



SKRIPSI

**PELANGGARAN MEREK PERTAMINA OLEH PELAKU USAHA
PERTAMINI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN
2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

*Brand Violation of Pertamina by Pertamina Business Activities Pertamina Based
On Act Number 20 Year 2016 About Brand and Geographical Indications.*

Oleh :

VITHALIA RESTU DAMAYANTI
NIM. 150710101312

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2019

SKRIPSI

**PELANGGARAN MEREK PERTAMINA OLEH PELAKU USAHA
PERTAMINI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN
2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

*Brand Violation of Pertamina by Pertamina Business Activities Pertamina Based
On Act Number 20 Year 2016 About Brand and Geographical Indications.*

Oleh :

VITHALIA RESTU DAMAYANTI
NIM. 150710101312

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2019**

MOTTO

“Bunga yang tidak akan layusepanjang jaman adalah kebajikan.”¹

(William Cowper)



¹ F. Rizki Putra, *Contoh Kumpulan Motto Terbaru Dalam Penulisan Tugas Akhir-1*, <http://teambait.blogspot.com/2015/11/contoh-kumpulan-motto-terbaru-dalam76.html?m=1>, diakses pada 21 Maret 2019 pukul 00.13 WIB

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur atas rahmat Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda saya tercinta Winarti, Kakek saya tercinta Mujiono, Nenek saya tercinta Alm. Sugiasih, adik saya tercinta Novi Sabilla A'ien serta keluarga besar saya yang selalu mendo'akan, mendukung, menyemangati dan mencurahkan kasih sayang yang tiada hentinya sehingga keberadaannya mampu menjadi motivasi dan kekuatan terbesar saya dalam meraih cita-cita;
2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember yang saya banggakan;
3. Seluruh Guru dan Dosen saya Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) sampai dengan Perguruan Tinggi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu-ilmunya yang sangat berguna dan bermanfaat serta membimbing saya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran.

PERSYARATAN GELAR

SKRIPSI

**PELANGGARAN MEREK PERTAMINA OLEH PELAKU USAHA
PERTAMINI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN
2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

*Brand Violation of Pertamina by Pertamina Business Activities Pertamina Based
On Act Number 20 Year 2016 About Brand and Geographical Indications.*

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas
Hukum Universitas Jember

Oleh :

VITHALIA RESTU DAMAYANTI
NIM 150710101312

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2019

PERSETUJUAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 21 MARET 2019

Oleh:

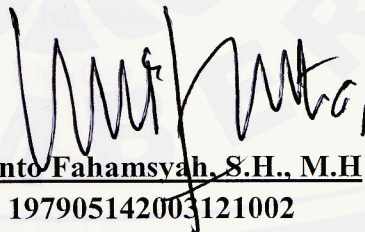
Dosen Pembimbing Utama,



Mardi Handono, S.H., M.H

NIP: 196312011989021001

Dosen Pembimbing Anggota,



Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H

NIP: 197905142003121002

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PELANGGARAN MEREK PERTAMINA OLEH PELAKU USAHA
PERTAMINI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN
2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

*Brand Violation of Pertamina by Pertamina Business Activities Pertamina Based
On Act Number 20 Year 2016 About Brand and Geographical Indications.*

Oleh:

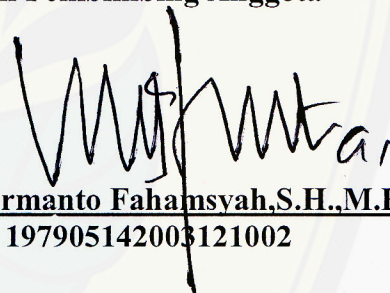
VITHALIA RESTU DAMAYANTI
NIM 150710101312

Dosen Pembimbing Utama



Mardi Handono, S.H., M.H.
NIP. 196312011989021001

Dosen Pembimbing Anggota



Dr Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.
NIP. 197905142003121002

Mengesahkan,

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

DEKAN,



Dr. NORUL CHUFRON, S.H., M.H.
NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 11

Bulan : April

Tahun : 2019

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

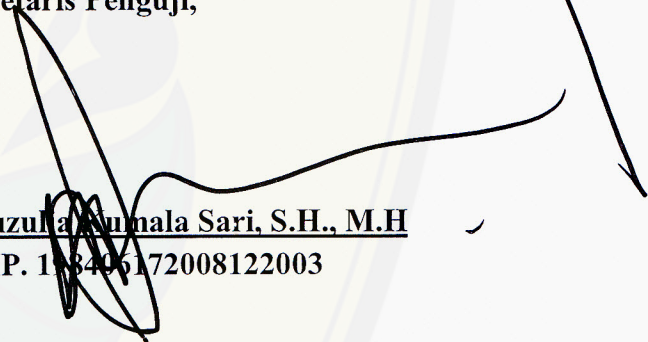
Panitia Penguji :

Ketua Penguji,



Tswi Hariyani, S.H., M.H
NIP. 196212161988022001

Sekretaris Penguji,



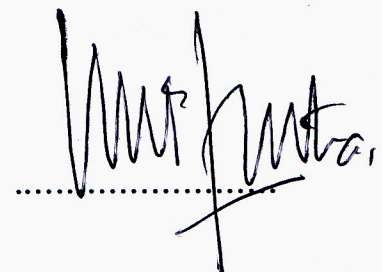
Nuzulita Nuzumala Sari, S.H., M.H
NIP. 198405172008122003

Dosen Anggota Penguji :

Mardi Handono, S.H., M.H
NIP.196312011989021001



Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H
NIP:197905142003121002



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : VITHALIA RESTU DAMAYANTI

NIM : 150710101312

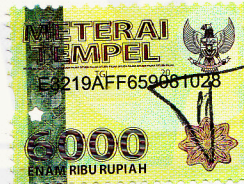
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul:

“PELANGGARAN MEREK PERTAMINA OLEH PELAKU PERTAMINI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia menjadi sanksi akademik jika kemudian dari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 11 April 2019

Yang Menyatakan,



VITHALIA RESTU DAMAYANTI
NIM 150710101312

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang dengan ridha dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat dengan judul **“PELANGGARAN MEREK PERTAMINA OLEH PERTAMINI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS”** dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan kali ini disampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mardi Handono, S.H., M.H., selaku Pembimbing Skripsi yang tidak pernah lelah dalam telah memberikan bimbingan dan nasehat;
2. Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H., selaku Pembantu Pembimbing Skripsi yang tidak pernah lelah dalam telah memberikan bimbingan dan nasehat;
3. Ibu Iswi Hariyani, S.H., M.H., selaku Ketua Panitia Penguji Skripsi yang telah menguji dan dengan sabar memberikan arahan;
4. Ibu Nuzulia Kumala Sari, S.H., M.H., selaku Sekretaris Penguji Skripsi yang telah menguji dan dengan sabar memberikan arahan;
5. Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Dr. Dyah Ochtorina Susanti, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I, Bapak Echwan Iriyanto, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II dan Dr. Aries Harianto, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember;
7. Prof. Dr. Dominikus Rato, S.H., M.H., selaku Ketua Jurusan/Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Jember;
8. Bapak Eddy Mulyono, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Akademik serta seluruh Civitas Akademika Fakultas Hukum Universitas Jember yang penulis hormati;

9. Ibunda Tercinta Winarti, Kakek Tercinta Mujiono, Nenek Tercinta Alm. Sugiasih dan adik Tercinta Novi Sabillah Aien yang selama ini telah memberikan kasih sayang, do'a, semangat, dukungan, serta ridha yang tidak dapat tergantikan dengan suatu apapun di dunia ini sehingga mampu menjadi motivasi dan kekuatan terbesar penulis dalam meraih cita-citanya;
10. Tante Tercinta Ani dan Sri, Om Tecinta Sutikno dan Karmawan yang telah memberikan doa, dukungan moril dan motivasi kepada penulis;
11. Sahabat-sahabat terbaik saya, Yulita Nur Fadillah Johar, Desi Wahyuningsih, Habiburrohim, Enha Sorandri Tahir, Elsa Puspitasari, Desak Gede Wedawati Wirawan, Abdullah Mu'thi Tsani, Noril Camelia Jefri Nizar Ardinata, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya;
12. Teman-teman terbaik saya, Ninda, Lana, Dewi, Vony, Peby, Bayu, Pingky, Karina, Anisa, terima kasih telah memberikan keceriaan;
13. Teman-Teman UKM Forum Kajian Keilmuan Hukum Fakultas Hukum, Universitas Jember yang membanggakan
14. Teman-teman KKN 081 Desa Gunungsari, Kabupaten Bondowoso, Nimas, Ikke, Rosa, Nanda, Iza, Resta, Kinan, Muh, dan Vian.
15. Teman-Teman IKMJ, terimakasih telah menjadi rumah bagi penulis selama di Jember;
16. Teman-teman The Preanger Crew yang luar biasa.
17. Teman-teman Inspirator Indonesia yang membanggakan.
18. Semua pihak yang telah membantu dan berjasa dalam penyelesaian skripsi ini yang penulis hormati, sayangi dan hormati.

