

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK  
ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN**

**SKRIPSI**



Oleh:

**RIZKI NUR ASTIKASARI**

NIM : 17410515

**PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK  
ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (Strata-1) pada  
Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia



**PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN

Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk Diajukan  
Ke Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendaran  
Pada tanggal 21 Mei 2024



Yogyakarta, 27 Mei 2024

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

**Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum**  
NIP / NIK : 014100019

الجامعة الإسلامية

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



### PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam  
Ujian Tugas Akhir / Pendaran  
pada tanggal dan Dinyatakan LULUS



Tim Penguji

1. Ketua : Budi Agus Riswandi, Prof., Dr., S.H., M.Hum.
2. Anggota : Abdurrahman Al-Faqih, S.H., M.A., LLM.
3. Anggota : Lucky Suryo Wicaksono, S.H., M.Kn., M.H.

Tanda Tangan

Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia  
Fakultas Hukum  
Dekan,



**Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.H.**  
NIK. 014100109



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

ISI

### SURAT PERNYATAAN

#### ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH BERUPA TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RIZKI NUR ASTIKASARI  
Nim : 17410515

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan Judul : **PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN**

Karya Ilmiah ini saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya sendiri yang dalam penyusunan tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku
2. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan Perpustakaan di Lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ini.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan butir no.1 dan no.2), saya sanggup menerima sanksi baik administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan terhadap pembelaan hak-hak dan kewajiban saya, di depan "MAJELIS" atau "TTM" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar dan tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 27 Mei 2024  
Yang membuat pernyataan



RIZKI NUR ASTIKASARI  
NIM: 17410515

## CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Rizki Nur Astikasari
2. Tempat Lahir : Tangerang
3. Tanggal Lahir : 21 Oktober 1999
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Widaran RT 02 RW 08, Kel. Pulisen, Kec. Boyolali, Kab. Boyolali, Jawa Tengah
6. Identitas Orang/Wali
  - a. Nama Ayah : Tukimo  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
  - b. Nama Ibu : Warsiti, M.Pd.  
Pekerjaan Ibu : Guru/PNS
  - Alamat Orang Tua : Widaran RT 02 RW 08, Kel. Pulisen, Kec. Boyolali, Kab. Boyolali, Jawa Tengah
7. Riwayat Pendidikan
  - a. SD : MI Negeri 1 Boyolali
  - b. SMP : SMP Negeri 2 Boyolali
  - c. SMA : SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta
8. Riwayat Organisasi
  - a. Lembaga Pers Mahasiswa KEADILAN FH UII
  - b. *Bussines Law Club* FH UII
  - c. UKM Sanggar TERPIDANA FH UII

Yogyakarta, 27 Mei 2024  
Yang bersangkutan,

RIZKI NUR ASTIKASARI  
NIM. 1710515

## HALAMAN MOTTO

بِاللَّهِ الْعَظِيمِ  
وَبِالرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*“Dan hanya kepada Tuhanmulah (Allah SWT), hendaknya kamu berharap”  
(Q.S. Al Insyirah ayat 8)*

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan). Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”*

*(Q.S. Alam Nasyrah ayat 6 dan 7)*

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”*

*(Q.S. Al Baqarah ayat 286)*

الْبَعْثُ إِلَى الْأَرْضِ الْأَنْبِيَاءِ  
الْبَعْثُ إِلَى الْأَرْضِ الْأَنْبِيَاءِ

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Mempersembahkan karya ini untuk*

*Ayah dan Ibu tercinta yaitu Bapak Tukimo dan Ibu Warsiti beserta keluarga dan teman-teman tersayang yang luar biasa dalam mendampingi perjalanan dengan ketulusan, keikhlasan, dan kesabaran hingga mencapai titik ini*

*Dan untuk almamater Universitas Islam Indonesia tercinta.*

الجمعة المباركة  
الاستاذة  
الانيسة



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

*Alhamdulillahilahi robbil'alamin* segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, ridho, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tugas akhir (skripsi) yang berjudul “**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN**” dengan baik.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Islam Indonesia dan juga sebagai sarana untuk mempraktekkan secara langsung teori dan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani masa studi di Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Terselesainya tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan peran dari berbagai pihak, baik berupa dukungan ide, wacana, moral, dan dalam bentuk apapun yang dapat meneguhkan hati dan memberikan inspirasi untuk segera menyelesaikannya. Pada kesempatan ini saya berusaha sedikit membalas kebaikan mereka dengan menuliskan ucapan terimakasih sedalam-dalamnya ini kepada :

