

## BAB III

### PRAKTIK JUAL BELI SEPATU IMITASI MEREK ADIDAS

#### 3.1 Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001

##### 3.1.1 Pengertian Merek

Merek adalah suatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran.<sup>89</sup> Hak merek merupakan hak kekayaan industry yang dilindungi oleh sistem HKI. Merek adalah tanda yang 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 (UUM).<sup>90</sup> Sebagaimana terdapat dalam Pasal 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 yang berbunyi:<sup>91</sup>

“Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dan unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa”.

Merek harus memiliki unsur pembeda (*capable of distinguishing*) karena pendaftaran merek tersebut mengkaitkan pemberian monopoli atas nama atau simbol (atau dalam bentuk lain). Agar mempunyai daya pembeda, merek harus dapat memberikan penentuan pada barang atau jasa yang bersangkutan. Para pejabat hukum di seluruh dunia enggan memberikan pelaku dagang hak eksklusif atas suatu merek. Keengganan ini disebabkan pemberian hak eksklusif tadi akan menghalangi orang lain untuk menggunakan merek tersebut. Oleh karena itu, suatu merek harus dapat membedakan barang atau jasa si pelaku

---

<sup>89</sup> Tim lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*, (Bandung: PT. Alumni, 2013), hlm 131.

<sup>90</sup> Khoirul Hidayah, *Hukum HKI (Hukum kekayaan Intelektual di Indonesia) Kajian Undang-Undang dan integrasi islam*, (Malang, UIN Press, 2012), hlm 72.

<sup>91</sup> Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

dagang tersebut dari barang atau jasa pelaku dagang lain di bidang yang sama.<sup>92</sup>

### 3.2.1 Hak Atas Merek Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001

Hak atas merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar. Oleh karena itu, pihak lain tidak dapat menggunakan merek terdaftar tanpa seizin pemiliknya. Pengalihan hak atas merek terdaftar merupakan suatu tindakan pemilik merek untuk mengalihkan hak kepemilikannya kepada orang lain.

Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 menyatakan hak atas merek terdaftar dapat dialihkan karena:

- a. Pewarisan;
- b. Hibah;
- c. Wasiat;
- d. Perjanjian, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang Merek.

Pengalihan hak atas merek terdaftar wajib dimohonkan pencatatannya pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan disertai dokumen yang mendukung. Jika pencatatan tidak dilakukan, pengalihan hak atas merek tidak berakibat hukum kepada pihak ketiga. Hal ini sesuai dengan prinsip kekuatan berlaku terhadap pihak ketiga pada umumnya karena pencatatan dalam suatu daftar umum (registrasi).<sup>93</sup>

Pasal 41 Undang-Undang No.15 Tahun 2001 mengemukakan bahwa pengalihan hak atas merek terdaftar dapat disertai dengan pengalihan nama baik, reputasi atau lain-lainnya yang terkait dengan merek yang bersangkutan. Dalam pasal ini menyiratkan bahwa *goodwill* mempunyai nilai tersendiri untuk dapat dialihkan, dan Pasal 42 Undang-Undang

---

<sup>92</sup> Asian Law Group Pty Ltd, 2001, *Intellectual Property Rights (Elementary) 2001*, Indonesia Australia: AusAID, hal. 159.

<sup>93</sup> Dwi Rezki Sri Astarini, *Penghapusan Merek Terdaftar*, P.T. Alumni, Bandung 2009. hal 56.

No. 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa pencatatan pengalihan hak atas merek terdaftar hanya dapat dilakukan bila disertai pernyataan tertulis dari penerima pengalihan bahwa merek tersebut akan digunakan bagi perdagangan barang atau jasa.