Jember, 11 April 2019

VITHALIA RESTU DAMAYANTI
NIM 150710101312

RINGKASAN

Era globalisasi ini, seluruh aspek kehidupan mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya di bidang ekonomi transportasi. Peningkatan jumlah penggunaan sepeda motor di Indonesia juga mengakibatkan penggunaan bahan bakar minyak yang lebih dikenal dengan “BBM” juga terus mengalami peningkatan. Kebutuhan atas BBM yang sangat tinggi dinilai sebagai peluang usaha yang menjanjikan dan dapat memberikan keuntungan yang besar. Para pelaku usaha berusaha untuk mengisi peluang tersebut dengan berlomba-lomba membuka jenis usaha yang bergerak di bidang penyediaan BBM. Pertamina merupakan salah satu usaha yang muncul dan semakin menjamur keberadaannya di Indonesia. Keinginan para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, mengakibatkan para pelaku usaha melakukan banyak hal termasuk mendompleng nama besar PT. Pertamina dalam kegiatan usahanya. Hal itu dilakukan dengan cara menggunakan merek milik PT. Pertamina guna memikat daya tarik dan kepercayaan konsumen untuk membeli BBM miliknya. Berdasarkan latar belakang sebagaimana diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini dibedakan menjadi 2, yaitu : apa akibat hukum dari bagi Pertamina atas pelanggaran merek milik PT. Pertamina? Dan Bagaimana upaya penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran merek yang dilakukan oleh Pertamina terhadap merek milik PT. Pertamina berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Tujuan penelitian skripsi ini dibedakan menjadi 2 yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dari penelitian skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi salah satu persyaratan pokok yang bersifat akademis guna memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Jember, untuk memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang hukum yang bermanfaat bagi almamater Fakultas Hukum Universitas Jember dan masyarakat pada umumnya dan sebagai sarana penerapan ilmu dan pengetahuan hukum yang telah diperoleh selama perkuliahan yang bersifat teoritis dengan praktik yang terjadi di lapangan masyarakat. Sedangkan tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian skripsi ini adalah untuk memahami dan menganalisa akibat hukum bagi Pertamina atas pelanggaran merek milik PT. Pertamina dan untuk memahami dan menganalisa upaya penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran merek yang dilakukan oleh Pertamina terhadap merek milik PT. Pertamina berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. Metode penulisan yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah yuridis normatif, artinya permasalahan yang diangkat, dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah pendekatan undang-undang dan pendekatan konseptual yang menggunakan sumber bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan non hukum. Analisis bahan hukum dalam penelitian skripsi ini dilakukan secara deskriptif normatif dengan menggunakan metode deduktif atau analisa dari umum ke khusus.

Tinjauan Pustaka dalam skripsi ini adalah: *Pertama*, pengertian Hak Kekayaan Intelektual dan ruang lingkup Hak Kekayaan Intelektual. *Kedua*, pengertian merek, unsur-unsur merek, jenis-jenis dan jangka waktu perlindungan merek dan lisensi merek. *Ketiga*, pengertian logo, fungsi-fungsi logo dan makna logo PT. Pertamina

Hal yang dibahas dalam skripsi ini adalah akibat hukum dari bagi Pertamina atas pelanggaran merek milik PT. Pertamina yang meliputi adanya penolakan yang diberikan jika dalam hal ini Pertamina melakukan pendaftaran merek yang memiliki kesamaan pada pokoknya dengan merek milik PT. Pertamina. Terhadap Pertamina juga dapat dikenakan ganti rugi dan juga dapat dilakukan penghentian segala perbuatan yang ada kaitannya dengan penggunaan merek. Selain itu sanksi pidana juga dapat diterapkan terhadap pelanggaran merek yang dilakukan oleh Pertamina. Upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa merek dapat dilakan melalui penyelesaian sengketa secara litigasi dan penyelesaian sengketa secara non litigasi.

Kesimpulan pada penelitian skripsi ini yaitu, *pertama* akibat hukum yang dapat dikenakan bagi Pertamina adalah berupa penolakan merek dikarenakan adanya ketentuan pasal 21 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa merek yang memiliki persamaan pada pokoknya akan ditolak. Akibat hukum secara perdata adalah Pertamina dapat dikenakan ganti rugi yang nominalnya didasarkan pada besarnya kerugian yang dialami oleh pemilik merek dan juga dapat dikenakan penghentian segala perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek sebagaimana diatur dalam pasal 83 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.. Selain itu Pertamina juga dapat dikenakan sanksi pidana berupa pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sesuai dengan ketentuan pasal 100 ayat (2) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Kedua, upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan adalah melalui penyelesaian di dalam pengadilan (litigasi) dan diluar pengadilan (non litigasi). Penyelesaian sengketa secara litigasi dapat dilakukan dengan pengajuan guagatan ganti rugi dan penghentian segala perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek melalui Pengadilan Niaga. Sedangkan penyelesaian secara non litigasi dapat dilakukan melalui negosiasi, mediasi, konsiliasi dan arbitrase. Saran dari skripsi ini adalah pertama hendaknya pemerintah melakukan edukasi bagi masyarakat, pemilik merek para pelaku usaha khususnya pelaku usaha Pertamina dalam rangka meningkatkan perlindungan hukum bagi merek terkenal agar tidak digunakan secara tanpa hak oleh pihak lain, kedua hendaknya bagi aparat penegak hukum melakukan tindakan tegas bagi segala jenis pelanggaran merek khususnya merek-merek yang sudah terkenal serta melakukan berbagai upaya pencegahan agar dapat meminimalisasi segala bentuk pelanggaran merek dan ketiga hendaknya pemerintah aktif dalam memberikan penyuluhan terkait Alternatif Penyelesaian Sengketa (Non Litigasi) sebagai penyelesaian utama yang mengedepankan perdamaian tanpa mengesampingkan peran peradilan dan dapat mengurangi jumlah penyelesaian perkara melalui proses litigasi sehingga proses penyelesaian sengketa melalui litigasi dapat berjalan lebih cepat dan efisien

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRASYARAT GELAR.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PENETAPAN	viii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR ISI LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Umum	4
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4 Metode Penelitian.....	5
1.4.1 Tipe Penelitian	6
1.4.2 Pendekatan Penelitian	6
1.4.3 Bahan Hukum	7
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer.....	7
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder	8
1.4.3.3 Bahan Non Hukum.....	8
1.4.4 Analisa Bahan Hukum	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Hak Kekayaan Intelektual	10

2.1.1 Pengertian Hak Kekayaan Intelektual.....	10
2.1.2 Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual.....	12
2.2 Merek	12
2.2.1 PengertianMerek	12
2.2.2 Unsur-Unsur Merek	14
2.2.3 Jenis-Jenis dan Jangka Waktu Perlindungan Merek.....	14
2.2.4 Lisensi Merek	15
2.3 Logo.....	17
2.3.1 Pengertian Logo	17
2.3.2 Fungsi-Fungsi Logo	18
2.3.3 Makna Logo PT. Pertamina	19
BAB 3 PEMBAHASAN	21
3.1 Akibat Hukum Bagi Pelaku Usaha Pertamina Atas Pelanggaran Merek Milik PT. Pertamina	21
3.2 Upaya Penyelesaian Sengketa Terhadap Merek Milik PT. Pertamina Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis	34
3.2.1 Upaya Penyelesaian Sengketa Diluar Pengadilan (Non Litigasi).....	36
3.2.1 Upaya Penyelesaian Sengketa Didalam Pengadilan (Litigasi)	53
BAB 4 PENUTUP.....	58
4.1 Kesimpulan.....	58
4.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Gambar 1 (Merek milik PT. Pertamina yang telah terdaftar dan secara resmi digunakan pada 10 Desember 2005)
2. Gambar 2 (Salah satu Pelaku Usaha Pertamina yang menggunakan merek milik PT. Pertamina yang berada di kecamatan Tegal Ampel, Kecamatan Bondowoso)
3. Artikel 1 (Awat! Pertamina Bisa Tuntut Pertamina yang Pakai Logo Pertamina)
4. Artikel 2 (Pertamina Masuk 6 Besar Most Valuable Indonesian Brands 2018)
5. Artikel 3 (Wow Jumlah kendaraan mencapai 111 Juta di Tahun 2018)

BAB 1. PENDAHULUAN

Era globalisasi ini, seluruh aspek kehidupan mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya di bidang ekonomi transportasi. Perkembangan tersebut membuat arus perdagangan semakin berkembang pesat. Salah satu jenis perdagangan yang saat ini terus mengalami peningkatan adalah di bidang penyediaan barang transportasi roda dua. Kendaraan merupakan aspek yang sangat penting dalam menunjang kehidupan manusia sehari-hari, hal tersebut berakibat pada peningkatan jumlah konsumsi terhadap jenis kendaraan roda dua di Indonesia. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat menilai penggunaan kendaraan pribadi untuk kegiatan sehari-hari dapat menekan pengeluaran daripada menggunakan jenis transportasi umum. Harga yang terjangkau dan akses yang mudah untuk mendapatkan sepeda motor menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi sepeda motor yang cukup tinggi. Hal ini dibuktikan dengan adanya data dari Mabes Polri bahwa jumlah sepeda motor yang terdaftar per tanggal 1 Januari 2018 mencapai 91.085.532 unit sepeda motor. Bahkan jumlah populasi sepeda motor yang beredar di Indonesia saat ini mengalahkan jumlah mobil dan jenis kendaraan lainnya.²

Peningkatan jumlah penggunaan sepeda motor di Indonesia juga mengakibatkan penggunaan bahan bakar minyak yang lebih dikenal dengan “BBM” juga terus mengalami peningkatan. Hal ini merupakan suatu kewajaran karena BBM merupakan sumber utama dalam penggunaan sepeda motor itu sendiri. Penyediaan BBM untuk masyarakat dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dikenal dengan nama resmi PT. Pertamina. PT. Pertamina merupakan pelaku usaha terbesar di Indonesia yang bertugas untuk mengelola minyak dan gas bumi serta melakukan kegiatan usaha di bidang energi dan petrokimia.

