



Jurnal Ilmiah
WIDYA WACANA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA

Penanggung Jawab

Drs. Sutoyo, M.Pd (Dekan)

Penasehat

Dra. Sri Hartini, M.Pd (Wakil Dekan)

Pimpinan Redaksi

Drs. A. Roedy Koesdyantho, M.Pd

Dewan Penyunting

Dra. Lydia Ersta K, S.Pd., M.Pd, Anita Trisiana, S.Pd, MH
Sri Handayani, S.Pd, M.Hum, Ulupi Sitoresmi, SS,
Drs. Sugiaryo, SH., M.Pd., MH, Drs. Fadjeri,
CH. Evy Tri Widyahening, SS., M.Hum

Staf Redaksi

Anang Ruswanto, S.Pd
Sihono

Alamat Redaksi

Jl. Sumpah Pemuda No. 18 Joglo, Kadipiro, Surakarta
Phone./ Fax (0271) 851147

Pengantar Redaksi

Pada beberapa penerbitan Jurnal Widya Wacana Tercinta ini terjadi perubahan Bentuk, ukuran dan bahkan Cover, yang tujuannya untuk mulai mengarah pada bentuk standar yang ditentukan baik oleh LIPI maupun oleh Dirjen Dikti, selain itu juga memperhatikan gaya selingkung yang diharapkan oleh Universitas pada pemilik Jurnal ilmiah dilingkungan universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Pencinta Jurnal widya Wacana yang terhormat, pada Penerbitan volume 7 Nomor 3 September 2011 mengalami peningkatan yang signifikan peminatnya. Meskipun agak terlambat, namun keterlambatan tersebut bukanlah sebuah kelalaian, melainkan sebagai salah satu proses yang harus dilalui. Beberapa masukan dari tim Detaser juga sangat berharga untuk menambah cantiknya dari Jurnal terninta kita ini.

Banyaknya naskah yang masuk baik dari dosen di FKIP UNISRI, dari teman-teman dosen Fakultas di luar FKIP dan dari teman guru membuat dewan redaksi agak selektif dalam pemuatannya... Untuk itu kepada teman-teman yang naskahnya belum dimuat pada penerbitan kali ini untuk dapat bersabar.

Harapan redaksi adalah semoga penerbitan-penerbitan selanjutnya, Widya Wacana akan lebih tepat waktu dan semakin dapat menampung keinginan bagi pecinta Widya Wacana

September 2011

Redaksi

Daftar Isi

Vol. 7 Nomor. 3 September 2011

ISSN : 1907-5928

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELANGGARAN MERK DAGANG INDONESIA Dora Kusumastuti _____	236 - 242
BELAJAR DEMOKRATISASI DIRI DAN DEMOKRATISASI DALAM STRUKTUR Bejo Sukarno _____	243 - 250
CERITA MERUPAKAN SALAH SATU CARA MERUBAH PERILAKU ANAK Lydia Ersta Kusumaningtyas _____	251 - 258
DASAR-DASAR BIOLOGIS KULTURAL PERKEMBANGAN MANUSIA DIPENGARUHI OLEH LINGKUNGAN Ismoyowati _____	259 - 266
HUBUNGAN ANTARA ILMU DAN FILSAFAT Sugiaryo _____	267 - 271
MENGGAGAS NILAI-NILAI MULTIKULTURALISME DALAM MENGATASI PERMASALAHAN DUNIA PENDIDIKAN Anita Trisiana _____	272 - 277
PERANAN GURU BIMBINGAN KONSELING DALAM PEMBENTUKAN SIKAP DISIPLIN BELAJAR SISWA Hera Heru Sri Suryanti _____	278 - 283
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FKIP –UNISRI SURAKARTA TAHUN AJARAN 2010/2011 Siti Supeni _____	284 - 290
PENTINGNYA TINDAK TUTUR KESANTUNAN SISWA KEPADA GURU DALAM PROSES BELAJAR MENGAJAR Ch. Evy Tri Widyahening _____	291 - 298
KONSELING DAN TERAPI KOLABORATIF BERDASARKAN KOMPETENSI AR Koesdyantho _____	299 - 306