1. Orangtuaku, Bapak Tukimo dan Ibu Warsiti, yang senantiasa memberikan do'a, restu, materi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan

pendidikannya;

2. Bapak Prof Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia;
3. Bapak Prof Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum., sebagai dosen pembimbing skripsi yang dengan kesabaran dan ketulusan selalu memberikan arahan, bimbingan, dan masukan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini;
4. Bapak Drs. Agus Triyanta, M.A., M.H., Ph. D., Bapak Dodik Setiawan Nur Heriyanto S.H., M.H., Il. M., Ph. D., Bapak Bagya Agung Prabowo, S.H., M. Hum., Ph. D., Bapak Dr. Umar Haris Sanjaya, S.H., M.H., beserta Bapak dan Ibu dosen pengajar di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis. Semoga menjadi ilmu yang bermanfaat dan mendapatkan pahala jariyah;
5. Ibu Mirani Desi Ekowati, S.E., Bapak Dodi Ariyanto, Bapak Roni Mintardi, beserta Bapak dan Ibu petugas administrasi akademik yang senantiasa membantu selama masa perkuliahan hingga pengerjaan tugas akhir ini;
6. Kakakku Ferry Jati dan Fajar Sigit beserta keluarga, yang selalu memberikan semangat dan menemani;
7. Teman-teman Fakultas Hukum UII Angkatan 2017, keluarga LPM Keadilan FH UII, keluarga BLC FH UII, keluarga UKM Sanggar Terpidana FH UII, dan teman-teman lainnya. Terimakasih atas segala dukungan, semangat dan

pembelajarannya. Semoga ilmu dan pengalaman yang kita dapat selama kuliah menjadi berkah dan bermanfaat;

8. Terakhir untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namun turut mendoakan dan menyemangati dalam pengerjaan tugas akhir, terimakasih banyak dan semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan tugas akhir (skripsi) ini. Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dan kekeliruan. Untuk itu penulis menyampaikan permohonan maaf sebelumnya. Semoga skripsi ini dapat membantu dan bermanfaat bagi pembaca dalam menambah pengetahuan, wawasan dan informasi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 27 Mei 2024

RIZKI NUR ASTIKASARI

الجمعة المباركة  
الاستاذة  
الانيسة

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	v
CURRICULUM VITAE .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRAK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Orisinalitas Penelitian .....	9
E. Tinjauan Pustaka .....	10
1. Pengaturan Merek di Indonesia .....	10
2. Pengaturan Merek di Korea Selatan .....	13
3. Kosmetik .....	16
F. Definisi Operasional .....	20
1. Perlindungan .....	20
2. Hak Atas Merek .....	21
3. Perlindungan Hak Atas Merek .....	22
4. Kosmetik .....	23
G. Metode Penelitian .....	24
1. Jenis Penelitian .....	24
2. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum .....	25
3. Metode Pendekatan .....	25
H. Kerangka Skripsi .....	25

BAB II TINJAUAN UMUM.....	27
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum .....	27
1. Perlindungan Hukum.....	27
2. Perlindungan Hukum Merek .....	31
3. Perlindungan Hukum dalam Islam .....	33
B. Tinjauan Umum Tentang Pengaturan Merek .....	36
1. Pengaturan Merek di Indonesia .....	39
2. Pengaturan Merek di Korea Selatan .....	47
3. Pengaturan Merek dalam Islam .....	51
C. Tinjauan Umum Tentang Kosmetik.....	55
BAB III PEMBAHASAN .....	1
A. Perlindungan Hukum Atas Merek Kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan .	1
B. Tanggung Gugat Terhadap Pelanggaran Merek Kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan .....	16
BAB IV PENUTUP.....	32
A. Kesimpulan.....	32
B. Saran .....	34
DAFTAR PUSTAKA.....	36