²Paryadi, *Wow Jumlah kendaraan mencapai 111 Juta di Tahun 2018*, <https://paryadi.com/2018/01/16/jumlah-kendaraan-2018/>, diakses pada tanggal 5 Desember 2018 pukul 11.06 WIB

Stasiun pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) atau yang lebih dikenal dengan dengan sebutan Pom Bensin telah tersebar diseluruh penjuru Indonesia untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh BBM.

Kebutuhan atas BBM yang sangat tinggi dinilai sebagai peluang usaha yang menjanjikan dan dapat memberikan keuntungan yang besar. Para pelaku usaha berusaha untuk mengisi peluang tersebut dengan berlomba-lomba membuka jenis usaha yang bergerak di bidang penyediaan BBM. Pertamina merupakan salah satu usaha yang muncul dan semakin menjamur keberadaannya di Indonesia. Pertamina adalah jenis usaha penjualan BBM secara eceran yang dikemas *modern* dengan menggunakan alat pompa dan memiliki takaran bahkan banyak berkembang Pertamina yang dilengkapi dengan dispenser otomatis layaknya SPBU milik PT. Pertamina. Kehadiran Pertamina mendapatkan sambutan baik dari masyarakat karena dianggap lebih *modern* dan terjamin daripada jenis usaha BBM eceran yang dijual dalam bentuk botolan.

Keinginan para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, mengakibatkan para pelaku usaha melakukan banyak hal termasuk mendompleng nama besar PT. Pertamina dalam kegiatan usahanya. Hal itu dilakukan dengan cara menggunakan merek milik PT. Pertamina guna memikat daya tarik dan kepercayaan konsumen untuk membeli BBM miliknya. Suatu produk dengan merek yang sudah besar dan terkenal lebih diminati oleh konsumen, hal ini yang membuat banyak pelaku usaha Pertamina melakukan suatu itikad tidak baik tersebut sebagai contoh di Kabupaten Bondowoso khususnya di Kecamatan Tegal Ampel masih banyak pelaku usaha Pertamina yang menggunakan logo PT. Pertamina dalam kegiatan usahanya. Hal ini tidak dapat dibenarkan karena logo milik PT. Pertamina tersebut telah didaftarkan pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Ditjen KI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) dan telah diresmikan pada 10 Desember 2005. SPV Fuel Marketing dan Distribution PT. Pertamina telah memberikan penjelasan bahwa Pertamina merupakan jenis usaha yang tidak memiliki

keterkaitan atau dengan kata lain Pertamina bukanlah anak usaha dari PT. Pertamina.³

Merek sebagai bagian Hak Kekayaan Intelektual pada dasarnya merupakan sebuah tanda yang digunakan untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan barang atau jasa milik perusahaan lain.⁴ Pengertian merek tidak hanya sekedar nama dalam dunia usaha melainkan juga memberikan cerminan harga diri perusahaan, pengalaman perusahaan, dan jaminan mutu atas produk barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Merek juga dapat menggambarkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu barang dan/atau jasa. Suatu produk dengan label merek terkenal lebih mudah dipasarkan sehingga dapat memberikan keuntungan finansial bagi perusahaan.⁵ Hasil dari sebuah intelektual yang berbentuk merek memegang peranan yang sangat penting dalam perputaran roda suatu usaha. Masyarakat akan memilih produk-produk dengan merek yang sudah terkenal guna mendapatkan jaminan atas kualitas suatu produk.

Perlindungan hukum akan diberikan kepada merek yang telah terdaftar dan bagi pemilik merek tersebut memiliki hak merek yang bersifat eksklusif, sehingga merek yang telah terdaftar tidak dapat digunakan oleh pihak manapun tanpa izin dari pemilik merek. Namun berdasarkan Pasal 42 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis selanjutnya disebut dengan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, pihak lain tetap dapat menggunakan sebuah merek terdaftar baik secara sebagian maupun seluruhnya dengan menggunakan perjanjian lisensi dengan pemilik merek terdaftar. Sedangkan beralihnya atau dialihkannya hak atas merek terdaftar berdasarkan Pasal 41 ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis ialah karena sebab, pewarisan, wasiat, wakaf, hibah, perjanjian atau sebab lain yang

³Mohammad Nurul Hidayah, *Awas! Pertamina Bisa Tuntut Pertamina yang Pakai Logo Pertamina*, <https://motorplus.gridoto.com/read/04214068/awas-pertamina-bisa-tuntut-pertaminayang-pakai-logo-pertamina?page=all#!%2F>, diakses pada 31 Oktober 2018 pukul 06.32 WIB.

⁴Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta : Kencana, 2015), hlm 3

⁵Iswi Hariyani, Cita Yustia Serfiyani, R.Serfianto.DP, *Buku Pintar HAKI dan Warisan Budaya*, (Yogyakarta : Gajahmada University Press, 2018), hlm 115

dibenarkan oleh perundang-undangan seperti pembubaran badan hukum, restrukturisasi, merger atau akuisisi. Sehingga penggunaan merek selain alasan-alasan tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran merek yang dapat memberikan kerugian bagi pemilik merek tersebut dan atas hal tersebut pemilik merek terdaftar dapat melakukan suatu upaya hukum guna menghentikan segala perbuatan terkait penggunaan merek oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dan meneliti judul penelitian **“Pelanggaran Merek Pertamina Oleh Pelaku Usaha Pertamina Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.”** untuk diteliti lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa akibat hukum dari bagi Pelaku Usaha Pertamina atas pelanggaran merek milik PT. Pertamina?
2. Apa upaya penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran merek yang dilakukan oleh Pelaku Usaha Pertamina terhadap merek milik PT. Pertamina berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis?

1.3 Tujuan Penelitian

Agar dalam penulisan skripsi ini diperoleh sasaran yang dikehendaki, maka perlu ditetapkan suatu tujuan penulisan. Adapun tujuan penulisan tersebut dibagi menjadi 2 (dua) yakni tujuan umum dan tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum yang hendak dicapai dari penulisan skripsi ini antara lain :

1. Untuk memenuhi dan melengkapi salah satu persyaratan pokok yang bersifat akademis guna memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Jember

2. Untuk memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang hukum yang bermanfaat bagi almamater Fakultas Hukum Universitas Jember dan masyarakat pada umumnya ;
3. Sebagai sarana penerapan ilmu dan pengetahuan hukum yang telah diperoleh selama perkuliahan yang bersifat teoritis dengan praktik yang terjadi di lapangan masyarakat.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini antara lain:

1. Untuk memahami dan menganalisa akibat hukum bagi Pelaku Usaha Pertamina atas pelanggaran merek milik PT. Pertamina
2. Untuk memahami dan menganalisa upaya penyelesaian sengketa terhadap pelanggaran merek yang dilakukan oleh Pelaku Usaha Pertamina terhadap merek milik PT. Pertamina berdasarkan Undang-Undang Merek Dan Indikasi Geografis

1.4 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara untuk memperoleh data secara akurat, lengkap, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sehingga tujuan penelitian dapat dicapai. Metode penelitian pada karya ilmiah merupakan aspek epistemologis yang sangat penting dan dapat dikemukakan dalam bab secara rinci dan jelas.⁶

Menurut Peter Mahmud⁷ penelitian hukum dilakukan untuk mencari pemecahan atas isu hukum yang timbul. Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan *know-how* dalam ilmu hukum, bukan sekedar *know-about*. Sebagai kegiatan *know-how*, penelitian hukum dilakukan untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi. Disinilah dibutuhkan kemampuan untuk mengidentifikasi masalah hukum, melakukan penalaran hukum, menganalisis masalah yang dihadapi dan

⁶ Universitas Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga*, Jember, Jember University Press, 2016, hlm. 21.

⁷ Peter Mahmud Marzuki Edisi Revisi, *Penelitian Hukum*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2016), hlm. 60.

kemudian memberikan pemecahan atas masalah tersebut. Sehingga tercipta suatu karya tulis ilmiah yang sistematis dan terarah untuk menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru yang sesuai dengan perkembangan yang telah ada.

1.4.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam skripsi penulis adalah Yuridis Normatif, artinya permasalahan yang diangkat, dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Tipe penelitian ini digunakan dengan mengkaji berbagai macam aturan hukum yang bersifat formal seperti undang-undang, literatur-literatur yang bersifat konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan.⁸

1.4.2 Pendekatan Penelitian

Di dalam penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan. Dengan pendekatan tersebut, peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum adalah pendekatan undang-undang (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan historis (*historical approach*), pendekatan komparatif (*comparative approach*) dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*).⁹ Adapun dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menggunakan 2 (dua) Pendekatan yaitu Pendekatan perundang-undang (*statute approach*) dan Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*).