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PELANGGARAN MERK DAGANG DI INDONESIA**

Oleh : Dora Kusumastuti



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELANGGARAN MERK DAGANG DI INDONESIA

Oleh : Dora Kusumastuti

Abstract: Since Indonesia ratified the *Agreement Establishing the World Trade Organization* (WTO) and its attachments: Annex 1A, B, C: 2, 3, and 4, Indonesia is also tied up to legalize *Agreement Establishing the World Trade Organization* of the Uruguay round to the national legislation concerning to HaKI (Property Right). As one of developing countries, Indonesia is properly called as HaKI (Property Right) consumer and the developed countries are as the producers of HaKI (Property Right). Similar to the other developing countries having low economic growth and law enforcement, Indonesia also has problems with disobedience of HaKI (Property Right).

Key words: Disobedience of trade mark, law enforcement, HAKI (Property Right)

PENDAHULUAN

Sejak Indonesia meratifikasi *Agreement Establishing The World Trade Organization* (WTO) beserta lampiran-lampirannya: Annex 1A, B, C: 2, 3, dan 4, perlindungan HaKI secara internasional semakin ketat dan penegakan hukumnya dapat dilaksanakan melalui suatu badan yang bernaung di dalam system WTO. Pengaturan Internasional HaKI adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari system pengaturan HaKI Indonesia, standart HaKI Internasional telah menjadi sumber bagi hukum HaKI Indonesia (Rahmadi Usman, 2003).

Peran serta Indonesia secara langsung di dalam kerja sama hukum HaKI Internasional dimulai sejak tahun 1950. Pada saat perundingan putaran Uruguay yang salah satu komponennya adalah TRIPs. Perjanjian TRIPs baru-baru ini telah banyak menarik perhatian secara politis maupun akademis, dikarenakan karena sifat terobosannya dan sifat standarnya yang luas untuk diimplementasikan dalam system HaKI nasional, serta pengabungan hukum HaKI ke dalam aturan-aturan yang didasarkan pada perdagangan yang dibentuk WTO.

Adalah penting untuk menelaah TRIPs sebagai sesuatu dalam perspektifnya dan bukan menelaah TRIPs sebagai sesuatu yang berdiri sendiri. Keikutsertaan Indonesia dengan system Internasional adalah lebih luas daripada hanya menjadi perjanjian TRIPs dan WTO, dan TRIPs terus berlanjut dan berhubungan dan hubungan

perkembangan Internasional yang terpisah dari WTO

Pemerintah Negara maju seringkali menyatakan bahwa suatu system HaKI yang kuat akan menguntungkan Negara-Negara berkembang dengan alasan yaitu akan masuknya Investasi asing ke dalam suatu Negara dan dengan adanya Keayaan Intelektual akan merangsang Negara berkembang untuk menemukan teknologi dan kreativitasnya. Lain lagi dari sudut pandang Negara berkembang, banyak negara berkembang beranggapan bahwa manfaat pembaruaran hukum HaKI yang mereka lakukan justru hanya akan dinikmati oleh negara-negara pengekspor kekayaan intelektual. Negara berkembang biasanya hanya berperan sebagai konsumen, bukan produsen kekayaan intelektual, sehingga mereka harus melindungi secara ketat. Perusahaan-perusahaan di negara maju telah menghasilkan banyak kekayaan intelektual yang bernilai jual sangat tinggi di pasar global, seperti obat, piranti lunak computer, film, music, dan masih banyak lagi.

Negara berkembang adalah istilah yang umum digunakan untuk menjelaskan suatu negara dengan kesejahteraan material tingkat rendah. Karena tidak ada definisi tetap *negara berkembang* yang diakui secara internasional, tingkat pembangunan bisa saja bervariasi di dalam negara berkembang tersebut. Sejumlah negara berkembang memiliki standar hidup rata-rata yang

tinggi. Negara yang memiliki ekonomi yang lebih maju daripada negara berkembang lainnya, namun tidak sepenuhnya menampakkan tanda-tanda negara maju dikelompokkan dalam istilah *negara industry maju*. *Indonesia adalah merupakan salah satu negara berkembang di dunia*.

