



## Upaya Hukum Terhadap Distributor Barang KW

Rachel Wahyunita Theodor Manurung<sup>1</sup>, Urbanisasi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Tarumanagara

---

### Abstract

Received: 22 Oktober 2023  
Revised : 29 Oktober 2023  
Accepted: 03 November 2023

*The sales phenomenon of KW goods in Indonesia is increasing. This causes losses for consumers, brand owners and also the government. The purpose of this research is to find out legal remedies against the distribution of KW goods in Indonesia. The method used in this study is to use a descriptive analysis method with data collection techniques derived from secondary data. The results of the study show that legal protection efforts for the distribution of KW goods are regulated in Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications which discusses protection based on the first to file principle system and the first to file principle system. Articles included in legal protection efforts are articles 25, 26, and 27 of Law Number 20 of 2016.*

**Keywords:** KW Goods, Law, Distributor

(\*) Corresponding Author: [dzkma10@gmail.com](mailto:dzkma10@gmail.com)

**How to Cite:** Manurung, R. W. T., & Urbanisasi. (2023). Upaya Hukum Terhadap Distributor Barang KW. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10081629>

---

## PEMBAHASAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia berkembang pesat, oleh karena itu munculnya beberapa jenis perdagangan. Mulai dari menjual produk original hingga produk KW. Di Indonesia, perdagangan produk KW sering dilakukan. Dan menjadi salah satu fenomena yang menarik saat ini adalah penjualan produk KW yang menjadi salah satu alternatif distributor untuk meraup keuntungan yang maksimal. Banyak distributor yang menjual barang KW misalnya sepatu vans, adidas, zara, dan merk ternama lainnya. Bahkan akan ada pernyataan bahwa Indonesia adalah surganya barang-barang KW. Barang KW adalah barang yang diperdagangkan secara ilegal berupa barang yang memiliki desain dan nama merek terkenal. Praktek bisnis barang KW ini berdampak negatif bagi konsumen atau merek aslinya, dan penjualan barang KW juga dapat merugikan pembangunan ekonomi Indonesia. Menurut data MIAP (Masyarakat Anti Pemalsuan Indonesia), nilai kerugian mencapai 65,1 triliun tahun lalu. Angka ini meningkat sekitar 50% dibandingkan tahun sebelumnya, sehingga menimbulkan kerugian sebesar 43,2 triliun.

Salah satu alasan menjual produk KW adalah karena harga yang ditawarkan jauh lebih rendah dari harga merek aslinya. Selisih harga ini tidak hanya satu atau dua kali lipat dari harga normal, tetapi jauh di bawahnya, dan kualitas produk tidak berbeda jauh. Variasi kualitas produk palsu seringkali diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok tingkatan; walaupun kualitasnya hampir sama dengan produk aslinya, barang palsu tetap disebut sebagai barang palsu. Selain itu, masyarakat Indonesia tetap percaya bahwa lebih baik membeli barang palsu yang lebih murah daripada barang asli yang mahal. Pandangan ini didukung oleh kondisi ekonomi mayoritas penduduk Indonesia yang masih berada di bawah rata-rata.

Pengunjung lebih memilih sepatu imitasi atau barang tiruan daripada sepatu asli. Mereka lebih memilih sepatu imitasi karena tampilannya mirip dengan barang aslinya dan juga lebih murah dari sepatu aslinya. Status hukum jual beli barang KW (kualitas) Para ulama berpendapat bahwa akad jual beli barang KW dimana penjual lalai menjelaskan barangnya adalah sah, tetapi penjual telah melakukan dosa. Karena dia melakukan penipuan, penjual menghadapi hukuman yang serius. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur tentang penjualan barang KW di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang tindakan hukum yang dilakukan terhadap distributor barang KW di Indonesia.

## **METODE**

Metode penelitian deskriptif analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian hukum yuridis sosiologis. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari undang-undang yang mengikat dan atas dasar hukum yang memaksa masyarakat untuk menaati undang-undang tersebut. Bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder adalah dua jenis bahan hukum. Bahan hukum primer yang digunakan peneliti adalah: Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016. Sedangkan bahan hukum sekunder bersumber dari buku literatur, jurnal penelitian, dan pendapat para pakar. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah kualitatif.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### ***Hasil***

#### **Teori Perlindungan Hukum**

Hukum adalah cabang ilmu yang berhubungan dengan manusia yang mengatur norma dan nilai kehidupan sehari-hari dalam masyarakat. Masyarakat adalah sekelompok orang yang tinggal di wilayah geografis yang sama dan diatur oleh sistem hukum yang sama. Artinya, masyarakat adalah komunitas berdasarkan kesamaan geografis, budaya, dan sistem nilai tertentu yang mengikat setiap anggotanya secara bersama-sama (Mertokusumo, 2008).

Dalam kehidupan bermasyarakat, setiap masyarakat memiliki hak sebagai akumulasi dari hak individu atau hak sebagai anggota masyarakat. Berbeda dengan Hak Asasi Manusia (HAM) yang merupakan hak kodrat yang bersifat universal dan diberikan kepada manusia oleh Tuhan sebagai sesuatu yang harus dilindungi, dihormati, dan dipertahankan oleh setiap orang. Karena aturan hukum harus diikuti dalam situasi sosial untuk melindungi manusia sebagai makhluk Tuhan.