المعتمدون  
الاستاذون  
الانبياء

## ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum atas merek kosmetik berdasarkan peraturan yang berlaku di Indonesia dan Korea Selatan. Rumusan masalah yang diajukan adalah bagaimana perlindungan hukum atas merek kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan, serta bagaimana tanggung gugat terhadap pelanggaran merek kosmetik di Indonesia dan Korea Selatan? Jenis penelitian dalam studi ini adalah penelitian hukum normatif yang mengkonsepkan hukum sebagai norma meliputi nilai serta hukum positif yang ada. Teknik pengumpulan data dengan studi pustaka. Hasil dari studi ini menyimpulkan bahwa perlindungan hukum merek kosmetik secara preventif memiliki perbedaan bahwa di Korea Selatan memiliki undang-undang mengenai kosmetik yang lebih sistematis dibandingkan di Indonesia, sedangkan persamaannya antara Indonesia dan Korea Selatan terletak pada perlindungan yang diperoleh dengan sistem konstitutif. Perlindungan hukum merek secara represif memiliki persamaan dengan adanya upaya hukum terhadap pelanggaran merek secara litigasi dan non litigasi, sedangkan perbedaannya lembaga-lembaga pelaksana upaya hukum non litigasi di Korea Selatan memiliki kelebihan dibandingkan di Indonesia.

Kata kunci : Merek, Penegakan Hukum, Kosmetik Indonesia, Korea Selatan

## ABSTRACT

*This study aims to determine and comprehend the legal protection afforded to cosmetic trademark under prevailing regulations in Indonesia and South Korea. The research problem posed is how legal protection for cosmetic trademark is implemented in Indonesia and South Korea, also how liability for infringements of cosmetic trademark is addressed in Indonesia and South Korea. The research methodology employed in this study is normative legal research, which conceives law as norms encompassing values and existing positive law. The data collection technique utilized is literature review. The result of this study concludes that the preventive legal protection of cosmetic trademark differs with South Korea having more systematic regulatory framework concerning cosmetic compared in Indonesia. However, the similarity between Indonesia and South Korea lies in the protection obtained through a constitutive system. Repressive legal protection of trademark similarities with the existence of legal remedies against trademark infringements through litigation and non-litigation means. Nonetheless, the difference lies in the non-litigation legal enforcement agencies in South Korea having advantages compared to those in Indonesia.*

*Keywords : Trademark, Legal Enforcement, Cosmetic, Indonesia, South Korea*

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Hukum tidak dapat maju tanpa dukungan pertumbuhan ekonomi, namun ekonomi tidak tumbuh dan berkembang tanpa adanya hukum yang mampu menjamin keadilan dan kepastian. Oleh karena itu setiap negara perlu membangun struktur sosial dan pemerintahan yang baik, serta menyediakan ruang kebebasan yang diatur oleh hukum untuk memastikan ketertiban.<sup>1</sup> Begitu pula dengan keberadaan hak atas kekayaan intelektual (HAKI), salah satunya yaitu terkait merek (*trademark/brand*).

Pengaturan tentang perlindungan hak atas merek di Indonesia sudah ada sejak masa penjajahan Belanda. Merujuk pada banyaknya modifikasi pengaturan mengenai merek ini, menunjukkan pemerintah Indonesia mendukung perlindungan merek di Indonesia. Pengertian Merek dalam Pasal 1 ayat (1) UU 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 tidak akan dilindungi secara hukum sampai merek tersebut telah didaftarkan. Jika merek dagang tidak terdaftar, maka pemiliknya tidak akan mendapat hak apapun atas merek tersebut/ Pemilik merek dapat menggunakan mereknya selama mematuhi peraturan yang berlaku, serti

---

<sup>1</sup> Zaeni Ashadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, hlm. 215



akan memiliki hak untuk melarang pihak lain yang merugikan mereknya atau sebaliknya untuk memberikan izin penggunaan.<sup>2</sup>

Pengaturan merek di Korea Selatan sendiri telah ada sejak tahun 1908 dengan dikeluarkannya The Trademark Decree. Kemudian pada tahun 1949 pertama kali disahkannya Undang-Undang mengenai merek atau yang kemudian disebut sebagai Trademark Act (selanjutnya akan disebut Korean Trademark Act atau KTA). Peraturan mengenai merek di Korea Selatan juga telah mengalami banyak perubahan, hingga terakhir KTA telah mengalami amandemen yang akan secara efektif berlaku mulai bulan April 2022. Dalam *article 2 (2)* KTA tersebut istilah merek yakni

*“a mark used to distinguish goods (including services or goods related to the provision of service except goods on which a geographical indication is use, hereinafter the same shall apply) of one business from those of others.”*

Konsep merek dalam KTA bahwa merek mengacu pada bentuk ekspresi yang digunakan untuk membedakan satu elemen dari elemen lainnya, namun karena sulit untuk melindungi semua proses secara hukum, KTA kemudian membatasi elemen merek dagang yang dapat dilindungi.