Sifat dan karakteristik maupun cirri dari negara berkembang di dunia mempunyai ciri sebagai berikut :

1. **Tingkat Pertumbuhan Penduduk Tinggi**
Tingkat penambahan penduduk di negara berkembang umumnya lebih tinggi dua hingga empat kali lipat dari negara maju. Hal ini disebabkan oleh tingkat pendidikan dan budaya di negara berkembang yang berbeda dengan di negara maju. Hal tersebut dapat mengakibatkan banyak masalah di masa depan yang berkaitan dengan makanan, rumah, pekerjaan, pendidikan, dan lain sebagainya.
2. **Tingkat Pengangguran Tinggi**
Akibat dari tingginya pertumbuhan penduduk mengakibatkan persaingan untuk mendapatkan pekerjaan menjadi tinggi. Jumlah tenaga kerja lebih banyak daripada kesempatan lapangan kerja yang tersedia dan tingkat pertumbuhan keduanya yang tidak seimbang dari waktu ke waktu.
3. **Tingkat Produktivitas Rendah**
Jumlah faktor produksi yang terbatas yang tidak diimbangi dengan jumlah angkatan kerja mengakibatkan lemahnya daya beli sehingga sektor usaha mengalami kesulitan untuk meningkatkan produksinya.
4. **Kualitas Hidup Rendah**
Akibat rendahnya tingkat penghasilan, masyarakat mengalami kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pokok, pendidikan, kesehatan, dll. Banyak yang kekurangan gizi, tidak bisa baca tulis, rentan terkena penyakit, dan lain sebagainya.
5. **Ketergantungan Pada Sektor Pertanian / Primer**
Umumnya masyarakat adalah bermata pencaharian petani dengan ketergantungan yang tinggi akan hasil sektor pertanian.
6. **Pasar & Informasi Tidak Sempurna**

Kondisi perekonomian negara berkembang kurang berkompetisi sehingga masih dikuasai oleh usaha monopoli, oligopoli, monopsoni dan oligopsoni. Informasi di pasar hanya dikuasai oleh sekelompok orang saja

7. **Tingkat Ketergantungan Pada Angkatan Kerja Tinggi**
Perbandingan jumlah penduduk yang masuk dalam kategori angkatan kerja dengan penduduk non angkatan kerja di negara sedang berkembang nilainya berbeda dengan dengan di negara maju. Dengan demikian di negara maju penduduk yang berada dalam usia nonproduktif lebih banyak bergantung pada yang masuk angkatan kerja.
8. **Ketergantungan Tinggi Pada Perekonomian Eksternal Yang Rentan**
Negara berkembang umumnya memiliki ketergantungan tinggi pada perekonomian luar negeri yang bersifat rentan akibat hanya mengandalkan ekspor komoditas primer yang tidak menentu.

PERUMUSAN MASALAH

1. Apakah factor ekonomi di negara berkembang dapat mempengaruhi pembajakan merk di Indonesia?
2. Faktor apa saja selain factor ekonomi yang mempengaruhi pembajakan merk di Indonesia?

PEMBAHASAN

Pengaruh Ekonomi Negara Berkembang Terhadap Pembajakan Merk di Indonesia.