Orang yang berminat menggunakan merek milik orang lain yang terdaftar harus terlebih dahulu mengadakan perjanjian lisensi dan mendaftarkannya ke Direktorat Merek. Undang-Undang No.15 Tahun 2001 dalam Pasal 1 butir 13 menyatakan bahwa:

“Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/ atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.”<sup>94</sup>

Dari pengertian di atas, batasan lisensi merek adalah pemilik merek yang sudah terdaftar pada Direktorat Merek. Penggunaan merek oleh *licensee* dianggap sebagai penggunaan merek oleh lisensor, sehingga apabila lisensor tidak menggunakan sendiri mereknya, kekuatan hukum pendaftarannya tidak akan dihapus.<sup>95</sup>

Pemberian lisensi terhadap penggunaan merek yang dilisensikan bisa untuk sebagian atau keseluruhan jenis barang dan jasa, dan jangka waktu berlakunya lisensi tidak diperbolehkan lebih lama dari jangka waktu berlakunya pendaftaran merek yang dilisensikan tersebut, sedangkan wilayah berlakunya perjanjian lisensi adalah di seluruh Indonesia kecuali hal ini diperjanjikan secara tegas dalam perjanjian.

Perjanjian lisensi tidak menyebabkan pemilik merek terdaftar kehilangan hak untuk menggunakan sendiri atau memberikan lisensi kepada pihak lainnya untuk menggunakan merek terdaftar tersebut. Pada perjanjian lisensi juga dapat diperjanjikan bahwa penerima lisensi merek terdaftar bisa memberi lisensi lebih lanjut (sub lisensi) kepada pihak lain. Hal ini tercantum dalam Pasal 45 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001.

---

<sup>94</sup> Lihat UU No. 15/2001 Pasal 1

<sup>95</sup> Dwi Rezki Sri Astarini, *Penghapusan Merek Terdaftar*, P.T. Alumni, Bandung 2009. hal 56.

### 3.2.1 Dasar Hukum Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Tiap orang adalah merdeka untuk melakukan perusahaan apa saja yang dikehendaki. Hanya ia harus menghidari diri dari perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan kepatutan dan kejujuran. Jika ia dengan maksud memajukan perusahaannya sendiri tidak segan memakani cara-cara yang yang membohongi kholayak ramai, sehingga orang yang mempunyai perusahaan yang serupa dirugikan oleh perbuatannya itu, ia dapat digugat melalui persaingan tidak jujur, sedangkan ia dapat dituntut juga untuk membayar kerugian karena melakukan perbuatan melanggar hokum.<sup>96</sup> Didalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan tidak secara jelas mengatur mengenai larangan terhadap penjualan barang-barang bermerek tanpa izin dari pemilik merek, akan tetapi penggunaan merek dalam barang-barang bermerek tanpa izin dari pemilik merek ini dapat berupa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek ( Undang-Undang Merek ), sehingga dapat dijadikan sebagai dasar hukum untuk menjatuhkan tuntutan bagi pemakai merek tanpa izin.

Pasal 1 Undang-Undang Merek menegaskan apa yang dimaksud dengan merek yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Merek diberikan kepada pemohon yang beritikad baik, yaitu pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain menimbulkan persaingan curang, megecoh atau menyesatkan konsumen.<sup>97</sup> Jika terjadi penggunaan merek tanpa izin, pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak

---

<sup>96</sup> Subekti, 1980, Pokok-Pokok Hukum Perdata, PT Intermasa, Jakarta, h.194.

<sup>97</sup> Farida Hasyim, 2009, Hukum Dagang, Sinar Grafika, Jakarta, h.208.

menggunakan merek yang mempunyai kesamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis yang diajukan kepada Pengadilan Niaga, yang berupa gugatan ganti rugi, dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.<sup>98</sup> Pihak-pihak yang dapat mengajukan tuntutan kepada pengguna merek tanpa izin ini dapat dilihat dalam Undang-Undang Merek pada pasal 77 yang menyatakan; gugatan atas pelanggaran merek sebagaimana dimaksud dalam pasal 76 dapat diajukan oleh penerima lisensi merek terdaftar baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan pemilik merek yang bersangkutan.