Pendekatan perundang-undang (*statute approach*) adalah suatu metode pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.¹⁰ Pendekatan ini digunakan oleh penulis untuk menganalisa rumusan masalah satu dan rumusan masalah dua yakni akibat hukum bagi Pertamina atas pelanggaran merek milik PT. Pertamina dan penyelesaian sengketa yang dapat digunakan oleh pemegang merek terhadap pihak yang menggunakan mereknya secara komersil dan tanpa ijin dari pemegang merek.

⁸*Ibid.* hlm 89

⁹*Ibid.*, hlm. 133.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 133

Sedangkan pendekatan konseptual yaitu suatu metode pendekatan melalui pendekatan dengan beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin hukum yang berkembang dalam ilmu hukum. Dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin didalam ilmu hukum, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.¹¹ Pendekatan ini digunakan oleh penulis untuk menganalisa rumusan masalah satu dan rumusan masalah dua yakni akibat hukum bagi Pertamina atas pelanggaran merek milik PT. Pertamina dan penyelesaian sengketa yang dapat digunakan oleh pemegang merek terhadap pihak yang menggunakan mereknya secara komersil dan tanpa ijin dari pemegang merek.

1.4.3 Bahan Hukum

Untuk dapat memecahkan suatu isu hukum dan sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seyogyanya maka diperlukan suatu bahan hukum. Bahan hukum merupakan bahan terpenting dalam suatu penelitian hukum dimana tanpa adanya bahan hukum maka suatu penelitian hukum tidak mungkin dapat ditemukan jawabannya. Bahan hukum dibedakan menjadi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.¹²

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas. Yang terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.¹³

¹¹*Ibid.*, hlm. 135-136

¹² Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm 48

¹³*Ibid.* hlm. 181

Bahan hukum primer yang digunakan oleh penulis dalam penelitian skripsi ini adalah :

1. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
2. Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
3. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 2134)

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.¹⁴ Pada penulisan skripsi ini bahan hukum sekunder yang digunakan oleh penulis adalah buku-buku teks yang berkaitan dengan isu hukum yang menjadi pokok bahasan, kamus-kamus hukum, tulisan-tulisan ilmiah, dan jurnal hukum tentang hukum yang telah dipublikasikan.

1.4.3.3 Bahan Non Hukum

Bahan-bahan non hukum dapat berupa buku-buku mengenai ilmu politik, ekonomi, sosiologi, filsafat, kebudayaan ataupun laporan-laporan penelitian non-hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penelitian.¹⁵ Bahan non-hukum yang digunakan dalam penulisan proposal skripsi ini ialah sumber bacaan dari Jurnal, internet yang berkaitan dengan pokok pembahasan.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 181

¹⁵*Ibid.*, hlm. 183-184

1.4.4 Analisa Bahan Hukum

Peter Mahmud Marzuki menyatakan bahwa dalam melakukan penelitian hukum, dilakukan langkah-langkah :¹⁶

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menemukan suatu isu hukum;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum dan bahan non hukum yang sekiranya dipandang perlu dan mempunyai relevansi dengan isu hukum;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan hukum dan non hukum yang telah dikumpulkan;
4. Menarik suatu kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum yang diteliti; dan
5. Memberikan preskripsi terhadap isu hukum yang telah dipecahkan atau ditemukan berdasarkan argumentansi yang telah dibangun dalam suatu bentuk kesimpulan.

Karakter ilmu hukum sebagai ilmu yang bersifat perskriptif dan terapan maka sesuai dengan langkah-langkah diatas. Sebagai ilmu terapan, ilmu hukum menetapkan standar prosedur, ketentuan-ketentuan, rambu-rambu dalam melaksanakan aturan hukum.¹⁷ Adanya langkah-langkah untuk melakukan penelitian hukum, diharapkan dalam penulisan proposal skripsi ini dapat memperoleh jawaban yang menjadi pokok bahasan dalam skripsi, sehingga menciptakan karya tulis yang tepat.

¹⁶*Ibid*, hlm. 213

¹⁷*Ibid*. hlm. 213

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hak Kekayaan Intelektual

2.1.1 Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Dahulu penyebutan istilah *Intellectual Property Rights* secara resmi diterjemahkan dengan hak milik intelektual dan di negara Belanda istilah tersebut merupakan introduksi dari sebutan *Intellectuele Eigendomsrecht*.¹⁸ Sekarang penggunaan istilah tersebut semakin jarang digunakan karena telah tergeserkan dengan penggunaan istilah Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Istilah Hak Kekayaan Intelektual sendiri secara resmi dipakai dalam kalangan birokrat sebagaimana dipakai dalam nomenklatur instansi resmi yang berhubungan dengan hak tersebut. Ketentuan yang mengatur mengenai penggunaan istilah tersebut diatur dalam Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-Undangan RI Nomor M.03.PR.07 Tahun 2000 dan persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dalam Surat Nomor 24/M/PAN/1/2000 istilah “Hak Kekayaan Intelektual” tanpa “atas” dapat disingkat dengan “HKI” atau akronim HaKI. Alasan perubahan istilah hak milik intelektual menjadi hak kekayaan intelektual, didasarkan pada penyesuaian dengan kaidah bahasa Indonesia.¹⁹

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau *Intellectual Property Rights* adalah hak hukum yang bersifat eksklusif (khusus) yang hanya dimiliki oleh para pencipta/penemu sebagai hasil aktivitas yang bersumber dari intelektual dan kreativitas yang bersifat khas dan baru. Karya-karya intelektual tersebut dapat berupa hasil karya cipta di bidang teknologi. Karya-karya yang dilindungi oleh HKI merupakan suatu karya yang dihasilkan berkat kemampuan intelektual manusia melalui pengorbanan tenaga, waktu, pikiran, perasaan dan hasil intuisi/ilham/hatinurani.²⁰

¹⁸ Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*, (Bandung : ALUMNI, 2003), hlm. 1

¹⁹ Muhamad Djumhana, Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 1

²⁰ Iswi Hariyani, Cita Yustia Serfiyani, R.Serfiyanto.D, *Op.Cit.* hlm 12

Prinsip utama pada Hak Kekayaan Intelektual adalah hasil kreasi dari pekerjaan yang menggunakan kemampuan intelektual, maka pribadi yang menghasilkan kreasi tersebut mendapatkan kepemilikan berupa hak alamiah (natural).²¹

Hak Kekayaan intelektual ini dianggap ada jika seorang manusia menggunakan daya intelektualnya membentuk dan menghasilkan sesuatu yang dapat didengar, dibaca, dilihat dan dapat digunakan secara praktis.²² Tidak semua situasi yang menggunakan usaha, akal budi, tenaga atau keahlian dan pengetahuan dapat mendapatkan perlindungan hak kekayaan intelektual karena berdasarkan hukum Indonesia dan Undang-Undang di banyak negara, suatu ciptaan atau invensi akan mendapatkan suatu perlindungan hukum apabila telah memenuhi syarat yang telah diatur dan ditetapkan oleh Undang-Undang sehingga pihak lain tidak dapat menggunakan ciptaan tersebut secara komersil dan memberikan kerugian bagi penemu atau penciptanya. Jadi pada umumnya perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual dapat diberikan terhadap suatu idea tau informasi yang bersifat komersil.²³

Hak Kekayaan Intelektual merupakan suatu hal dengan hak milik kebendaan karena HKI memiliki sifat yang tidak nyata sehingga tidak mudah hilang, tidak dapat disita dan lebih langgeng. Dalam buku yang berjudul Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights) yang ditulis oleh Saidin, Mahadi menyatakan bahwa barang yang dimaksudkan oleh pasal 409 KUH Perdata adalah benda materil, sedangkan hak merupakan bagian dari benda immaterial seperti hak tagih, hak atas bunga, hak sewa, hak guna bangunan, hak guna usaha, hak atas benda berupa jaminan.

Hal ini sejalan dengan ketentuan yang diatur dalam pasal 503 KUH Perdata.²⁴ Dalam pembahasannya HKI juga mengenal adanya hak moral dimananama pencipta atau penemu terus melekat pada hasil ciptaan atau temuannya meskipun telah terjadi peralihan hak kepada pihak lain. Selain itu, HKI

²¹ Muhamad Djumhana, Djubaedillah, *Op.Cit.* hlm 20

²² Muhamad Djumhana, Djubaedillah, *Ibid*, hlm 17

²³ Lindsey dkk, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung : ALUMNI, 2006), hlm. 3

²⁴ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1995), hlm 7

juga mengenal adanya hak ekonomi dimana dalam suatu karya cipta terdapat manfaat ekonomis yang dapat digunakan atau diambil oleh para pencipta, penemu, dan masyarakat.²⁵

2.1.2 Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual

Penggolongan terhadap Hak Kekayaan Intelektual secara umum dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yakni hak cipta dan hak kekayaan industri. Hak cipta memiliki ruang lingkup berupa karya cipta dalam bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Sedangkan dalam Hak Kekayaan Intelektual yang berupa hak kekayaan industri meliputi :²⁶

1. Paten dan Paten Sederhana;
2. Merek dan Indikasi Geografis;
3. Desain Industri;
4. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu;
5. Rahasia Dagang (*Trade Secret*);
6. Perlindungan Varietas Tanaman (PVT).

Ruang lingkup yang telah ditetapkan oleh TRIPS (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*) meliputi :²⁷

1. Hak Cipta (*Copyright*);
2. Merek Dagang (*Trademarks*);
3. Paten (*Patent*);
4. Desain Produk Industri (*Industrial Designs*);
5. Indikasi Geografi (*Geographical Indication*);
6. Desain Tata Letak (Topography) Sirkuit Terpadu (*Lay out Design*);
7. Perlindungan Informasi yang Dirahasiakan (*Protection of undisclosed information*).