Sebelumnya komponen-komponen tersebut terbatas pada simbol, karakter diagram, bentuk tiga dimensi atau kombinasinya dan kombinasi warna karakter. Sejak pada tanggal 1 Juli 2007, perlindungan berdasarkan KTA ini diperluas untuk merek yang terdiri dari satu warna atau kombinasi warna,

---

<sup>2</sup> Tommy Hendra Purwaka, *Perlindungan Merek*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2018, hlm. 15



hologram, gerakan, dan semua jenis merek yang dapat diidentifikasi secara visual.

Merek sebagai salah satu jenis kreasi dari HAKI pada prinsipnya adalah sebuah penanda untuk membedakan barang dan/atau jasa dari satu perusahaan dengan barang dan/atau jasa dari perusahaan lain. Dengan keberadaan merek bagi para konsumen dapat mengenali atau membedakan suatu produk, sedangkan bagi para pengusaha merek akan memberikan sebuah identitas yang harus selalu dijaga dan menjamin kualitas suatu barang dan/atau jasa tersebut serta menghindari akan adanya tindakan persaingan usaha curang atau tidak jujur dari itikad buruk pengusaha lain yang hendak mencoreng nama baik reputasinya. Merek yang marak dikenal, akan sugestif karena memiliki reputasi baik, memiliki daya tarik besar pada masyarakat, secara luas melampaui batas negara dan regional akan kemudian disebut sebagai merek terkenal.<sup>3</sup> Membangun dan mengembangkan suatu merek hingga menjadi merek terkenal merupakan proses yang tidak murah dan akan memerlukan waktu yang panjang.

*Brand name* atau nama merek sering dikaitkan dengan citra merek. Nama merek sebagai istilah, simbol kompleks, atau desain atau kombinasinya yang mewakili identitas penjual. Nama merek penting dan harus unik, mudah diingat, menarik, dan menunjukkan identitas produk. Kemudian terdapat istilah *brand loyalty*, yakni ukuran sejauh mana konsumen atau pelanggan setia terhadap merek tertentu selama periode waktu tertentu. Pelanggan yang loyal akan mengulangi pembelian untuk produk yang sama dari merek yang sama di masa yang akan datang dan mereka sudah tidak

---

<sup>3</sup> Tommy Hendra Purwaka, *opcit*, hlm. 4

terlalu peduli dengan harga atau sering disebut *repurchase intention*. *Repurchase intention* ini berarti kesediaan untuk melakukan pembelian ulang produk dari perusahaan yang sama. Niat pembelian kembali merupakan salah satu faktor utama yang menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan karena konsumen akan terus melakukan pembelian secara berulang.

Terdapat salah satu penelitian yang membahas hubungan antara *brand loyalty*, dengan menggunakan produk kosmetik asal Korea Selatan sebagai objek dari penelitian, yang kemudian dihubungkan terhadap kesediaan para konsumen, dalam hal ini adalah masyarakat Indonesia, untuk melakukan pembelian ulang suatu produk. Hasil penelitian menyatakan bahwa karakteristik produk seperti *brand name*, kualitas produk, *product design*, promosi, dan *brand loyalty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli ulang. Semua karakteristik tersebut penting untuk terlibat dengan konsumen untuk membeli kembali produk. Perusahaan suatu produk harus meningkatkan kualitas dan menggali kreativitas mereka untuk membuat desain produk yang lebih baik. Selain itu, perusahaan produk juga perlu membangun nama merek yang kuat dan memberikan promosi yang menarik. Di antara kelima variabel tersebut, *brand loyalty* diidentifikasi sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap niat beli ulang para konsumen. Tidak dapat disangkal bahwa loyalitas menjadi pondasi yang penting dalam menciptakan keberlanjutan di antara para pesaing. Konsumen yang loyal akan terus mengulangi pembelian produk yang sama dari merek

yang sama di masa depan dan mereka cenderung tidak terlalu peduli dengan harga.<sup>4</sup>

