

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan adanya telekomunikasi dapat diketahui sebuah informasi dan dapat berbicara tanpa mengenal batas dimana dan kapanpun. Salah satu teknologi dibidang komunikasi yang paling praktis adalah telepon seluler (yang selanjutnya di sebut *handphone*). *Handphone* saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, sebagai sarana komunikasi

Kepemilikan *handphone* tidak hanya didasarkan pada fungsi utama *handphone* sebagai alat komunikasi, tetapi kelengkapan fitur-fitur serta desain produk juga menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam memilih jenis atau merek *handphone* yang akan dibeli atau digunakan.

Konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian. Ini disebabkan barang yang diproduksi maupun yang dijual oleh pelaku usaha¹ akan dikonsumsi oleh konsumen sehingga pelaku usaha harus memiliki itikad baik dalam menjual barang kepada konsumen. Setiap pelaku usaha berkewajiban memperhatikan kepentingan konsumen agar tidak merugikan konsumen setelah membeli barang dari pelaku usaha. Selain pelaku usaha, pemerintah dituntut aktif dalam membuat, menyesuaikan, dan mengawasi pelaksanaan peraturan yang berlaku sehingga melindungi kepentingan konsumen sebagaimana yang diatur dalam Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang

¹ Pasal 3 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha yang dimaksud adalah termasuk perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain.

perlindungan konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Hal ini juga sejalan dengan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (yang selanjutnya disebut UUD RI 1945) Pasal 27 Ayat 1 bahwa “segala warga negara bersamaan kedudukannya dalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya”.²

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab. Konsumen perlu menyadari ada hak yang dilindungi oleh UUPK sehingga dapat melakukan sosial kontrol terhadap perbuatan dan perilaku pengusaha dan Pemerintah. Lahirnya UUPK diharapkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia dapat lebih diperhatikan.

Pelaku usaha saat ini tidak jarang yang peduli terhadap hak-hak konsumen karena pelaku usaha hanya mementingkan keuntungan pribadi sendiri. Ketika konsumen telah melakukan transaksi jual-beli dan kewajiban konsumen membayar barang yang telah dibeli, tidak jarang barang yang telah dibeli tidak memuaskan atau tidak sesuai dengan keinginan pembeli ketika pembeli sudah sampai di rumah.

Para pelaku usaha akan mencari keuntungan yang setinggi tingginya sesuai dengan prinsip ekonomi, yakni semakin kecil pengeluaran dan semakin besar

²Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010), Hlm. 23-24.

pemasukan.³ Dalam mencari keuntungan yang setinggi-tingginya itu pelaku usaha harus bersaing dengan pelaku usaha yang lain supaya usahanya berkembang pesat tanpa menghiraukan kerugian konsumen.

Perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 Angka 1 UUPK bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Undang-undang ini sangat jelas untuk menjadi sarana perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen. Adapun tujuan perlindungan konsumen adalah:⁴

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Banyak pelaku usaha beralih pada sistem *online* yaitu penjual maupun pembeli kali ini tidak bertemu secara langsung dan barang yang diperjualbelikan hanya berbentuk sebuah tulisan-tulisan dan gambar yang

³ *Ibid*, hlm. 2.

⁴ Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 382).

menjelaskan spesifikasi dari barang yang akan diperjualbelikan dengan cara mengakses sistem produk yang diinginkan dalam jaringan internet.⁵

Seperti halnya *handphone* tidak asli (selanjutnya disebut *handphone supercopy*) meskipun pelaku usaha mengatakan asli, konsumen tidak mengetahui bahwa *handphone* tersebut tidak asli karena memiliki kemiripan dengan *handphone* yang asli/*original*.

Handphone Supercopy memiliki kemiripan (99 persen) dengan berdasarkan ketajaman layar, resolusi dan *Operating System* (OS) yang sama. Baik dalam pemilihan bahasanya juga tersedia pilihan bahasa Indonesia, semua tulisan, termasuk aksesorisnya.

Pemahaman yang harus dibentuk ketika tanda atau logo yang dilindungi oleh Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (yang selanjutnya disebut UU Merek) menempatkan merek sebagai hak kekayaan intelektual adalah kelahiran hak atas merek yang diawali dengan: desain logo maupun huruf. Dalam merek, bukan hak atas ciptaan itu yang dilindungi tetapi merek itu sendiri sebagai tanda pembeda.⁶

Merek sebagaimana diatur dalam UU Merek Pasal 1 menyebutkan bahwa merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi unsur yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

⁵ H.A. Imam Mawaedi, *E-commerce Revolusi Baru Dunia Bisnis*, (Surabaya: Akana Press, 2000), Hlm. 13.

⁶ O.K.Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hlm. 330.