Manusia menciptakan hukum, yang meliputi norma dan nilai yang menjadi pedoman perilaku manusia. Hukum merupakan cerminan kehendak manusia tentang bagaimana masyarakat harus dibina dan diarahkan. Sebagai masyarakat yang menciptakan hukum, kita harus memiliki pemikiran agar dapat menerima hukum sebagai sesuatu yang penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Ini adalah konsep dalam bentuk keadilan atas apa yang ada di masyarakat.

#### **Merek**

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan di pasar untuk mengidentifikasi produk atau perusahaan. Pengusaha biasanya mencoba mencegah orang lain menggunakan merek mereka karena dengan menggunakan

merek, pedagang mendapatkan reputasi yang baik dan kepercayaan konsumen, dan mereka dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dan merek yang telah digunakan perusahaan secara teratur. Semua hal di atas tentunya memerlukan investasi finansial, waktu, dan tenaga (Utomo, 2002).

Merek sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena masyarakat sering mengasosiasikan merek tertentu dengan citra, kualitas, atau reputasi barang dan jasa. Merek dapat menjadi aset komersial yang sangat berharga. Merek perusahaan seringkali lebih berharga daripada aset sebenarnya. Merek juga bermanfaat bagi konsumen; mereka membeli produk tertentu (seperti yang ditunjukkan oleh merek) karena mereka yakin merek tersebut berkualitas tinggi atau aman untuk dikonsumsi karena reputasi merek tersebut. Pelanggan mungkin merasa tertipu jika suatu perusahaan menggunakan merek perusahaan lain karena mereka telah membeli produk dengan kualitas lebih rendah (Butt, 2016). Pemalsuan merek. Pemalsuan adalah tindakan atau pelanggaran terhadap hak hukum pemilik kekayaan intelektual. Secara teknis, pemalsuan hanya merujuk pada kasus pelanggaran hak atas merek dagang (trademark), namun dalam praktiknya, pemalsuan juga mencakup tindakan menciptakan suatu barang yang bentuk fisiknya sengaja dirancang sangat mirip dengan barang aslinya (Chazawi, 2008).

Tindak pidana pemalsuan diartikan sebagai ketidakbenaran atau kepalsuan sesuatu (objek) yang tampak dari luar seolah-olah benar, padahal bertentangan dengan kebenaran. Tindakan pemalsuan merupakan pelanggaran terhadap dua norma mendasar, yaitu:

- a. Kebenaran (keyakinan) yang pelanggarannya merupakan kelompok kejahatan penipuan.
- b. Ketertiban umum yang pelanggarannya dianggap sebagai kejahatan terhadap negara/ketertiban umum.

Menurut kesimpulan kedua, itu adalah tindakan atau pelanggaran hak hukum pemilik kekayaan intelektual, serta kejahatan di mana sesuatu tampak benar dari luar.

### **Upaya Hukum Distribusi Barang KW berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.**

Tanda adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau gabungan dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Pemalsuan produk adalah kejahatan dimana terdapat ketidakbenaran atau kepalsuan terhadap sesuatu (objek) yang seolah-olah benar, padahal sebenarnya bertentangan dengan kebenaran (Prakoso, 2012).

Selain merugikan pemerintah, investor, dan pemilik merek, maraknya penggunaan barang KW di Indonesia meresahkan banyak pihak. Hal ini berlaku meskipun konsumen dan pekerja dapat dengan mudah membedakan antara merek terkenal asli dan merek KW untuk mendukung gaya hidup mereka. Merek dapat berfungsi antara lain sebagai lencana asal, bagian dari properti, atau sumber daya budaya. Hak untuk menggunakan merek sebagai badge of origin sangat penting dalam perdagangan dan menunjukkan hubungan yang erat antar barang, sedangkan hak untuk menggunakan merek sebagai milik pribadi berarti pemilik merek dapat

menjual merek tersebut karena memiliki nilai ekonomi, sedangkan hak untuk menggunakan merek sebagai sumber daya budaya berarti bahwa merek tersebut dapat terhubung dengan budaya bangsa tertentu (Rika, 2019).

Menurut Pasal 2 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, tujuan merek adalah untuk membedakan produk atau jasa. Dalam pengertian ini, merek dikategorikan menurut kemampuannya untuk membedakan diri, dengan kategori pertama terdiri dari merek dengan daya pembeda yang lemah karena sifat deskriptifnya dan kategori kedua terdiri dari merek dengan daya pembeda yang kuat karena asal imajinatifnya.

Dua cara yang digunakan dalam hal ini untuk melindungi merek hukum adalah perlindungan hukum berdasarkan asas first to file dan upaya yang dilakukan oleh pemilik merek perorangan. Di sini, saya akan berbicara tentang bagaimana pemilik merek individu dapat memperoleh perlindungan hukum, yang hanya dapat mereka lakukan dengan mendaftarkan merek mereka ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia melalui Dirjen Hak Kekayaan Intelektual.