Kosmetik sebagai produk kecantikan menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia yang kian menguat. Berdasar data yang dirilis dari lembaga riset berbasis di Inggris, *Research and Market*, nilai valuasi penjualan kosmetik di dunia sepanjang tahun 2020 mencapai USD 145,3 miliar serta diperkirakan angka ini akan tumbuh dengan *compound annual growth rate* (CAGR) sebesar 3,6 persen per tahun selama periode 2020-2027. Selain itu, pertumbuhan pasar kosmetik dunia juga terlihat dari pertumbuhan perdagangan secara internasional yakni telah menunjukkan pertumbuhan sebesar 5,7 persen per tahun selama lima tahun terakhir.<sup>5</sup>

Korea Selatan masuk ke dalam peringkat 10 (sepuluh) besar pasar kosmetik di dunia dan mewakili 2,8% (dua koma delapan persen) dalam pasar global.<sup>6</sup> Produk kosmetik asal Korea Selatan menjadi salah satu produk yang menguasai pasar kosmetik di berbagai negara dunia, termasuk di Indonesia. Berdasar data dari Kementerian Perindustrian, nilai impor kosmetik pada tahun 2018 sebesar USD 850,15 juta, dengan 22,31 persennya adalah impor kosmetik Korea Selatan ke Indonesia.<sup>7</sup> Sejalan dengan gelombang budaya asal Korea Selatan yakni *K-pop* dan *K-drama* yang diterima dengan antusias oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, mewabahnya budaya Korea Selatan mempengaruhi gaya hidup dan pola

---

<sup>4</sup> Anita Shalehah, *The Effect of Korean Beauty Product Characteristics on Brand Loyalty and Customer Repurchase Intention In Indonesia*, 2019, hlm 1

<sup>5</sup> KBRI Tokyo, *Laporan Analisis Intelejen Bisnis Produk Kosmetik*, 2021, hlm. 6

<sup>6</sup> Doris Peters, *Status of Cosmetics Regulation in Korea*, terdapat dalam <https://icrl.lexxion.eu/article/icrl/2020/2/8> diakses pada tanggal 02 Januari pukul 20.51 WIB

<sup>7</sup> <http://pelakubisnis.com/2020/02/kosmetik-impor-menggerogoti-pasar-dalam-negeri/> diakses pada 03 Januari pukul 20.23 WIB

belanja salah satunya dalam hal produk kosmetik. Dengan menggandeng artis ternama asal Korsel sebagai wajah atau *brand ambassador* dalam mempromosikan produk kosmetik tertentu turut memberikan dampak yang cukup besar dalam meningkatkan *brand name* dan menciptakan *brand loyalty* dari para *fanbase* yang cukup banyak dan terkenal loyal terhadap artis idolanya.

Perkembangan pasar kosmetik di Indonesia turut mengalami peningkatan yakni dikutip dari *katadata.com* berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Kuartal I-2020 pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik telah tumbuh 5,59 persen, dengan pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia juga diproyeksikan naik 7 persen pada 2021. Indonesia diperkirakan akan menjadi pasar kosmetik terbesar kelima di dunia pada 10-15 tahun mendatang. Kementerian Perindustrian mencatat, nilai impor kosmetik tanah air sebesar US\$ 803,58 juta pada 2019, sementara nilai eksportnya sebesar US\$ 506,65.<sup>8</sup>

Anggapan bahwa merek barang dan/atau jasa yang dipergunakan akan menunjukkan status sosial pemakai merek mulai banyak tertanam dalam kehidupan bermasyarakat. Disisi lain kemampuan daya beli merek oleh para konsumen yang beragam dipandang sebagai peluang bisnis oleh para pedagang untuk memproduksi atau memperjualbelikan produk dengan menggunakan *brand name* yang sama tetapi dengan kualitas yang berbeda tanpa memperdulikan hak atas merek milik pemegang merek produk tersebut. Penggunaan merek tanpa izin akan memberikan kerugian para

---

<sup>8</sup><https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/05/pertumbuhan-pasar-kosmetik-global-terkontraksi-8-pada-2020> diakses pada 03 Januari pukul 21.30 WIB

pemegang merek yang telah secara sah terdaftar dan akan berdampak pada citra merek yang telah dibangun sejak awal.