2.2 Merek

2.2.1 Pengertian Merek dan Fungsi Merek

Perkembangan arus perdagangan yang pesat menimbulkan munculnya berbagai jenis merek dalam pasar. Merek sendiri memegang suatu peranan yang sangat penting, karena tak jarang konsumen menjadikan merek sebagai bahan pertimbangan dalam memilih suatu produk. Merek bukan hanya sebuah nama

²⁵ Iswi Hariyani, Cita Yustia Serfiyani, R.Serfianto.D, *Loc. Cit.* hlm 12

²⁶ Iswi Hariyani, Cita Yustia Serfiyani, R.Serfianto.D, *Ibid*, hlm 14

²⁷ Muhamad Djumhana, R. Djubaedillah, *Op.Cit.* hlm 23

melainkan juga bentuk kepercayaan konsumen serta citra suatu perusahaan. Merek merupakan asset yang dapat mendatangkan keuntungan besar bagi perusahaan. Umumnya suatu perusahaan akan memberikan identitas sebagai pembeda produknya dengan produk sejenis lainnya. Pengertian merek menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis :

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Merek merupakan suatu alat yang digunakan sebagai pembeda barang atau jasa yang diproduksi oleh satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Molegraf mengatakan “Merek yaitu dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang, dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat, dan diperdagangkan oleh orang, atau perusahaan lain.”²⁸

Sejatinya merek digunakan oleh pelaku usaha atau pemilik merek untuk memberikan perlindungan terhadap produknya, sehingga dapat dikatakan bahwa merek memiliki fungsi :²⁹

1. Fungsi pembeda, yakni fungsi yang digunakan untuk membedakan produk satu perusahaan dengan perusahaan yang lain.
2. Fungsi jaminan reputasi, yakni fungsi yang memberikan tanda asal suatu produk dan juga menghubungkan reputasi sebuah merek dengan produsen serta berfungsi sebagai jaminan kualitas atas produk yang beredar.
3. Fungsi promosi, yakni sebuah fungsi yang mana merek digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan suatu produk baru pada konsumen dan juga mempertahankan reputasi produk lama yang sudah terlebih dahulu diperdagangkan di pasar. Selain itu merek juga digunakan sebagai sarana untuk menguasai pasar.
4. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industry, yakni merek digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan industry melalui penanaman modal baik penanaman modal asing maupun dalam negeri guna menghadapi mekanisme dalam pasar.

²⁸ Muhamad Djumhana, R. Djubaedillah, *Ibid*, hlm 222

²⁹ Endang Purwaningsih, *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005), hlm 11

2.2.2 Unsur-Unsur Merek

Sesuatu dapat dikatakan sebagai suatu merek apabila memenuhi unsur-unsur yang telah ditentukan Dilihat dari ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, dapat diketahui bahwa merek adalah :³⁰

1. Tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna tersebut.
2. Memiliki daya pembeda (*distinctive*) dengan merek lain yang sejenis.
3. Hal tersebut digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis.

Ketentuan diatas menjelaskan tiga permasalahan pokok yang menjadi unsur-unsur dari sebuah merek. Pertama; dilihat dari bentuk atau wujud, merek sama dengan “tanda” yang terdiri dari beberapa unsur. Kedua; dari segi fungsinya yakni sebagai daya pembeda. Ketiga, dari segi tujuan yakni digunakan dalam perdagangan barang atau jasa.³¹

2.2.3 Jenis-Jenis dan Jangka Waktu Perlindungan Merek

Ketentuan Pasal 2 ayat (2) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis mengklasifikasikan merek menjadi dua (2) jenis, yang meliputi merek dagang dan merek jasa. Pengertian merek dagang dijelaskan pada Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan :

Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

³⁰ Rachmadi Usman, *Op.Cit*, hlm 321

³¹ M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 1992*, Cetakan Ke-1, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1996), hlm 182

Pengertian merek jasa diatur dalam ketentuan pasal 1 angka 3 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan :

Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

Selain merek dagang dan merek jasa, di dalam konvensi Paris dikenal pula adanya merek kolektif, yang mana merek kolektif ini ialah merek yang berasal dari suatu perkumpulan atau asosiasi.³²

Pengertiannya merek kolektif sendiri diatur dalam Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan :

Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Ketentuan dalam pasal 35 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa sebuah merek terdaftar mendapatkan perlindungan dengan jangka waktu 10 tahun sejak merek tersebut diterima dan dapat diperpanjang dengan jangka waktu yang sama melalui permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan yang dapat diajukan paling lama 6 bulan melalui elektronik ataupun dilakukan secara non elektronik sebelum habisnya jangka waktu perlindungan.

2.2.4 Lisensi Merek

Pemilik merek terdaftar dapat memberikan lisensi pada pihak lain melalui perijinan lisensi dengan tujuan agar pihak lain dapat menggunakan merek tersebut bagi secara keseluruhan maupun sebagian. Roeslan Saleh menjelaskan bahwa perkataan lisensi pada awalnya berasal dari kata latin "*licentia*". Yang artinya apabila kita memberikan kepada seseorang suatu lisensi terhadap suatu oktroi atau merek, maka kita memberikan kebebasan atau suatu izin kepada orang tersebut

³² Muhamad Djumhana, R. Djubaedillah, *Op.Cit.* hlm 230

untuk menggunakan sesuatu yang sebelumnya tidak boleh digunakan, misalnya untuk menggunakan penemuan yang dilindungi oleh oktroi atau menggunakan merek yang mendapatkan perlindungan dari hukum merek.³³ Tanpa adanya sebuah lisensi maka sebuah merek tidak dapat digunakan oleh pihak lain kecuali pemilik itu sendiri. Namun dalam sebuah perjanjian lisensi harus diberlakukan dengan jaminan baik dari pemilik merek maupun penerima lisensi agar tetap menjaga kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan.³⁴ Perjanjian lisensi merek dapat diberlakukan di seluruh wilayah Republik Indonesia dan perjanjian tersebut dianggap sah jika dimohonkannya pencatatannya pada Ditjen KI.³⁵

Pemilik merek terdaftar dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek miliknya baik secara keseluruhan ataupun sebagian sebagaimana batas-batas yang ditentukan dalam perjanjian lisensi. Perjanjian ini bersifat partai dan konsensual sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara sehingga harus dijalankan berdasarkan asas-asas yang terkandung dalam Pasal 1338 KUHPerdara. Dengan demikian perjanjian lisensi dapat dikatakan *difinitif* atau mengikat bagi kedua belah pihak, setelah perjanjian tersebut ditandangi masing-masing pihak yang melakukan perjanjian.³⁶ Terhadap perjanjian lisensi tersebut wajib dilakukan dimohonkannya pencatatannya pada menteri dan akan dimuat dalam berita resmi merek. Tidak semua merek dapat diberlakukan perjanjian lisensi atasnya. Terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar merek tersebut dapat dilakukan sebuah perjanjian lisensi. Merek yang dapat dilisensikan meliputi :³⁷

1. Merek Yang Telah Didaftarkan, hal ini dikarenakan hanya merek yang telah terdaftar yang mendapatkan perlindungan sehingga atasnya dapat dilakukan sebuah perjanjian lisensi.
2. Bukan Merek Kolektif, merek kolektif tidak dapat dilisensikan karena merek kolektif digunakan oleh sekelompok orang tertentu

³³ Roeslan Saleh, *Seluk Beluk Praktis Lisensi*, Cetakan Ke-2, (Jakarta : Sinar Grafika, 1991), hlm.11

³⁴ Sudargo Gautama, Rizawanto Winata, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam Rangka WTO, TRIPS 1997)*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1997), hlm 68

³⁵ Iswi Hariyani Cita Yustia Serfiyanti, R. Serfianto, *Op. Cit*, hlm 126

³⁶ M. Yahya Harahap, *Op. Cit*, hlm 537

³⁷ M. Yahya Harahap, *Ibid*, hlm 542

atau diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama

3. Jangka Waktu Perlindungan Masih Berlaku, sebuah lisensi yang telah habis jangka waktu perlindungannya maka tidak lagi mendapatkan perlindungan. Maka merek tersebut tidak dapat dilisensikan.