Perlindungan hukum yang dimaksud adalah kebebasan individu pemilik merek untuk memproduksi dan memasarkan barangnya. Jelas bahwa sistem merek yang digunakan di Indonesia adalah sistem konstitutif (aktif), artinya pemilik merek terdaftar adalah pemegang hak merek, sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Hak merek diberikan kepada pemilik merek terdaftar. Pemilik merek terdaftar sebagai pemegang merek yang menggunakan merek itu sendiri atau mengizinkan orang lain untuk melakukannya. Selanjutnya disebutkan dalam Pasal 41 UU Merek Nomor 20 Tahun 2016 bahwa hak merek dapat dialihkan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang.

Bentuk pembelaan hukum yang kedua ini didasarkan pada sistem prinsip first-to-file, yang melindungi pemilik hak merek terdaftar yang bertindak "itikad baik" secara preventif atau represif. Melalui pendaftaran merek dilakukan perlindungan hukum secara preventif, dan perlindungan hukum secara represif diberikan dalam hal terjadi pelanggaran merek melalui tuntutan perdata atau tuntutan pidana dengan membatasi kemungkinan penyelesaian di luar pengadilan. Dengan kata lain, perlindungan hukum merek terdaftar diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Merek harus didaftarkan dan dikelola selama 8 (delapan) bulan sebelum diterbitkannya sertifikat merek. Menurut UU Merek, pemohon pendaftaran merek didasarkan pada Pasal 25 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi sebagai berikut: pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu paling lama 18 (delapan belas) bulan terhitung sejak tanggal diterbitkannya sertifikat, Merek yang telah dikeluarkan dianggap telah didaftarkan.”

Berikut ini tertuang dalam Pasal 25 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis:

- 1) Menteri menerbitkan Sertifikat Merek segera setelah Merek didaftarkan.
- 2) Sertifikat Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat keterangan sebagai berikut:
  - a. Nama dan alamat lengkap pemilik Merek terdaftar;
  - b. Nama lengkap dan alamat Surat Kuasa, dalam hal permohonan dilakukan melalui Surat Kuasa;

- c. Tanggal penerimaan;
  - d. Nama negara dan tanggal pengajuan pertama permohonan, jika permohonan dilakukan dengan menggunakan Hak Prioritas;
  - e. Label Merek Terdaftar, termasuk informasi tentang warna bahasa asing, huruf selain huruf Latin dan/atau angka yang tidak umum digunakan dalam bahasa Indonesia, dan/atau terjemahannya dalam bahasa Indonesia, huruf dan angka latin yang umum digunakan dalam bahasa Indonesia dan bagaimana mereka diucapkan dalam ejaan Latin;
  - f. Nomor dan tanggal pendaftaran;
  - g. Golongan dan jenis barang dan/atau jasa yang Mereknya didaftarkan; Dan
- 3) Merek yang telah didaftarkan dianggap ditarik kembali dan dihapus apabila sertifikat merek yang telah diterbitkan tidak diambil oleh pemilik merek atau kuasanya dalam waktu paling lama 18 (delapan belas) bulan terhitung sejak tanggal sertifikat tersebut diterbitkan. Pasal 26 masing-masing pihak dapat mengajukan permohonan dan membayar biaya untuk mendapatkan petikan resmi dari sertifikat Merek terdaftar. Pasal 27
- 1) Dalam hal sertifikat Merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 terdapat kesalahan, pemilik Merek Terdaftar atau Kuasanya dapat mengajukan permohonan perbaikan secara tertulis kepada Menteri tanpa dipungut biaya.
  - 2) Perbaikan sertifikat Merek dikenakan biaya apabila kesalahan sertifikat Merek disebabkan oleh kesalahan Pemohon dalam mengajukan permohonan pendaftaran Merek.
  - 3) Peraturan Menteri mengatur tambahan ketentuan mengenai perbaikan sertifikat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2). Menurut peraturan ini, setelah merek didaftarkan, Menteri dalam hal ini Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia melalui Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual menerbitkan sertifikat merek untuk pendaftaran hak merek.

## **KESIMPULAN**

Pembahasan di atas bermuara pada kesimpulan bahwa peredaran produk KW tunduk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang berbicara tentang sistem yang pertama mengajukan perlindungan prinsip dan sistem yang pertama mengajukan perlindungan prinsip. Pasal 25, 26, dan 27 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dicakup dalam upaya memberikan perlindungan hukum.

## **REFERENSI**

- Butt, Simon. 2016. *Hukum Merek*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Chazawi, Adami. *Tindak Pidana Pemalsuan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Mertokusumo, Sudikno. 2008. *Mengenal Hukum : Suatu Pengantar*. Yogyakarta : Liberty
- Prakoso, Djoko. 2012. *Hukum Merek di Indonesia*. Bandung : PT Grafindo.
- Ratna, Rika. *Perlindungan Hukum Merek tidak Terdaftar di Indonesia*, (<http://pustakapi.kemlu.go.id/app/Art%20Rika%20Ratna%20Permata.pdf>, diakses pada tanggal 16 oktober 2019).
- Utomo. 2002. *Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT Erlangga