek dapat diajukan ke kasasi. Tata cara mengajukan permohonan kasasi sebagai berikut:

- a. Permohonan kasasi, diajukan paling lama 14 (empat belas) hari setelah tanggal putusan yang dimohonkan kasasi diucapkan atau diberitahukan kepada para pihak dengan mendaftarkan kepada panitera yang telah memutuskan gugatan tersebut.
- b. Pemohon kasasi sudah harus menyampaikan memori kasasi kepada panitera dalam waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal permohonan kasasi didaftarkan.

- c. Panitera wajib mengirimkan permohonan kasasi dalam waktu paling lama 2 (dua) hari setelah permohonan kasasi didaftarkan.
- d. Termohon kasasi dapat mengajukan kontra memori kasasi kepada panitera paling lama 7 (tujuh) hari setelah tanggal termohon kasasi menerima memori kasasi dan selanjutnya panitera wajib menyampaikan kontra memori kasasi kepada pemohon kasasi paling lama 2 (dua) hari setelah kontra memori kasasi diterima panitera.
- e. Setelah kontra memori disampaikan kepada pemohon kasasi, panitera wajib menyampaikan berkas perkara kasasi yang bersangkutan kepada Mahkamah Agung paling lama 7 (tujuh) hari.
- f. Mahkamah Agung wajib mempelajari berkas perkara kasasi dan menetapkan hari sidang paling lama 2 (dua) hari setelah tanggal permohonan kasasi diterima oleh Mahkamah Agung.
- g. Sidang acara pemeriksaan atas permohonan kasasi dilakukan paling lama 60 (enam puluh) hari setelah tanggal pemohon kasasi diterima oleh Mahkamah Agung.
- h. Putusan atas permohonan kasasi diterima oleh Mahkamah Agung dan putusan tersebut harus diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum.
- i. Panitera Mahkamah Agung wajib menyampaikan isi putusan kasasi kepada panitera paling lama 3 (tiga) hari setelah tanggal putusan atas permohonan kasasi.
- j. Juru sita selanjutnya wajib menyampaikan isi putusan kasasi kepada pemohon dan termohon kasasi paling lama 2 (dua) hari setelah putusan kasasi diterima.<sup>30</sup>

### 3. Penetapan Sementara

Penetapan sementara atau *injunction* ini merupakan hal baru dalam sistem hukum acara di Indonesia. Penetapan sementara ini adalah sistem yang sering diterapkan dalam *commonwealth legal system*. Sedangkan prinsip yang digunakan tetapi pada praduga tak bersalah dinamakan *presumption of innocence*. Perlunya penetapan sementara ini sebagai sarana atau upaya hukum bagi pemohon terhadap pihak yang melakukan tindakan/perlawanan hukum berdasarkan bukti yang cukup yang dapat merugikan pemohon gugatan pelanggaran merek.

---

<sup>30</sup> Firmansyah, Hery, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, Cetakan 1, 2011), hlm. 78.

Dengan begitu, maka pemilik sah dari merek AQUA yang asli dapat berbisnis secara sehat dan jujur dengan produsen air mineral lain yang menggunakan kata AQUA di label produksinya serta pihak produsen AQUA yang asli akan mendapatkan keuntungan royalti karena sudah adanya perjanjian pemberian lisensi diantara kedua belah pihak dimana produsen air mineral lain dapat bebas menggunakan kata AQUA secara tertulis di label produksinya selanjutnya jika keuntungan yang diterima berlebih dan mengalami peningkatan maka produsen air mineral lain diwajibkan memberikan royalti kepada produsen AQUA yang asli dengan nilai royalti yang telah ditentukan dalam Undang – Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Hak Merek maupun Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Namun, jika kedepannya ternyata dalam penjualan dan pemasaran air mineralnya oleh produsen air mineral lain terdapat pelanggaran kontrak lisensi merek yang dilakukan oleh produsen air mineral lain yakni tidak mau membayar royalti kepada produsen AQUA yang asli apabila penjualan air mineralnya sudah mencapai keuntungan yang berlebih dan mengalami peningkatan penjualan maka dapat dikenai sanksi represif bagi produsen air mineral lain oleh produsen AQUA yang asli melalui tuntutan hukuman perdata sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 72 dan Pasal 76 UU No. 15 Tahun 2001 maupun tuntutan hukuman pidana yang ketentuan hukumnya diatur dalam Pasal 90 UU No. 15 Tahun 2001 tentang Hak Merek.