Pelanggaran hak merek di dunia yang semakin hari semakin meluas yang ditandai dengan maraknya fenomena pemalsuan produk yang diperjualbelikan di pasar. Termasuk di dalamnya, negara Korea Selatan dan Indonesia yang meskipun sama-sama telah memiliki peraturan yang melindungi hak atas merek, persoalan pelanggaran terhadap merek tetap terjadi. Di Korea Selatan per tahun 2020 lalu, tepatnya pada tanggal 28 Oktober 2021, dikutip dari *businesskorea.or.kr* mengumumkan bahwa telah terdeteksi sebanyak 1.140 kasus mencurigakan dari penggunaan merek dagang ilegal di 62 negara terkait, dengan 279 merek dagang perusahaan Korea Selatan. Berdasar pada industrinya, produk kosmetik menyumbang 10,6 persen dan menjadi yang kedua setelah industri listrik dan elektronik, sedangkan bila berdasar pada merek individu, merek kosmetik dan makanan manis menyumbang bagian terbesar.<sup>9</sup> Kasus tersebut meliputi 594 kasus di delapan negara anggota ASEAN dan 189 kasus di 22 negara Eropa, dengan sebanyak 204 kasus sebagai posisi pertama berada di Indonesia diikuti negara Thailand dan Singapura. Hal ini menunjukkan perlindungan hukum atas hak merek kosmetik di Indonesia masih belum memadai. Ditambah melalui menurut hasil survei Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), sebagaimana dikutip dari *inews.id* menunjukkan bahwa kerugian akibat barang palsu di Indonesia menembus hingga Rp 291 triliun. Data tersebut berdasar pada hasil studi dampak pemalsuan terhadap

---

<sup>9</sup>[businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459](https://businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459)Koreajoongdaily.joins.com diakses pada tanggal 03 Januari pukul 22.58 WIB

perekonomian Indonesia tahun 2020 yang dilakukan oleh MIAP bekerja sama dengan *Instituted for Economic Analysis of Law & Policy* Universitas Pelita Harapan, menjelaskan bahwa produk kosmetik menyumbang 50 persen barang yang sering dipalsukan.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul “Perlindungan Hukum Atas Merek Kosmetik Antara Indonesia dan Korea Selatan”. Penelitian ini penting guna mengetahui bagaimana hak kekayaan intelektual atas produk kosmetik diatur dan dilindungi sebagaimana dalam hukum yang berlaku di Indonesia dan di Korea Selatan, mengingat semakin banyaknya pelanggaran yang dilakukan atas produk kosmetik. Penelitian ini juga bermanfaat untuk kemajuan studi hukum kekayaan intelektual di Indonesia.

#### B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah yang akan diambil sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum atas merek kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan?
2. Bagaimana tanggung gugat terhadap pelanggaran merek kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan?

#### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni:

---

<sup>10</sup><https://www.inews.id/finance/bisnis/kerugian-akibat-barang-palsu-tembus-rp291-triliun-tertinggi-pembanjakan-software> diakses pada tanggal 04 Januari pukul 19.55 WIB



1. Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum berkaitan dengan hak merek atas produk kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan; serta
2. Untuk mengetahui bentuk tanggung gugat atas pelanggaran merek kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan.

#### D. Orisinalitas Penelitian

Untuk menghindari kesamaan dalam penelitian dan penulisan ini, penulis telah melakukan beberapa penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang berkaitan dengan perlindungan hukum produk kosmetik, diantaranya:

1. Lervony Fridela, mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, skripsi berjudul “Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Produk Kosmetik Impor Ilegal Yang Di-endorse Oleh Selebgram Di Pekanbaru Riau”, pada 2019. Tugas akhir skripsi tersebut mengkaji perlindungan konsumen atas pemenuhan hak informasi pada produk kosmetik impor ilegal yang di-endorse oleh selebgram di Kota Pekanbaru, sedangkan penelitian penulis membahas mengenai perlindungan merek atas produk kosmetik di Korea Selatan dan di Indonesia.
2. Maya Neta Amarta mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, skripsi berjudul “Perlindungan Hukum Kepada Pemilik Merek Terhadap Peredaran Produk Kosmetik Merek Palsu Menurut UU Merek (Studi di Kota Medan)”, pada 2019. Penelitian tugas akhir tersebut menitikberatkan pada perlindungan hukum bagi pemilik merek terkait dengan produk kosmetik merek palsu menurut UU Merek dengan mengkaji pelanggaran merek yang ada di kota Medan, sedangkan penelitian penulis mengkaji dengan komparasi yang

menitikberatkan pada perlindungan merek atas produk kosmetik di Indonesia dan Korea Selatan;