### **3.2.2 Implementasi Penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Konsumen yang membeli barang yang menggunakan merek tanpa izin pemilik merek merupakan perbuatan penyerahan haknya sebagai konsumen yang sebenarnya dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Karena didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak untuk meminta pertanggung jawaban kepada produsen apabila barang yang di belinya tidak sesuai dengan yang dijanjikan produsen sebagai mana yang telah diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dilihat dari kacamata konsumen, sebenarnya konsumen hanya berkepentingan agar merek yang diterapkan untuk suatu barang atau jasa, adalah benar seperti yang ditampilkan. Konsumen akan dirugikan jika merek itu tidak seperti yang bayangkan karena dipalsukan oleh pelaku usaha.<sup>99</sup>

Produsen barang yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen dalam hukum perlindungan konsumen, secara umum prinsip tanggung jawab mutlak digunakan untuk “menjerat” pelaku usaha tersebut. Menurut asas product liability produsen wajib

---

<sup>98</sup> Ibid, h. 214

<sup>99</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, h. 153.

bertanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen atas produk yang dipasarkannya. Hak untuk mendapatkan ganti kerugian tersebut didapatkan jika konsumen merasa, kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan yang dibayangkan konsumen. Disisi lain, konsumen juga berhak atas hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum. Penyelesaian hukum ini juga berkaitan dengan hak untuk mendapatkan ganti kerugian.

### 3.3.1 Sanksi Pelanggaran Hak Merek

Pelanggaran Hak Atas Merek Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001

UU No. 15 Tahun 2001 menggolongkan delik dalam perlindungan hak merek ini sebagai delik kejahatan dan delik pelanggaran. Adapun ancaman pidana yang dimaksud yang termuat dalam Pasal 90 dan Pasal 91 UU No. 15 Tahun 2001. Pasal 90 menentukan bahwa<sup>100</sup>

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis diproduksi dan/atau diper-dagangkan, dipidan dengan pidana pen-jara paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah).

Pasal 91 menetapkan bahwa

Barangsiapa dengan sengaja tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diper-dagangkan, dipidana paling lama 4 (em-pat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 800.000.000,- (delapan ratus juta rupiah).

---

<sup>100</sup> Wiratmo Dianggoro, 1997, *Pembaharuan Undang Undang Merek dan Dampaknya Bagi Dunia Bisnis*, Jakarta: Yayasan Perkembangan Hukum Bisnis, hlm. 3

Harus diperhatikan pula bahwa ancaman pidana itu bersifat kumulatif bukan alternatif. Jadi, disamping dikenakan ancaman penjara kepada pelaku juga dikenakan ancaman hukuman berupa denda, agar membuat pelaku menjadi jera. Untuk delik pelanggaran dimuat dalam Pasal 94 UU No. 15 Tahun 2001 yang menetapkan:

Barangsiapa memperdagangkan barang atau jasa yang diketahui atau patut diketahui barang dan jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana yang dimaksud Pasal 90 dan Pasal 91 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah).

Ancaman hukuman yang dimuat dalam Pasal ini bersifat alternative dapat berupa hukum kurungan saja atau membayar denda saja.<sup>101</sup>

#### **3.4.1 Contoh Kasus Praktik Jual Beli Sepatu Imitasi**

Praktik Jual beli Sepatu Imitasi Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek memberikan definisi sebagai berikut :

“Merek sebuah barang dapat berupa gambar, nama, huruf, kata-kata, angka- angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa”.

- Dari hasil studi yang dilakukan oleh Masyarakat Indonesia Anti pemalsuan (MIAP) dengan LPEM FEUI terhadap 12 sektor industri pada periode 2002-2005 tercatat bahwa tindakan pemalsuan di industri sepatu, selama periode tersebut menimbulkan kerugian mencapai Rp 4,4 triliun. Angka tersebut belum termasuk pemalsuan terhadap produk software yang menimbulkan kerugian Rp 3,6 triliun.

- Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Sofjan Wanandi menilai

---

<sup>101</sup> *Ibid*, hlm. 4

aksi pemalsuan terhadap paten dan merek terhadap suatu produk telah menimbulkan kerugian bagi kalangan pengusaha mencapai Rp 50 triliun. Angka tersebut mengalami kenaikan sejak dilakukan studi oleh Universitas Indonesia pada 2010 yang menyebutkan kerugiannya mencapai Rp 43 triliun.