Selain itu juga para pihak tersebut dapat menyelesaikan sengketa merek melalui badan arbitrase yang berwenang asal sebelumnya telah diperjanjikan berdasarkan hukum merek yang berlaku di Indonesia yakni Undang – Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Hak Merek maupun Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

## **D. Penutup**

### **1. Simpulan**

Mengenai penelitian tentang Perlindungan Merek Aqua Terhadap Pelanggaran Kata Aqua Oleh Produk Air Mineral Kemasan Lain maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat maka analisis pelanggaran terhadap kata AQUA yang disalahgunakan pemakaiannya oleh produk air mineral kemasan lain menurut Undang – Undang Merek adalah pelanggaran terhadap hak eksklusif suatu produk yang telah terdaftar tidak dibenarkan menurut undang – undang merek yang berlaku seperti halnya kata AQUA yang telah didaftarkan secara resmi oleh pemilik AQUA sebagai badan hukum usaha yang pertama kali memiliki/memegang hak nama tersebut dalam pendaftaran merek di kantor

Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual dimana pemilik AQUA mendapatkan hak eksklusif terhadap kata tersebut selama 10 (sepuluh) tahun dengan konsekuensi tidak ada produk air mineral lain manapun yang boleh menggunakan merek tersebut untuk kepentingan komersial dari hak eksklusif tersebut tanpa seizin pemilik atau pemegang hak merek AQUA tersebut bila ingin menggunakan kata tersebut diharuskan produk air mineral lain berkewajiban membayar royalti selama 10 tahun kepada pemilik AQUA.

Selanjutnya, hasil penelitian yang didapat berikutnya yaitu perlindungan hukum merek AQUA bila terjadi penyalahgunaan pemakaian kata AQUA adalah dengan dilakukannya suatu perlindungan hukum preventif terhadap kata AQUA tersebut dengan cara mengajukan permintaan pendaftaran pertama kali kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual terlebih dahulu oleh pemilik sah merek AQUA serta dilakukannya perlindungan hukum yang bersifat represif oleh pemohon gugatan atas pelanggaran terhadap hak eksklusif kata AQUA tersebut dengan cara meminta pihak yang berwenang untuk mengadili pelanggaran tersebut apabila ada produk air mineral kemasan lain yang telah menjiplak merek AQUA tersebut maka konsekuensinya berupa hukuman perdata di dalam Pasal 72 ayat (2) Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 maupun hukuman pidana di dalam Pasal 90 Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 berupa dipidana dengan pidana penjara paling lama lima tahun dan denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,-(satu miliar rupiah).

## **2. Saran**

Menyikapi permasalahan tersebut sebagaimana telah dibahas di atas maka penulis menyarankan beberapa hal sebagaimana berikut:

Bagi pejabat legislatif DPR yaitu pembuatan pengaturan mengenai sanksi hukum baik pidana maupun perdata terhadap pelanggaran hak merek barang maupun jasa sudah harus lebih dipertegas lagi dengan harapan kedepannya akan mampu mengurangi tingkat pelanggaran terhadap hak merek produk atau barang salah satunya hak merek air mineral kemasan dan hak merek barang lain sejenisnya.

Bagi pemerintah pusat yaitu supaya pemerintah pusat melalui penegak hukum yang berwenang dapat memberikan efek jera yang kuat baik hukuman pidana maupun hukuman perdata terhadap pelaku penjiplak merek barang maupun jasa karena efek jera tersebut dapat membagikan, memberikan, maupun menyebarkan rasa aman dan nyaman bagi pemilik sah merek barang maupun jasa tersebut dalam memasarkan produknya di pasaran. Sehubungan dengan beberapa hal tersebut, maka dipandang perlu untuk dilakukan suatu penyempurnaan lagi atas UU No. 15 Tahun 2001 dan UU No. 20 Tahun 2016 ke arah yang lebih baik

kedepannya dengan peraturan yang baru dimana cakupan isi sanksi dari peraturan tersebut dapat melebihi peraturan – peraturan yang sudah ada sebelumnya untuk memaksimalkan kebutuhan hukum yang memiliki rasa keadilan yang baik bagi semua pihak perihal sengketa merek dalam kehidupan bermasyarakat yang nantinya bersifat lebih majemuk dan heterogen.