Banyak definisi yang berkaitan dengan pembajakan produk seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Kemampuan inovasi pembajak juga semakin kreatif dengan dibantu kemampuan teknologi. Dalam terminology internasional, istilah pembajakan produk bermacam macam. Misalnya: *counterfeiting, piracy, imitation, grey product dan softlifting*. Secara umum, pembajakan produk didefinisikan sebagai upaya mengkopi/memalsu produk, bungkus dan konfigurasi yang berkaitan dengan produk tersebut, sehingga seperti produk aslinya, serta memasarkannya untuk keuntungan sendiri. (Anas hidayat, 2005) Menjual dan memproduksi produk bajakan adalah suatu tindakan kriminal

karena telah melakukan pelanggaran HaKI . Dalam satu dasawarsa terakhir, penegakan Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) atau *Intellectual Property Rights* (IPR) menjadi bagian yang sangat penting dalam bisnis internasional karena semakin banyak produk-produk yang berkaitan dengan HaKI menjadi komoditas dunia. Produk yang berkaitan dengan HaKI ini tidak lepas dengan perkembangan teknologi dunia yang sangat pesat, sehingga mendorong kemampuan berinovasi manusia juga semakin tinggi. Di samping itu produk yang berkaitan dengan HaKI juga memiliki nilai tambah yang sangat besar sehingga mempercepat pula kemampuan pengusaha mengeruk keuntungan besar dan mempercepat pengembalian modal investasi.

Banyak produk yang berkaitan dengan HKI memiliki '*brand*' dan '*image*' yang berasosiasi dengan budaya pop (*popculture*), terutama produk-produk dari Amerika Serikat, seperti Coca Cola, Polo, Nike, Adidas, McDonald, dan Marlboro. Produk-produk tersebut menjadi target para pembajak untuk mengeruk keuntungan dengan mendompleng nama besar produk tersebut. Ulah para pembajak juga merambah pada produk-produk farmasi yang memiliki keterkaitan langsung terhadap keselamatan manusia. Produk farmasi ini nampaknya menjadi target yang populer bagi pembajak. **Chaudhry & Walsh (1995)** menyebutkan angka 5% dari total penjualan dunia produk farmasi dibajak, dan hampir 70% produk farmasi yang dijual di Negara berkembang dalam bentuk produk bajakan.

Pembajakan memang marak di negara berkembang, dengan porsi yang terbesar ada di Asia. Upaya penangkal dari pemerintah setempat telah dilakukan dengan memberlakukan peraturan yang melindungi HaKI dan kesungguhan memberikan sanksi kepada pelaku pelanggaran HaKI. Namun pemberlakuan hukum yang berkaitan dengan HaKI tidak standar satu dengan lainnya, sehingga pemberlakuan penegakan hukum juga berbeda-beda. Misalnya China, Singapura, dan Indonesia telah memberlakukan UU HaKI dengan sanksi yang keras, tetapi aktifitas pembajakan nampaknya tidak pernah surut di ketiga Negara tersebut. Menurut Direktur Jenderal HaKI Departemen kehakiman RI, seperti

dikutip di atas, sulitnya pemberantasan pembajakan produk karena kelemahan penegakan hukum. Tetapi kelemahan penegakan hukum barangkali merupakan salah satu variable saja dari maraknya pembajakan. Masih ada banyak variable lain yang juga perlu dipertimbangkan, seperti sosial, budaya dan ekonomi. Pendeknya, memproduksi dan menjual barang bajakan merupakan tindakan kriminal karena melanggar hukum di hampir semua negara (Anas dan Hidayat KM, 2005)

Bisnis produk bajakan merupakan bisnis yang sangat jauh dari persaingan bisnis yang adil ketika dikaitkan dengan kompetisi perdagangan. Pabrik pemegang merek dan paten produk asli harus berkompetisi dengan yang lainnya melalui berbagai strategi marketing dan juga pengeluaran dana yang tidak sedikit, tetapi pembajak cukup mendompleng keberhasilan para pemegang merek dan paten tersebut dalam membangun image produk mereka. Pembajak juga tidak perlu melakukan investasi yang sangat mahal untuk keperluan kontrol kualitas, material yang berkualitas, riset dan pengembangan, dan pemasaran. Karenanya pembajak mampu menjual produknya jauh lebih murah dibandingkan produk yang asli. Kenyataan di atas menunjukkan juga bahwa pembajak mengabaikan kepentingan konsumen yang berkaitan dengan keselamatan.