Contoh kasus praktik jual beli sepatu imitasi merek Adidas



Gambar 3.1

Toko Crispy Duck yang bertempat di Mega Mall lantai 3, diduga menjual barang branded (bermerek) Adidas palsu alias 'KW'. Sebelumnya, karyawan Crispy Duck mengatakan ke konsumen sepatu merek Adidas yang dibeli adalah Original. (KritisNews Foto/Erwin)

Sebagai contoh penjual pada Toko Crispy Duck Terancam Dipolisikan. Ada reject di bagian lis sepatu seperti luntur, kualitas bahannya pun tidak sesuai dengan yang asli.

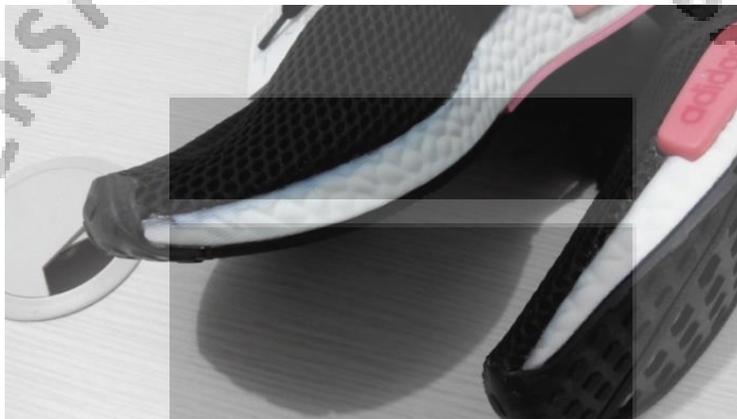
Bertengger dilantai 3 Megamall Batam Centre Kota Batam Provinsi Kepri, toko Crispy Duck diduga menjual barang branded (bermerek) palsu alias 'KW'.<sup>102</sup> Itu semua diketahui, setelah seorang konsumen merasa dirugikan usai membeli 2 pasang sepatu palsu

<sup>102</sup> <https://twitter.com/KriTikNews> di akses pada tanggal 27 juli 2017

merek Adidas di toko tersebut pada Rabu, (30/11/2016).

Pembeli yang bernama Beni itu menceritakan kepada kritisnews.com bahwa dirinya telah tertipu membeli sepatu di toko Crispy Duck Megamall. Sebelumnya ketika ditanyakan tentang keaslian sepatu, pihak toko meyakinkan bahwa sepatu merek Adidas yang hendak dibelinya itu adalah original.

Merasa yakin dengan perkataan karyawan toko yang bernama Sandi, akhirnya dirinya membeli 2 pasang sepatu dengan rincian sepasang sepatu reject perempuan seharga Rp 915.000, dan sepasang lagi dengan harga Rp 1.300.000, ungkap Beni.



Gambar 3.2

Sepasang sepatu untuk wanita merek Adidas (reject) pada lis dan seperti luntur bewarna biru dengan harga Rp 915.000. “Saya merasa ditipu oleh toko Crispy Duck. Mereka bilang barang yang dijualnya original, tapi setelah saya teliti di rumah, sepatu itu ternyata palsu,” ketus dia.



### Gambar 3.3

Kotak sepatu Adidas dari toko Crispy Duck dengan harga Rp 915.000. (Dok)

Kedua pasang sepatu diketahui palsu, setelah dirinya bersama istri sampai dirumah. Saat diperhatikan secara seksama dan teliti, terdapat reject di bagian lis sepatu, kualitas bahannya pun tidak sesuai dengan yang asli. Merasa dicurangi, Beni bersama istrinya kembali menghampiri toko itu lagi, Kamis (1/12/2016) dengan maksud ingin menukarkan sepatu pembeliannya. Namun malang, karyawan toko Crispy Duck menolak permintaan Beni dengan beralasan bahwa barang yang sudah dibeli tidak bisa ditukar lagi.