## Daftar Pustaka

### Peraturan Perundang-Undangan:

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945  
Kitab Undang – Undang Hukum Perdata  
Republik Indonesia, Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014  
Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266, Tambahan Lembaran  
Negara Republik Indonesia Nomor 5599  
Republik Indonesia, Undang - Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen  
Republik Indonesia, Undang – Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Hak Merek  
Republik Indonesia, Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi  
Geografis  
Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1981 Tentang  
Hukum Acara Pidana

### Buku:

- Adisumarto, Harsono. 1990. *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten Dan Merek, Hak Milik Perindustrian (Industri Property)*, Jakarta: Akademika Pressindo  
Ahmadi, Miru. 2005. *Hukum Merek : Cara Mudah Mempelajari Undang-undang Merek*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada  
Ata Ujan, Andrea. 2009. *Filsafat Hukum: Membangun Hukum, Membela Keadilan*, Yogyakarta: Kanisius  
B.A. Tim Lindsey et al., 2002. *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, Bandung: Asian Law Group Pty Ltd & PT. Alumni  
Budi, Agus Riswandi dan M. Syamsudin. 2005. *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada  
Budi Maulana, Insani. 1997. *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Bandung: Citra Aditya Bakti  
C.S.T. Kansil. 1997. *Hak Milik Intelektual (Hak Milik Perindustrian dan Hak Cipta)*, Cetakan Pertama, Jakarta : PT. Sinar Grafika  
Ermansyah, Djaja. 2009. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika  
Firmansyah, Hery. 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Yogyakarta: Pustaka Yustitia  
Harahap, Yahya. 2009. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan UU No. 19 Tahun 1992*, Jakarta: Citra Aditya Bakti  
Mahmud Marzuki, Peter. 2013. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group  
Riswandi, Budi Agus. 2005. *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

### Karya Ilmiah:

- Agustine Kurniasih, Dwi. “Perlindungan Hukum Pemilik Merk Terdaftar Dari Perbuatan *Passing Off (Pemboncengan Reputasi) Bagian I*”, (Media HKI. Volume V. Nomor 6 Desember 2008)  
Disemadi, Hari Sutra. *Pembajakan Merek Dalam Tatanan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia.*, Jurnal Komunikasi Hukum, Vol. 6, No. 1, Februari 2020. Malang: Fakultas Hukum Universitas Brawijaya  
Ihamdi. *Perjanjian Kerjasama Waralaba antara PT. Raos Aneka Pangan dengan Ny. Hj. Maryenik Yanda*. JOM, Jurnal FH Riau Vol. 1 (No. 2 Oktober). (Fakultas Hukum Riau, 2014)

- Pentakosta, Kimham. “*Tindakan Passing Off Terhadap Merek Dalam Pemakaian Nama Perseroan Terbatas Di Indonesia*”, *Syiah Kuala Law Journal* Vol. 4, No. 1, April 2020. Aceh: Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala
- Putra, Fajar Nurcahya Dwi. J. “*Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*” *Jurnal Ilmu Hukum* Edisi: Januari - Juni, (Surabaya: Untag, 2014)
- Prasetyo, Hadi Purwandoko. 2007. *Selayang Pandang Hak Cipta, Merek, dan Paten*. Makalah. Disampaikan dalam Pembinaan Hak Kekayaan Intelektual/Merek dagang bagi Industri Kecil/Menengah di Ruang Sidang Gedung Hapsari, 13 Juni 2007, Kerjasama Pusat Pengembangan dan Pelayanan HKI Lembaga Penelitian dan Pengabdian UNS dan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Penanaman Modal Sukoharjo
- R.M.P.Karina, dan R.Njatrijani, “*Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Ikea Atas Penghapusan Merek Dagang*”, *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, vol. 1, no. 2, May 2019. Semarang: Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro
- S. Yuliana Wahyurungsih, “*Diskursus Tentang Merek dan Domain Name Batasan Dan Ruang Lingkup Dan Aturan Main Yang Berlaku Di Indonesia*”, *Hukum Bisnis Volume 24 Nomor 1 Tahun 2005*
- Satino, Sulastri, Yuliana. ,*Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Merek Dagang antara Tupperware vs Tulipware)*, Jakarta: Program Studi Ilmu Hukum UPN Veteran Jakarta, 2018
- Sukro, Ahmad Yakub. “*Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Terkenal Atas Tindakan Passing Off Pada Praktek Persaingan Usaha*”, *Syiah Kuala Law Journal* *Vol. 16, No.1, 2016*. Semarang: Fakultas Hukum Universitas Diponegoro
- Susilowati, Ety. *Hak Kekayaan Intelektual dan Kontrak Lisensi HKI*, (Semarang: Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, 2012)
- Zoelva, Hamdan. “*Globalisasi dan Politik Hukum HaKP*”, *Jurnal Law Review*, Vol X No. 3 Maret 2011, Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan

**Sumber Lainnya:**

- \_\_\_\_\_, <https://getuk.wordpress.com/2006/12/22/aqua-golden-mississippi-2/> diakses tanggal 16 Oktober 2020