Hasilnya adalah, pabrik pemegang merek asli dan pemerintah dirugikan. Bagi pabrik pemegang merek asli paling tidak akan menurunkan tingkat kepercayaan konsumen dan pemerintah kehilangan pemasukan dari pajak .

Faktor Lain yang Mempengaruhi Pembajakan Merk di Indonesia

Budaya Hukum

Budaya hukum atau kultur hukum merupakan salah satu unsur dari sistem hukum. Menurut *Satjipto Rahardjo*, budaya hukum merupakan nilai-nilai dan sikap masyarakat yang dapat mempengaruhi kerjanya hukum.

Menurut Lawrence Friedman (1975) budaya hukum dibedakan menjadi dua macam. Pertama '*internal legal culture*', yakni kultur hukumnya para *lawyer's dan judged's* dan *external legal culture*, yakni

kultur hukum masyarakat pada umumnya. Semua kekuatan sosial akan mempengaruhi bekerjanya hukum dalam masyarakat. Sikap masyarakat, salah satunya tidak melaksanakan produk hukum karena masyarakat mempunyai budaya hukum sendiri. Hukum sebagai sistem nilai dalam masyarakat kadang dipatuhi kadang tidak dipatuhi. Dalam suatu komunitas hukum kadang-kadang tidak selalu dipatuhi.

Hubungan antara hukum dan masyarakat, diungkapkan oleh H.L.A Hart, yang memperkenalkan tipe masyarakat yaitu *primary rules of obligation dan secondary rules of* (warasih, 2005) Dalam tipe masyarakat *primary* (sederhana, kecil) tidak dijumpai peraturan yang terperinci dan resmi. Tidak dijumpai adanya diferensiasi dan spesialisasi badan-badan penegak hukum. Karena komunitasnya kecil dan berdasarkan kekerabatan. Kontrol sosial bagi masyarakat ini sudah dapat berjalan efektif. Oleh karena itu tidak perlu peraturan yang terperinci dan resmi seperti undang-undang.

Budaya hukum menempati posisi yang strategis dalam menentukan pilihan perilaku dalam menerima hukum atau justru sebaliknya (menolak). Oleh karena itu suatu peraturan hukum akan diterima menjadi hukum apabila benar-benar diterima dan digunakan untuk masyarakat, dipengaruhi oleh budaya hukum masyarakat yang bersangkutan. Jadi budaya hukum masyarakat akan mempengaruhi efektifitas hukum dalam masyarakat.

Kasus pelanggaran merek yang terjadi di Indonesia sangat dipengaruhi oleh sikap dan pandangan masyarakat serta budaya hukum terutama para pelaku ekonomi. Pelaku ekonomi berbeda budaya hukumnya. Pelaku ekonomi yang mempunyai sikap dan pandangan yang maju dan mempunyai budaya hukum (kesadaran hukumnya baik), sehingga tidak akan melakukan pelanggaran hukum. Di lain pihak bagi pelaku ekonomi yang budaya hukumnya kurang baik akan melakukan pelanggaran hukum.

Upaya penegakan hukum di bidang merek terkait dengan kepentingan konsumen sebagai pihak yang juga harus dilindungi kepentingannya disamping kepentingan pemilik merek. Dari sekian banyak kasus pelanggaran merek, konsumen sebagai

pemakai barang dan jasa selalu pada pihak yang dirugikan. Peraturan di bidang merek secara tidak langsung memang melindungi kepentingan konsumen, akan tetapi fokus perlindungannya lebih ditunjukkan untuk melindungi kepentingan pemilik merek asli daripada melindungi kepentingan konsumen. Dalam hubungan tersebut kelahiran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dijadikan suatu tonggak penting dalam melindungi kepentingan konsumen. Atas dasar hal tersebut peraturan perundang-undangan di bidang merek dan di bidang perlindungan konsumen dapat digunakan secara terpadu. Misalnya dalam kasus pelanggaran merek konsumen dapat menggunakan hasil putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap sebagai dasar bagi gugatan kepada pihak yang telah melakukan pelanggaran merek, karena konsumen juga turut dirugikan dalam kasus tersebut. Kerugian konsumen disini terjadi karena ia telah memperoleh barang yang kualitasnya sering lebih rendah dari barang yang asli. Hal ini didasarkan atas asumsi bahwa konsumen telah memilih barang yang bersangkutan karena ia yakin akan jaminan kualitas yang diberikan oleh merek tersebut. Keberhasilan gugatan dari pihak konsumen terkait erat dengan upaya penegakan hukum di bidang merek itu sendiri.