“Saya bersama istri datang untuk menukarkan barang palsu itu, tapi karyawannya (Sandi) bilang barang tidak dapat ditukar, apalagi dikembalikan,” kenang Beni murung.

Akibatnya, Beni dan istrinya menduga bahwa toko Crispy Duck telah sengaja menjual barang palsu dengan merek dagang ternama Adidas. Sehingga menyebabkan kerugian yang dirasakan oleh pembeli.

“Kami telah datang ke toko itu lagi dengan niat untuk menukarkannya atau berharap uang yang telah dibayar dikembalikan, tapi pihak toko tidak bersedia. Ya sudahlah, saya akan buat laporan ke polisi tentang penipuan terhadap konsumen dengan menjual barang merek ternama yang palsu,” kata pria berkepala botak ini.

Selanjutnya untuk pembeli yang merasa tertipu dengan transaksi jual beli yang dilakukan tidak sesuai dengan kenyataan. Pemalsuan ini, tentu sangat merugikan konsumen, pemegang merek, maupun negara karena ada potensi kehilangan pajak dari aktivitas tersebut. Untuk menuntut hak dari pembeli yang merasa dirugikan dapat melaporkan dengan gugatan ke BPSK.

Lanjut Beni, dirinya seorang kolektor merek brand original seperti salah satunya Adidas, dirinya sangat hafal betul mana perbandingan asli dan yang palsu. “Mereka tidak ada itikad baik saat saya meminta untuk ditukarkan, bosnya tak mau bicara dengan

konsumen” gusarnya.

Menurut Beni, kasus seperti ini jangan didiamkan. Kasihan para pembeli yang sudah banyak merogoh kocek, namun barang yang dibeli ternyata palsu. Apalagi karyawannya tidak transparan kepada konsumen.

“Ini jelas merugikan konsumen, kok berani mereka mengatakan original. Sementara berbanding jauh kualitasnya dengan yang asli,” kesalnya.

Sementara, setelah menerima laporan Beni pada Jumat (2/12/2016) sekitar pukul 15.30 WIB, Kritisnews mencoba mengunjungi toko Crispy Duck yang beralamat di Megamall Batam Centre itu guna mengkonfirmasi terkait pengaduan masyarakat (konsumen) yang merasa dirugikan secara materi. Albert selaku orang yang juga berkompeten di toko Crispy Duck, saat dijumpai wartawan mengatakan bahwa pemilik toko yang bernama Alex tidak berada ditempat.

Contoh kasus berikutnya Kasus yang terjadi pada salah satu merk trend sepatu saat ini seperti sepatu “adidas”. Penjualan sepatu adidas telah menyebar luas hingga ke pelosok dan penjuru kota maupun desa. Baik yang berkualitas asli, kw 1,2, 3 dan seterusnya tergantung pabrik mengeluarkan barang tersebut dengan kualitas seperti apa. Pendistribusiannya pun begitu mudah di sebarluaskan oleh produsennya. Baik menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, dan media lainnya untuk mengenalkan produknya. Sehingga sulit membedakan mana yang asli atau yang barang tiruan, karena barang tiruan dapat berkualitas bagus dan terlihat mahal dari harga yang ditawarkan walaupun itu bukanlah asli produk sepatu itu sendiri.

Produk asli sepatu adidas seolah-olah mempunyai daya saing walaupun mereka mempunyai pembeda di antara peniru merk sepatu tersebut yang kualitasnya jelas lebih bagus dengan yang KW. Hal ini tentu dapat membawa pengaruh apakah ini mutualisme, apakah sebaliknya yaitu komensalisme? Dengan kata lain apakah ini dapat saling

menguntungkan antara kedua produsen asli dan palsu, ataukah dapat merugikan ?