2.3 Logo

2.3.1 Pengertian Logo

Unsur visual seperti logo memiliki peranan penting bagi berkembangnya suatu merek karena manusia pada hakikatnya lebih mudah mengingat sesuatu dari apa yang dilihatnya seperti gambar atau simbol. Terdapat banyak peristilahan atau pengertian yang bervariasi tentang logo. Suroto Rustan dalam bukunya yang berjudul *Mendesain Logo*, mengatakan bahwa logo adalah singkatan dari *logotype*. Istilah *logotype* ini dikenal lebih dulu dibandingkan kata logo pada tahun 1810 – 1840. *Logotype* memiliki arti sebagai desain yang berupa tulisan, nama, entitas yang secara khusus didesain dengan menggunakan suatu jenis huruf tertentu. Sehingga pada mulanya *logotype* hanya berbentuk tulisan saja. Dalam perkembangannya, *logotype* terus mengalami perkembangan menjadi lebih unik dan bervariasi. *Logotype* yang mulanya hanya memuat tulisan, kemudian ditambah dengan elemen gambar yang bercampur menjadi satu dengan tulisan. Hingga pada tahun 1937, istilah logo baru muncul hingga saat ini.³⁸ Sedangkan pengertian logo menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah huruf atau lambang yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan sebagainya. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (Permen PAN) Nomor 80 Tahun 2012 Tentang Pedoman Tata Naskah Dinas menyatakan bahwa Logo adalah tanda pengenal atau identitas berupa simbol atau huruf yang digunakan dalam tata naskah dinas instansi pemerintah sebagai identitas agar publik lebih mudah mengenalnya.³⁹

³⁸ Sany Tifani Yenata, F Anita Herawati, *Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek*, Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sanytifani@yahoo.co.id, diakses pada tanggal 28 Oktober 2018 pukul 20.00 WIB

³⁹ Wahanu P, Ari Prasetyo, *Aspek Hukum Logo Instansi Pemerintah Tinjauan Hukum Hak Cipta dan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Media HKI, Volume 10, Nomor 5, hlm 16.

Pengertian logo juga dikemukakan oleh Kusrianto, yang menjelaskan bahwa logo merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi untuk menggambarkan ciri khas secara komersial.⁴⁰ Murphy dan Rowe menyatakan bahwa logo merupakan gambaran dari seluruh kenyataan yang ada dalam perusahaan yang kemudian dipadatkan dalam satu simbol praktis yang selalu bisa dikontrol, diubah, dikembangkan dan dimatangkan⁴¹. Dengan kata lain, logo merupakan pengejawantahan dari seperangkat nilai internal perusahaan yang dikemukakan secara simbolik sebagai bagian dari identitas perusahaan tersebut⁴¹.

2.3.2 Fungsi Logo

Berkembangnya arus perdagangan dan munculnya berbagai merek di pasar, peran logo menjadi sangat penting terutama dalam pembuatan strategi branding sebuah produk. Memberikan identitas terhadap suatu produk merupakan tujuan utama dari sebuah logo. Melalui berbagai informasi dan asosiasi produk, logo dijadikan sebagai sarana komunikasi untuk lebih memperkenalkan atau mendapatkan pengakuan dan kepercayaan sehingga, masyarakat memilih untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Terence A. Shimp menyatakan bahwa “tidak dapat diragukan lagi bahwa logo memiliki peran sebagai sarana komunikasi yang memiliki dampak pada citra pada sebuah merek. Sehingga logo menjadi salah satu peran penting dalam strategi untuk pemasaran.”⁴² Konsumen akan lebih mengingat, tertarik, kemudian membeli suatu produk yang dipasarkan. Dari fungsi ini, logo dijadikan sebuah ukuran citra, baik citra sebuah produk, perusahaan, lembaga maupun organisasi.

Logo memiliki peran sebagai *visual identity* bagi sebuah perusahaan. Logo memiliki fungsi sebagai tanda atau simbol dari sebuah entitas (perusahaan/ organisasi/ lembaga tertentu) yang mewakili kehadiran seluruh entitas tersebut dalam bentuk visual, dimana logo tersebut dapat menyampaikan pesan komunikatifnya kepada konsumen. Pada dasarnya logo merupakan representasi

⁴⁰ Arum Akminanti, *Simbolisasi Filosofi Perusahaan Melalui Logo Pada PT. Pertamina Persero*, eJournal Ilmu Komunikasi Volume 1 Nomor 1, hlm 90

⁴¹ Wahanu P, Ari Prasetyo, *Op. Cit*, hlm 17

⁴² Sany Tifani Yenata, F Anita Herawati, *Loc. Cit*

visual atas segala tujuan yang hendak dicapai oleh entitas. Logo tidak berfungsi untuk menjual suatu produk melainkan hanya mewakili identitas dari suatu entitas tertentu, namun dalam hal ini logo berfungsi sebagai titik nol atau titik awal upaya entitas dalam mengenalkan dan menawarkan produk/jasa.⁴³

Secara sederhana, fungsi logo meliputi :⁴⁴

1. Identitas diri, untuk membedakannya dengan identitas orang lain
2. Tanda kepemilikan, untuk membedakannya dengan kepemilikan orang lain
3. Tanda jaminan kualitas
4. Mencegah peniruan atau pembajakan

2.3.3 Makna Logo PT.Pertamina

Sebelum melakukan perubahan, logo PT. Pertamina terdahulu dibentuk melalui Peraturan Pemerintah (PP) No. 27 tahun 1968 Tentang Pendirian Perusahaan Negara Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Nasional (PN. Pertamina) merupakan lambang dua kuda laut yang saling berhadapan menggapit bintang dengan menggunakan dominasi warna biru, merah dan kuning. Berdasarkan keputusan direksi Pertamina 914/kpts/dr/du/1971 secara resmi memberlakukan logo PT. Pertamina ini sebagai simbol dari PT. Pertamina. Namun seiring dengan perkembangan zaman, perwajahan logo PT. Pertamina juga turut berkembang agar mampu bersaing dengan kompetitor asing. Maka pada tahun 2005 PT. Pertamina mengganti logonya dengan bentuk monogram berbentuk huruf P yang terdiri dari 3 simbol anak panah yg bewarna merah, hijau dan kuning yang disertai dengan kata Pertamina disebelah kanan simbol. Desain dibuat lebih sederhana guna menyesuaikan perkembangan trend desain pada era ini, yakni simpel sehingga akan lebih mudah diingat oleh konsumen.

⁴³Abdul Azis Said, *Mendesain Logo*, Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar, abd.aziz.said@unm.ac.id, diakses pada tanggal 28 Oktober 2018 pukul 00.17 WIB

⁴⁴Yana Erlyana, *Loc. Cit.* hlm 16

Setiap logo dari perusahaan diharapkan mampu mewakili visi misi yang hendak dicapai oleh sebuah perusahaan, maka berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa logo PT. Pertamina yakni sebagai berikut :⁴⁵

1. Logo baru Pertamina yang menyerupai monogram huruf “P” terdiri dari tiga simbol anak panah. Simbol anak panah juga turut dilengkapi dengan kata Pertamina di sebelah kanan simbol tersebut memiliki beberapamakna yang terkandung didalamnya di antaranya, yaitu pertama melambangkan aspirasi organisasi perusahaan untuk senantiasa bergerak ke dapan, maju dan progresif. Kedua ketiga elemennya melambangkan pulau-pulau dengan berbagai skala yang merupakan bentuk Indonesia. Ketiga simbol terlihat seperti monogram huruf “P” yang merupakan huruf pertama kata “Pertamina”.
2. Dalam perubahan logonya, PT. Pertamina mengaplikasikan tiga warna khas pada logo barunya, yaitu warna merah yang mencerminkan insan Pertamina yang pekerja keras, berani dan rajin serta mampu melawan tantangan. Warna hijau mencerminkan sumber energi yang ramah lingkungan dan sebuah organisasi yang peduli terhadap lingkungan sekitarnya. Serta warna biru mencerminkan sisi organisasi yang handal, dapat dipercaya, serta bertanggung jawab.
3. Penggunaan logo baru yang mulai diberlakukan pada 10 Desember 2005 hingga saat ini bertujuan untuk membangun image PT. Pertamina sebagai suatu perusahaan energi yang selalu maju dengan *man power* kompeten dan berdedikasi tinggi, memiliki wawasan lingkungan yang tinggi serta selalu bersemangat dalam menyediakan energi bagi Indonesia

Perubahan terhadap logo PT. Pertamina dengan kandungan makna yang menggambarkan cerminan diri perusahaan diharapkan dapat menjadikan PT. Pertamina sebagai perusahaan yang dipercaya oleh konsumen untuk terus menyediakan energi khususnya Bahan Bakar Minyak untuk Masyarakat Indonesia.

⁴⁵Arum Akminanti, *Op. Cit.* hlm. 98

BAB 4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Akibat-akibat hukum yang dapat dikenakan bagi pelaku usaha Pertamina terkait penggunaan merek yang memiliki kesamaan pada pokoknya dengan merek milik PT. Pertamina adalah pelaku usaha Pertamina dapat dikenakan sanksi pidana berupa pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) karena dalam hal ini penggunaan merek yang digunakan oleh pelaku usaha telah memenuhi unsur-unsur sebagaimana diatur dalam pasal 100 ayat 2 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Pelaku usaha Pertamina juga harus menghentikan segala perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek milik PT. Pertamina karena tidak memiliki alas hak yang sah dalam penggunaan merek tersebut. Jika dalam hal ini pelaku usaha Pertamina tidak menghentikan segala perbuatannya yang berkaitan dengan penggunaan merek milik PT. Pertamina maka dapat pemilik merek dapat mengajukan gugatan berupa gugatan ganti rugi dan gugatan penghentian segala perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek sebagaimana diatur dalam pasal 83 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu Ditjen KI juga akan melakukan penolakan merek jika pelaku usaha Pertamina melakukan pendaftaran pada merek tersebut.