Perlu ditegaskan, bahwa yang paling mengemuka dalam pengembangan hukum HaKI di Indonesia, khususnya merek saat ini adalah masih lemahnya penegakan hukum di bidang ini. Yang paling krusial dalam masalah penegakan hukum adalah dari segi aparat penegak hukum itu sendiri. Sering terlontar pernyataan di masyarakat mengenai bagaimana aparat penegak hukum di bidang merek dapat melakukan tugasnya secara maksimal bila pengetahuan dan pemahaman mereka akan **Hak Kekayaan Intelektual** (HaKI) itu sendiri masih minim. Ditambah lagi, kesadaran hukum masyarakat di bidang ini juga masih rendah. Rendahnya kesadaran hukum masyarakat terhadap hukum HaKI terutama terkait dengan budaya hukum dan tingkat sosial ekonomi juga mempengaruhi penegakan hukum di bidang ini. Sering terjadi kendala atau bahkan dilema bagi aparat penegak hukum, karena dalam banyak kasus pihak-pihak yang melakukan

pelanggaran **HaKI** adalah dari golongan ekonomi lemah. Mereka melakukan pelanggaran sebagian disebabkan karena ketidaktahuan. Selain itu juga ada anggapan bahwa memakai merek milik orang lain tanpa izin pemiliknya bukan suatu tindakan melanggar hukum.

Pelanggaran hak merek sedikit banyak juga terdorong oleh sikap konsumen itu sendiri. Anggapan di masyarakat bahwa pemakaian barang bermerek menunjukkan kelas sosial orang tersebut di masyarakat. Hal ini menyebabkan orang-orang lain juga berlomba-lomba ingin memiliki barang dengan merek tersebut, karena didorong oleh keinginan untuk mengidentifikasikan dirinya dalam kelompok sosial tersebut. Mereka terbentur pada kenyataan harga dari barang yang ada di luar kemampuan daya beli mereka. Satu-satunya jalan agar keinginannya terpenuhi yaitu dengan membeli barang yang menggunakan merek yang sama walaupun barang tersebut palsu/tiruan. Dari satu sisi pihak pemalsu maupun konsumen sama diuntungkan. Akan tetapi dari sisi pemilik merek yang asli dan sebagian konsumen, perbuatan tersebut jelas merugikan. Pihak pemilik merek asli dirugikan, karena permintaan akan produksi barangnya menjadi berkurang dan citra produknya menjadi turun di mata konsumen. Dan bagi sebagian konsumen, kebanggaan atas barang bermerek miliknya akan menjadi berkurang, karena ternyata barang-barang tersebut banyak dipalsu/ditiru di pasaran sehingga nilainya menjadi jatuh. Di samping itu ada kemungkinan konsumen juga akan terkecoh ketika membeli barang dengan merek palsu tersebut.

Bertitik tolak dari masalah ini, maka perlu ada pembatasan mengenai siapakah konsumen yang perlu dilindungi. Konsumen yang memerlukan perlindungan sebenarnya hanyalah konsumen yang beritikad baik yang membeli atau memilih barang atau jasa tertentu karena adanya jaminan kualitas yang diberikan oleh suatu merek. Dan pelanggaran atas merek yang perlu menjadi sasaran penegakan hukum adalah mereka yang dengan sengaja memalsu/meniru merek orang lain dengan maksud untuk mencari keuntungan secara mudah, padahal ia mengetahui bahwa perbuatannya akan menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