Handphone supercopy mirip dengan merek aslinya menimbulkan permasalahan yang perlu mendapatkan kajian terkait dengan penggunaan merek-merek terkenal. Merek saat ini bukan hanya satu nama simbol melainkan merek memiliki aset kekayaan yang besar. Merek yang dipilih secara hati-hati merupakan aset bisnis untuk sebagian perusahaan.⁷

Dalam konteks perlindungan konsumen *handphone supercopy* yang sama dengan aslinya tetapi mendapat software yang berbeda sehingga konsumen merasa dirugikan. Dari uraian diatas, penulisan skripsi ini mengkaji keterkaitan antara keberadaan *handphone supercopy* dikaji lebih dalam lagi dapat diangkat menjadi tema penelitian yang berjudul **“Tinjauan Yuridis Merek Pada Handphone Supercopy Menurut Undang-Undang Merek Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah merek yang terdaftar pada *handphone supercopy* dapat diklafikasikan sebagai pelanggaran UU Merek?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang membeli *handphone supercopy* dengan merek terkenal?

1.3 Tujuan Hukum

1. Untuk mengetahui kwalifikasi pelanggaran terhadap merek yang terdapat pada *handphone supercopy* menurut undang-undang merek.

⁷ Sutiman Wijaya, *10 Merek Paling Terkenal di Dunia*, (Jakarta: Pustaka Bangsa Press. 2008), hlm. 2.

2. Untuk mengetahui pihak yang bisa digugat oleh konsumen yang telah dirugikan.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara garis besar terdapat dua manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini. Manfaat penelitian ini, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan wacana Hukum Perlindungan Konsumen dan Hak Kekayaan Intelektual, dalam hal ini terkait hak konsumen dan perlindungan atas merek.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- 1) Memberikan motivasi kepada penelitian selanjutnya, untuk menganalisa lebih dalam terkait permasalahan Hukum Perlindungan Konsumen dan Hak Kekayaan Intelektual.
- 2) Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam tulisan ini.
- 3) Memberikan jawaban bagi pemecahan masalah terkait *handphone supercopy*.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan penyelidikan yang berlangsung menurut suatu rencana tertentu. Langkah-langkah yang diambil harus jelas serta ada pembatasan-

pembatasan tertentu untuk menghindari jalan yang menyesatkan dan tidak terkendalikan.⁸

1.5.1 Jenis Penelitian

Jenis penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian hukum normatif. Pertimbangannya bahwa titik tolak penelitian yang didasarkan terhadap peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan judul karya ilmiah ini. Penelitian ini didasarkan pada analisis terhadap bahan hukum, baik bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder sesuai dengan permasalahan dalam skripsi ini.

1.5.2 Pendekatan Masalah

Penelitian ini merupakan penelitian normatif yang menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.⁹

1.5.3 Bahan Hukum

Bahan hukum dalam suatu penelitian dapat diuraikan sebagai berikut.¹⁰

1) Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer adalah bahan hukum yang terdiri atas perundang-undangan yang diurut berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia yaitu:

⁸ Johny Ibrahim, *Teori & Metodologi penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia, 2010), hlm. 294.

⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: kencana, 2011) hlm. 93

¹⁰ Johny Ibrahim, *Op. Cit.*, hlm. 295

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
 2. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.
- 2) Bahan Hukum Sekunder
- Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang terdiri atas buku-buku teks (*textbooks*) yang ditulis para ahli hukum yang berpengaruh (*de herseende leer*), pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, yurisprudensi dan hasil-hasil symposium mutakhir yang berkaitan dengan topik penelitian.¹¹
- 3) Bahan Hukum Tersier
- Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yaitu kamus hukum, *encyclopedia* dan lain-lain.

1.5.4 Analisis Bahan Hukum

Langkah-langkah yang berkaitan dengan pengolahan terhadap bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan untuk menjawab isu hukum yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah¹² yaitu mengenai tinjauan yuridis mengenai *handphone supercopy* dianalisis berdasarkan penalaran deduksi yang menjabarkan dari umum ke khusus.

¹¹*Ibid*, hlm. 296

¹²*Ibid*, hlm. 297

1.6 Pertanggung Jawaban Sistematika

Pertanggungjawaban sistematika adalah uraian logis mengenai sistematis susunan bab dan subbab untuk menjawab uraian terhadap pembahasan permasalahan yang dikemukakan (isu hukum/*legal issues*) selaras dengan tema sentral yang direfleksikan dalam suatu judul penelitian dan rumusan permasalahannya.¹³ Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini dibagi menjadi 4 (empat) bab yaitu :

Bab I (Pendahuluan). Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan pertanggungjawaban sistematika.

Bab II (Tinjauan Pustaka). Bab ini memuat mengenai landasan teori yang bersifat teoritis dan didapat dari berbagai sumber, yang didalamnya terdapat teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam skripsi ini antara lain: tanggung jawab penjual, kewenangan distributor, perjanjian Jual-beli, pengaturan *handphone supercopy*.

Bab III (Pembahasan). Bab ini membahas tentang permasalahan-permasalahan pokok yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, yakni mengenai tinjauan yuridis mengenai *handphone supercopy* menurut beberapa peraturan perundang-undangan.

Bab IV (Penutup). Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan ringkasan jawaban dari permasalahan yang dianalisis sedangkan saran

¹³*Ibid*

adalah kritikan, solusi dan sumbangsih pikiran yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan bahan dalam memecahkan permasalahan.