Contoh lainnya, kasus yang terjadi pada di kota metropolitan, seperti kota Jakarta. bahwa Jajaran Polres Metro Jakarta Selatan menahan dua penjual sepatu merek Adidas palsu. Dari tangan tersangka, J (32 tahun) dan S (33), disita 2.000 pasang sepatu adidas kualitas KW. Sebanyak itu produksi sepatu Adidas KW yang dipasarkan.<sup>103</sup>

Ribuan sepatu bermerek Adidas palsu asal Cina disita polisi, Rabu, 21 September 2016. Sepatu-sepatu ini berasal dari dua truk kontainer yang dihentikan polisi di kawasan Penjaringan, Jakarta Utara.

Kasus sama yang terjadi di Pulau Jawa, ratusan sepatu merek adidas dan Converse tiruan yang diamankan dari BCS Mall dan Panbil Mall, Batam, Kepri beberapa waktu lalu ternyata didatangkan dari Jawa Barat.

Dari redaksi diatas terlihat jelas bahwa produksi sepatu Adidas KW telah merambat luas ke berbagai penjuru, bahkan tidak jarang terlihat di kota-kota besar lainnya sampai kota-kota kecil. Dilihat dari pengenalan produk terkenal tersebut memang dampak positifnya hanya di pengenalan nama produk di pasaran, dan konsumen dapat memiliki sepatu itu walau dengan harga murah sekalipun meskipun kualitasnya berbeda dengan yang aslinya. Karena kebanyakan bagi konsumen walaupun KW mereka dapat mengikuti trendi saat ini.

Namun, bagi produsen asli merk Adidas yaitu penciptanya bernama Adolf dassler berasal dari Jerman dan berproduksi sangat pesat disana hingga memulai produksi di Asia bahkan di Indonesia. Nah, masalahnya saat ini banyak sepatu adidas berharga 200-400, 400-600 ribu rupiah berkeliaran di pasaran baik di toko-toko maupun iklan jual beli online. Padahal harga asli sepatu ternama tersebut jutaan rupiah. Produksi Adidas palsu bisa hanya menghabiskan dana 50 -100 ribu saja, namun penjualannya bisa dari 300-400 ribu. Banyak

---

<sup>103</sup> <http://redaksinews.co.id/> di akses pada tanggal 27 juli 2017

oknum-oknum yang tak bertanggung jawab menggunakan merk ternama untuk memproduksi barang produk tiruannya.<sup>104</sup>

Banyaknya beredar Adidas palsu atau KW di Indonesia tentunya berpengaruh dengan penjualan produk yang asli. Bahkan tidak menorah sedikitpun tentang bagaimana penegasan HAKI dalam hak merk. Mereka seolah-olah Undang-undang hanya bagian formal dan dibiarkan begitu saja. Tetapi aturan tetaplah aturan, hukum tetaplah hukum yang harus ditegakkan. Untuk apa membuat sebuah aturan tetapi tidak dilaksanakan, untuk apa membuat aturan HAKI yang pada fungsinya bertujuan untuk melindungi hak kekayaan intelektual manusia atau ide cemerlang manusia agar tidak bisa ditiru semena mena oleh orang lain yang pada ujungnya masih banyak kasus peniruan hak merk.

Contoh lainnya, Dari hasil studi yang dilakukan oleh Masyarakat Indonesia Anti pemalsuan (MIAP) dengan LPEM FEUI terhadap 12 sektor industri pada periode 2002-2005 tercatat bahwa tindakan pemalsuan di industri sepatu, selama periode tersebut menimbulkan kerugian mencapai Rp 4,4 triliun. Angka tersebut belum termasuk pemalsuan terhadap produk software yang menimbulkan kerugian Rp 3,6 triliun.<sup>105</sup>

- Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Sofjan Wanandi menilai aksi pemalsuan terhadap paten dan merek terhadap suatu produk telah menimbulkan kerugian bagi kalangan pengusaha mencapai Rp 50 triliun. Angka tersebut mengalami kenaikan sejak dilakukan studi oleh Universitas Indonesia pada 2010 yang menyebutkan kerugiannya mencapai Rp 43 triliun.

---

<sup>104</sup> <https://www.tempo.co/> di akses pada tanggal 27 juli 2017

<sup>105</sup> <https://news.detik.com/> di akses pad tanggal 27 juli 2017