Setiap peraturan perundang-undangan selalu dilengkapi dengan sarana penegakan hukum, sehingga apabila terjadi pelanggaran terhadap aturan dimaksud penegakan hukum akan dilakukan terhadap pelanggarnya oleh aparat penegak hukum. Untuk ini penulis akan mengutip pendapat pakar hukum. Purwadi Purbacaraka berpendapat bahwa :Penegakan hukum adalah kegiatan menyerasikan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan di dalam kaidah hukum atau menilai secara mantap dan mengejawantahkan sikap tidak sebagai rangkaian nilai tahap akhir, yaitu menciptakan (sebagai “social engineering”), memelihara dan mempertahankan (sebagai “social control”) kedamaian pergaulan hidup manusia)

Pendapat senada disampaikan oleh Soerjono Soerkanto atas hal tersebut sebagai tersebut : *Secara konsensional, maka inti dan arti penegaan hukum terletak pada kegiatan menyerasikan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan kaidah yang mantap dan mengejawantah dan sikap tindak sebagai rangkaian perjabaran nilai tahap akhir untuk menciptakan, memelihara, dan mempertahankan kedamaian pergaulan hidup*

Kaidah hukum merupakan ketentuan mengenai apa yang seharusnya dilakukan dan apa yang seharusnya tidak boleh dilakukan. Apabila seseorang melakukan pelanggaran hukum, maka ia akan dikenakan sanksi. Pengenaan sanksi inilah yang membedakan kaidah hukum dengan kaidah sosial lainnya. Bila tercapai keserasian nilai-nilai yang terjabarkan dalam kaidah hukum tersebut, maka maksud dari penegakan hukum telah tercapai. Penegakan hukum pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan ketertiban dan kepastian hukum dalam masyarakat, sehingga masyarakat dapat memperoleh haknya, melaksanakan kewajibannya serta mendapat perlindungan dan pengayoman secara hukum sesuai dengan harapan masyarakat). hal ini berarti, kepastian hukum dan ketertiban dalam masyarakat hanya akan diperoleh apabila hukum ditegakkan.

Berhasil tidaknya upaya penegakan hukum, sedikit banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor atau unsur-unsur yang menurut penuturan Soerjono Soekanto ada 5 unsur

dari penegakan hukum, yaitu :

1. Faktor hukumnya sendiri, yang dibatasi pada Undang-Undang saja
2. Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum;
3. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum,
4. Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku;
5. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta, dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup).

Kelima faktor atau unsur tersebut, saling berkaitan dan saling mendukung. Bila ada salah satu unsur yang tidak terpenuhi, maka tujuan penegakan hukum tidak tercapai.

Hasil studi mengenai Reformasi Hukum di Indonesia juga memberikan kesimpulan yang sama, bahwa keberhasilan suatu penegakan hukum tidak tercapai dengan baik dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut (1) Isi peraturan perundang-undangan, (2) Sumber daya manusia, (3) Fasilitas pendukung, (4) Kelompok kepentingan dalam masyarakat, dan (5) Budaya hukum. Bertolak dari uraian di atas, maka keberhasilan penegakan hukum di bidang merek pun dipengaruhi oleh:

1. Substansi dari peraturan perundang-undangan di bidang merek itu sendiri;
2. Kesiapan dari aparat penegak hukum;
3. Tersedianya sarana penunjang yang cukup memadai;
4. Sikap masyarakat terhadap hukum merek.

Dari sisi substansi akan dilihat apakah pengaturan yang termuat dalam peraturan perundang-undangan bidang merek sudah cukup untuk mendukung upaya penegakan hukum di bidang ini. Kemudian kesiapan dari aparat penegak hukum yang meliputi pihak Kepolisian, PPNS dan Kejaksaan dalam menjalankan fungsinya. Hal ini terkait dengan masalah sumberdaya manusia. Disamping itu mengenai tersedianya sarana atau fasilitas pendukung cukup memadai yang turut mempengaruhi keberhasilan penegakan hukum di bidang merek