2. Berdasarkan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, penyelesaian sengketa yang dapat digunakan dalam sengketa pelanggaran merek yang dilakukan oleh pelaku usaha Pertamina terhadap merek milik PT. Pertamina dapat diselesaikan melalui jalur non litigasi dan jalur litigasi. Jalur non litigasi yang digunakan adalah melalui proses negosiasi, mediasi, konsiliasi dan arbitrase. Namun jika penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi tidak menghasilkan suatu penyelesaian maka penyelesaian sengketa dapat dilanjutkan melalui jalur litigasi yakni melalui Pengadilan niaga sebagaimana dijelaskan dalam pasal 83 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

4.2 Saran

1. Hendaknya pemerintah melakukan edukasi bagi masyarakat, pemilik merek para pelaku usaha khususnya pelaku usaha Pertamina dalam rangka meningkatkan perlindungan hukum bagi merek terkenal agar tidak digunakan secara tanpa hak oleh pihak lain
2. Hendaknya bagi aparat penegak hukum melakukan tindakan tegas bagi segala jenis pelanggaran merek khususnya merek-merek yang sudah terkenal serta melakukan berbagai upaya pencegahan agar dapat meminimalisasi segala bentuk pelanggaran merek.
3. Hendaknya pemerintah aktif dalam memberikan penyuluhan terkait Alternatif Penyelesaian Sengketa (Non Litigasi) sebagai penyelesaian utama yang mengedepankan perdamaian tanpa mengesampingkan peran peradilan dapat mengurangi jumlah penyelesaian perkara melalui proses litigasi sehingga proses penyelesaian sengketa melalui litigasi dapat berjalan lebih cepat dan efisien

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Achmad Romsan, 2016, *Alternative Dispute Resolution Teknik Penyelesaian Sengketa Diluar Pengadilan : Negosiasi dan Mediasi*, Malang : Setara Press.
- Bambang Sutiyoso, 2006, *Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Yogyakarta : Citra Media.
- Dyah Ochtorina Susansi dan A'an Efendi, 2014, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Dwi Reski Sri Antarini, 2013, *Mediasi Pengadilan Salah Satu Bentuk Penyelesaian Sengketa Berdasarkan Asas Peradilan Cepat, Sederhana, Biaya Ringan*, Bandung : Alumni.
- Endang, 2005. *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights*, Bogor: Ghalia.
- Frans Hendra Winarta, 2013, *Hukum Penyelesaian Sengketa Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasioal*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Iswi Hariyani, Cita Yustia Serfiyani, R.Serfianto.DP, 2018, *Buku Pintar HAKI dan Warisan Budaya*, Yogyakarta : Gajahmada University Press.
- Lindsey dkk, 2006, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung, ALUMNI.
- Moch. Basarah, 2011, *Prosedur Alternatif Penyelesaian sengketa Arbitrase Tradisional dan Modern (Online)*, Bandung :Genta Publishing.
- Muhamad Djumhana, Djubaedillah, 2014, *Hak Milik Intelektual*, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- M. Khoidhin, 2009, *Hukum Arbitrase Bidang Perdata*, Yogyakarta : Laksbang Mediatama.
- M. Yahya Harahap, 1996, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 1992*, Cetakan Ke-1, Bandung :Citra Aditya Bakti.
- Nurnaningsih Amriani, 2012, *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata di Pengadilan*, Jakarta : RajaGrafindo Persada.

Peter Mahmud Marzuki, 2016, Edisi Revisi, *Penelitian Hukum*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group.

Rahmi Jened, 2015 *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta : Kencana

Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*, Bandung : ALUMNI.

Rachmadi Usman, 2013, *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Bandung : Citra Aditya Bakti.

Roeslan Saleh, 1991, *Seluk Beluk Praktis Lisensi*, Cetakan Ke-2, Jakarta : Sinar Grafika.

Saidin, 1995, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Sudargo Gautama, Rizawanto Winata, 1997,*Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (Dalam Rangka WTO, TRIPS 1997)*, Bandung : Citra Aditya Bakti.

Sujud Margono, 2004, *ADR (Alternative Dispute Resolution & Arbitrase Proses Pelembagaan dan Aspek Hukum*, Bogor : Ghalia Indonesia.

Susanti Adi Nugroho, 2016, *Penyelesaian Sengketa Arbitrase dan Penerapan Hukumnya*, Jakarta : Prenadamedia Group.

Universitas Jember, 2016, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga*, Jember, Jember University Press.

Zaeni Asyhadie, 2017, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Jakarta : Rajagrafindo Persada.

B. JURNAL

Arum Akminanti, *Simbolisasi Filosofi Perusahaan Melalui Logo Pada PT. Pertamina Persero*, eJournal Ilmu Komunikasi Volume 1 Nomor 1.

Erlyana Yana,2013,*Kajian Strategi Branding Dalam Bentuk Corporate Identity Dengan Studi Kasus:Butik Belle Chic*, Jurnal Rupa Volume 2 No 2.

Wahanu P, Ari Prasetyo, *Aspek Hukum Logo Instansi Pemerintah Tinjauan Hukum Hak Cipta dan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Media HKI, Volume 10, Nomor 5

C. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 2134)

D. INTERNET

Awas! *Pertamina Bisa Tuntut Pertamina yang Pakai Logo Pertamina*, <https://motorplus.gridoto.com/read/04214068/awas-pertamina-bisa-tuntut-pertamina-yang-pakai-logo-pertamina?page=all#!%2F>, diakses pada 31 Oktober 2018 pukul 06.32 WIB.

Deka, Priyo, *Pertamina Masuk 6 Besar Most Valuable Indonesian Brands 2018*, <https://www.pertamina.com/id/news-room/energi-news/pertamina-masuk-6-besar-most-valuable-indonesian-brands-2018>, diakses pada 11 Januari 2019 Pukul 11.18 WIB

Paryadi, *Wow Jumlah kendaraan mencapai 111 Juta di Tahun 2018*, <https://paryadi.com/2018/01/16/jumlah-kendaraan-2018/>, diakses pada tanggal 5 Desember 2018 pukul 23.06 WIB

F. Rizki Putra, *Contoh Kumpulan Motto Terbaru Dalam Penulisan Tugas Akhir1*, <http://teambait.blogspot.com/2015/11/contoh-kumpulan-motto-terbaru-dalam76.html?m=1>, diakses pada 21 Maret 2019 pukul 00.13 WIB

E. LAIN-LAIN

Said Abdul Azis, *Mendesain Logo*, Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar, abd.aziz.said@unm.ac.id

Yenata Sany Tifani, F Anita Herawati, *Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada Desain Logo dan Nama Merek*, Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281, sanytifani@yahoo.co.id

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Gambar 1



Gambar : Merek milik PT. Pertamina yang telah terdaftar dan secara resmi digunakan pada 10 Desember 2005

Sumber: <https://www.pertamina.com/id/makna-logo>, diakses pada tanggal 6 Desember 2018 pukul 01.10 WIB

Gambar 2



Gambar : Salah satu Pertamina yang menggunakan merek milik PT. Pertamina yang berada di kecamatan Tegal Ampel, Kecamatan Bondowoso

Sumber : Gambar yang diambil oleh penulis pada 14 September 2018 pukul 21.13 WIB

ARTIKEL BERITA 1

Awas! Pertamina Bisa Tuntut Pertamina yang Pakai Logo Pertamina

Mohammad Nurul Hidayah - Kamis, 21 Desember 2017 | 14:46 WIB
tribunnews.com

MOTOR Plus-online.com -Bikers yang tinggal di wilayah Jabodetabek pasti tidak asing dengan yang namanya Pertamini.Buat yang belum tahu, Pertamini adalah pengecer Bahan Bakar Minyak (BBM) yang menggunakan pompa manual untuk menjajakan dagangannya.Nah, secara kasat mata, pengecer BBM bernama Pertamini menggunakan logo dan bernuansa mirip seperti Pertamina.Ini membuat Pertamini seolah-olah merupakan mitra kerja resmi dari Pertamina.

Ternyata, Pertamini sendiri memang tidak ada hubungan sama sekali dengan Pertamina. SVP Fuel Marketing & Distribution PT Pertamina (Persero), Gigih Wahyu Hari Irianto, meminta masyarakat yang menjual BBM lewat Pertamini, khususnya di Indonesia, untuk tidak menggunakan logo dan warna Pertamina saat menjual BBM jenis premium dan pertalite."Pertamina itu tidak ada kaitannya dengan Pertamini, jadi saya sampaikan di sini Pertamini itu dilarang pakai logo Pertamina," ungkap Gigih Wahyu di Jakarta, Rabu (20/12/2017).Menurut Gigih, nantinya yang dapat izin sebagai pengecer dari Pertamina itu hanya PT Garuda Mas Energy pemilik SPBU G-Lite."Nah itulah yang dari Pertamina. Kalau yang lain saya enggak bicara," tegasnya.

Ia mengaku Logo dan warnaPertamina merupakan hak paten yang sudah di miliki PT Pertamina.Untuk itu, ia menekankan, apabila ada masyarakat yang menjual BBM mengikut sertakan logo dan warna tanpa izin Pertamina maka itu sudah melanggar hukum.Tentu saja Pertamina bisa menuntut pemilik Pertamini yang gunakan warna dan logoPertamina.

Diakses pada 31 Oktober 2018 pukul 06.32 WIBpada laman <https://motorplus.gridoto.com/read/04214068/awas-pertamina-bisa-tuntut-pertamini-yang-pakai-logo-pertamina?page=all#!%2F>

ARTIKEL BERITA 2

Pertamina Masuk 6 Besar Most Valuable Indonesian Brands 2018

2018-06-01 11:10:00[energia-news605](#)

JAKARTA - Pertamina berhasil meraih penghargaan Brand Finance TOP 100 Most Valuable Indonesian Brands 2018 yang diselenggarakan oleh SWA bekerja sama dengan Brand Finance, di Balroom C Shangri-la Hotel Jakarta, Kamis (31/5/2018).

Pemimpin Umum Majalah SWA Kemal Effendi Gani, mengatakan penghargaan yang diadakan rutin setiap tahun ini dimaksudkan untuk memberikan apresiasi kepada perusahaan yang meraih merk produk tertinggi di Indonesia. Perusahaan tersebut dapat meraih penghargaan karena dinilai dapat membangun brandnya dengan baik, serta produk yang berinovasi.

"Semoga penghargaan ini dapat memotivasi perusahaan untuk lebih meningkatkan brand Indonesia ke arah yang lebih baik," harap Kemal.

Corporate Brand Manager Pertamina Milla Suciyani mengatakan, BUMN ini berhasil meraih Most Valuable Indonesian Brands 2018 with USD 2.028 million Brand Values & AA- Brand Rating. Ia merasa bangga karena ini merupakan kali pertama Pertamina memperoleh penghargaan dari Brand Finance dan Majalah SWA dan langsung menduduki peringkat ke 6.

"Ini pertama kali Pertamina meraih penghargaan sebagai Most Valuable Indonesian Brand 2018 dan langsung meraih peringkat 6," ujarnya.

Milla optimistis Pertamina ke depannya dapat menjadi The Best Top Brand di Indonesia dan go global. "Saat ini baru 1 brand Indonesia yang bisa masuk go global brand dan Pertamina menuju ke arah sana," ujar Milla.*DEKA/FT. PRIYO

Diakses pada 11 Januari 2019 Pukul 11.18 WIB pada laman <https://www.pertamina.com/id/news-room/energi-news/pertamina-masuk-6-besar-most-valuable-indonesian-brands-2018>,

ARTIKEL BERITA 3

Wow Jumlah kendaraan mencapai 111 Juta di Tahun 2018

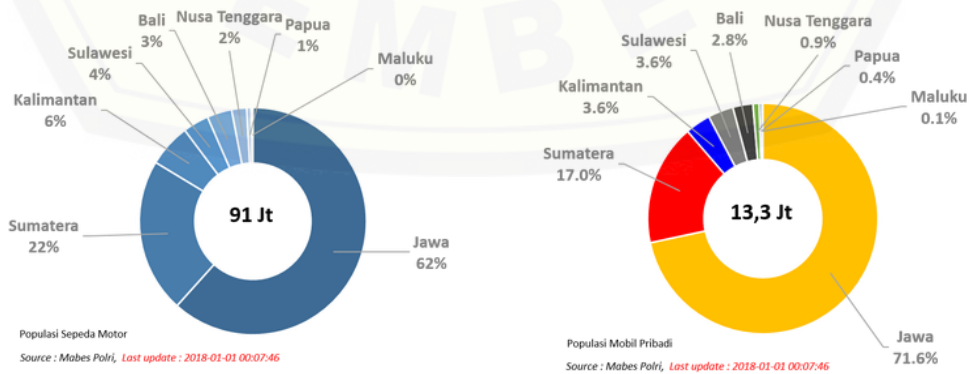
Parvadi on Januari 16, 2018

Menyambut tahun 2018 jumlah kendaraan menyentuh angka yang sangat signifikan. Usut punya usut data yang diperoleh dari Mabes Polri, jumlah kendaraan yang terdaftar di Indonesia per tanggal 1 Januari 2018 mencapai 111 Juta, atau tepatnya 111.571.239 unit kendaraan. Angka tersebut termasuk jumlah sepeda motor yang memberikan kontribusi terbesar sebesar 82% atau 91.085.532 unit sepeda motor. Menyusul Mobil Pribadi dengan kontribusi 12% atau sebanyak 13.253.143 unit mobil. Sisanya kontribusi dari Mobil Bus, Mobil Barang, dan Kendaraan Khusus.

NO	NAMA PULAU	MP	BUS	MB	SPD MOTOR	RANSUS	TOTAL	%
1	Jawa	9,494,410	88,524	2,141,465	56,153,859	41,674	70,078,792	62.81%
2	Sumatera	2,257,408	24,411	1,054,711	20,045,216	17,502	23,925,407	21.44%
3	Kalimantan	472,065	7,732	324,097	5,568,617	2,677	6,376,694	5.72%
4	Sulawesi	473,755	3,793	184,435	3,368,624	1,235	4,397,268	3.94%
5	Bali	373,658	7,481	137,861	3,210,911	722	3,730,636	3.34%
6	Nusa Tenggara	117,344	3,418	88,730	1,941,485	638	2,152,081	1.93%
7	Papua	48,632	832	30,052	558,337	348	646,090	0.58%
8	Maluku	15,870	184	9,526	238,483	176	264,271	0.24%
TOTAL		13,253,142	136,375	3,970,877	91,085,532	64,972	111,571,239	

Jumlah Kendaraan Per Pulau, *Source* : Mabes Polri *Last Update* 1 Januari 2018

Yang mencolok dari data di atas adalah populasi kendaraan khususnya mobil di pulau Jawa yang hampir mencapai 72% dari Jumlah Mobil secara Nasional. Pantasan macet ya Jawa.



Lebih detail lagi provinsi dengan jumlah mobil terbanyak adalah Jakarta, sedangkan Provinsi dengan jumlah sepeda motor terbanyak adalah Jawa Timur seperti data berikut.

NO	POLDA	MP	BUS	MB	SPD MOTOR	RANSUS	TOTAL	%
1	JAWA TIMUR	1,578,825	1,885	655,158	17,115,854	1,100	19,382,263	17.37%
2	METRO JAYA	2,944,735	30,118	566,789	13,765,308	31,480	17,358,824	15.56%
3	JAWA TENGAH	1,027,127	34,078	512,864	13,673,908	5,411	15,253,821	13.67%
4	JAWA BARAT	3,468,415	17,339	317,541	7,774,185	2,509	13,687,017	12.27%
5	SUMATERA UTARA	530,662	4,524	231,529	5,052,134	1,555	5,852,762	5.25%
6	BALI	373,658	7,481	137,861	3,210,911	722	3,730,636	3.34%
7	LAMPUNG	225,117	2,481	153,313	2,917,208	1,231	3,299,375	2.96%
8	RIAU	273,138	4,316	163,113	2,490,683	1,383	3,279,803	2.94%
9	SUMATERA SELATAN	306,260	1,868	168,727	2,751,164	7,927	3,258,425	2.92%
10	KALIMANTAN TIMUR	235,256	5,453	167,517	2,370,795	1,203	2,780,449	2.49%
11	DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	323,884	2,312	34,198	2,178,285	436	2,539,318	2.28%
12	SULAWESI SELATAN	288,244	1,993	82,867	1,850,974	574	2,243,092	2.01%
13	SUMATERA BARAT	196,235	3,173	108,614	1,681,973	985	2,013,920	1.81%
14	JAMBI	129,369	1,488	82,351	1,690,418	783	2,005,173	1.80%
15	BANTEN	151,424	2,792	54,915	1,646,319	738	1,857,549	1.66%
16	NANGROE ACEH DARUSSALAM	100,499	3,471	49,155	1,437,354	2,566	1,593,456	1.43%
17	NUSA TENGGARA BARAT	80,380	2,334	57,025	1,382,640	473	1,522,883	1.36%
18	KALIMANTAN BARAT	67,909	547	45,627	1,366,063	474	1,481,866	1.33%
19	KALIMANTAN SELATAN	101,517	1,303	61,650	1,009,078	386	1,173,934	1.05%
20	KALIMANTAN TENGAH	67,383	429	49,303	822,681	614	940,445	0.84%
21	BENGGULU	329,902	718	41,880	541,443	192	914,144	0.82%
22	KEPULAUAN BANGKA BELITUNG	56,720	1,030	37,038	794,655	484	889,929	0.80%
23	KEPULAUAN RIAU	109,506	1,342	18,991	688,184	396	818,420	0.73%
24	SULAWESI TENGAH	41,591	549	23,930	591,673	198	659,234	0.59%
25	NUSA TENGGARA TIMUR	36,964	1,084	31,705	558,845	165	629,198	0.56%
26	SULAWESI UTARA	75,195	999	40,475	299,470	212	621,467	0.56%
27	SULAWESI TENGGARA	41,880	66	24,375	520,599	72	588,756	0.53%
28	PAPUA	31,501	832	23,467	367,492	286	423,598	0.38%
29	GORONTALO	26,845	186	12,788	105,908	179	284,719	0.26%
30	PAPUA BARAT	17,131	-	6,585	190,845	62	222,492	0.20%
31	MALUKU	10,404	128	5,749	131,946	145	148,377	0.13%
32	MALUKU UTARA	5,466	56	3,777	106,537	31	115,894	0.10%
33	SULAWESI BARAT	-	-	-	-	-	-	0.00%
TOTAL		13,253,142	136,375	3,970,877	91,085,532	64,972	111,571,239	

Jumlah Kendataan per Provinsi, Last update 1 Januari 2018

Diakses pada tanggal 5 Desember 2018 pukul 23.06 WIB pada laman <https://paryadi.com/2018/01/16/jumlah-kendaraan-2018/>