Terakhir mengenai sikap masyarakat terhadap hukum merek yang

yang berkaitan dengan budaya hukum. Dari ke empat faktor yang mempengaruhi keberhasilan penegakan hukum, faktor masyarakatlah yang paling rumit. Sikap menerima atau menolak terhadap hukum merek sangat ditentukan oleh kondisi-kondisi khusus yang ada dalam masyarakat, Misalnya faktor sosial ekonomi, dan masalah budaya hukum. Khusus mengenai budaya hukum perlu dikemukakan mengingat ada sementara pendapat yang menyatakan bahwa pengembangan HaKI di Indonesia bertentangan dengan budaya hukum Indonesia. Penegakan hukum dibidang merek dimaksudkan untuk memberi perlindungan kepada pemilik hak atas merek agar ia dapat dengan aman mengambil manfaat ekonomi atas hasil jerih payahnya, misalnya dalam memproduksi atau menjual barang atau jasa dengan merek tersebut. Sedangkan konsumen sebagai pemakai barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen atau pemilik hak atas merek dapat terhindar dari kerugian akibat terkecoh dalam membeli barang atau jasa yang tidak diinginkannya. Penegakan hukum dibidang merek adalah juga untuk mencegah kerugian negara sebagai akibat dari kehilangan pemasukan pajak atas barang atau jasa.

Secara umum orang mengartikan merek sebagai tanda yang berfungsi sebagai pembeda. Tanda ini biasanya berupa kata-kata tertentu yang dilekatkan pada bungkusan atau kemasan suatu produk. Pemakain tanda ini untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkannya. Ambil contoh, merek Lux untuk sabun mandi. Pemakaian kata lux sebagai merek, adalah untuk membedakannya dengan sabun mandi yang lain. Fungsi merek tidak terbatas hanya sebagai tanda pembeda saja, tetapi sekaligus sebagai simbol kualitas suatu produk. Itulah sebabnya dalam dunia perdagangan merek dipandang sebagai aset yang bernilai tinggi.

Dua unsur utama dari merek, yaitu sebagai tanda pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan terdapat pada setiap rumusan merek yang ada. Oleh karena itu dalam bagian ini penulis hanya mengambil rumusan merek yang berasal dari Undang-undang sebagai dasar pijakan, karena merupakan rumusan yang baku sifatnya.

Undang-undang merek yaitu

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 110 ; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4131) yang menggantikan dua undang-undang sebelumnya mengenai merek yaitu undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 juncto undang-undang Nomor 19 tahun 1992 pada pasal 1 nomor urut 1 memberikan definisi merek sebagai berikut : “Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”

KESIMPULAN

1. Faktor ekonomi pada negara berkembang, khususnya di Indonesia mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pembajakan merk di Indonesia.
2. Selain faktor ekonomi, ada salah satu faktor yang tidak dapat diabaikan yaitu, penegakan hukum itu sendiri, baik dari sipenegak hukum, maupun dari masyarakat, kebudayaan, dan sarana atau fasilitas.

DAFTAR PUSTAKA

Soerjono Soekanto.2007. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum”, Jakarta: PT. Radja Grafindo Persada

Soerjono Soekanto.2007, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum”, Jakarta: PT. Radja Grafindo Persada

Purnadi Purwacarakan.1997.“Penegakan Hukum dalam Menyukkseskan Pembangunan”, Bandung:: Alumni

Lawrence M. Friedman.2005 The Legal System, New York :Russel Sage

ISSN : 0853-7665 Anas & Hidayat Katherine Mizerski, *Pembajakan Produk : Problema, Strategi dan* JSB No 10. Vol. 1, Juni 2005 97 di Dunia (Vagg & Harris, 2000).

Anas Hidayat & Katherine Mizerski, *Pembajakan Produk : Problema, Strategi dan*ISSN : 0853-766596 JSB No. 10 Vol. 1, Juni 2005

www.bapenas.co.id

Lindsey Tim.2004. Hak Kekayaan Intelektual, Bandung: Asian Law Group Ptd Ltd

Rachmadi Usman. 2003Hukum atas Kekayaan Intelektual, Alumni, Bandung