3. Dita Karolina mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, skripsi berjudul “Pemalsuan Merek Kosmetik Menurut UU Merek Dan Hukum Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu”, pada 2020. Tugas akhir skripsi ini mengkaji pelanggaran hak merek atas kosmetik dengan berdasar pada UU Merek dan juga hukum islam, sedangkan penulis melakukan penelitian dengan menitikberatkan pada studi komparasi perlindungan merek atas kosmetik di Indonesia dan Korea Selatan.

#### E. Tinjauan Pustaka

##### 1. Pengaturan Merek di Indonesia

Menurut Pasal 1 ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis, merek yang terlindungi terdiri atas tanda 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.

Pasal 3 UU Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa merek adalah sebagai hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang telah terdaftar. Maka dengan adanya hak eksklusif menjadikan merek tidak boleh dikuasai, diambil keuntungan, dibonceng oleh pihak lain tanpa seizin pemilik. Perlindungan hukum atas merek memiliki jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak diterimanya dan dapat diperbarui.



Beberapa istilah terkait merek yang ada dalam UU Merek dan Indikasi Geografis:

a. Merek

Adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa;

b. 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-barang sejenis lainnya;

c. 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-jasa sejenis lainnya;

d. Merek Kolektif

Adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa lainnya; dan

e. Indikasi Geografis:

Adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut (Pasal 56 UU Merek). Jadi sebenarnya indikasi geografis ini dapat diterapkan

pada produk-produk yang dihasilkan dari keanekaragaman plasma nutfah yang dimiliki Indonesia, dan ini satu-satunya rezim HKI yang memberikan perlindungan terhadap keunggulan komparatif negara berkembang.

Pendaftaran merek merupakan keharusan agar dapat memperoleh hak atas merek. Tanpa pendaftaran merek, pemilik merek tidak akan mendapatkan perlindungan hukum dari negara atas hak merek. Ketentuan yang terkait dengan syarat pendaftaran merek terdapat dalam UU Merek yakni dalam bab tentang permohonan pendaftaran merek. Dalam Pasal 13 UU Merek disebutkan bahwa “tanggal penerimaan permohonan diberikan apabila permohonan tersebut memenuhi persyaratan minimum yang berupa formulir permohonan yang telah diisi lengkap dengan label merek dan bukti pembayaran biaya permohonan.”

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut sebagai DJKI) adalah sistem perlindungan kekayaan intelektual yang ada di Indonesia. Hal-hal yang diatur oleh DJKI ini yakni mengenai Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, UU Merek, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak dan Sirkuit Terpadu, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, serta Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman.

DJKI tidak serta merta mengabulkan semua permohonan pendaftaran merek. Terhadap permohonan pendaftaran merek tersebut terdapat 3 (tiga) kemungkinan yang dapat terjadi yakni tidak dapat didaftarkan, harus ditolak pendaftarannya, atau diterima. Secara umum merek yang

tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang tidak beritikad baik. Pemohon yang akan dinilai beritikad baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya dengan layak dan jujur tanpa disertai niat apa pun untuk meniru, membonceng, dan/atau menjiplak kepopuleran merek milik pihak lain demi kepentingan usahanya dan akan mengakibatkan kerugian pada pihak lain tersebut, menimbulkan persaingan usaha tidak sehat, atau menyesatkan konsumen.<sup>11</sup> Selain karena itikad baik oleh pemohon, merek juga tidak dapat didaftar apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur:<sup>12</sup>

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, dan/atau ketertiban umum;
- b. Tidak memiliki daya pembeda;
- c. Tidak menjadi milik umum; dan/atau
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

## 2. Pengaturan Merek di Korea Selatan

Pada *article 2 (1)* KTA menjelaskan istilah merek yang berarti suatu tanda yang digunakan untuk membedakan barang (termasuk jasa atau barang yang berkaitan dengan penyediaan jasa kecuali barang yang menggunakan indikasi geografis; selanjutnya hal yang sama berlaku) dari satu bisnis dari bisnis yang lain.

Terkait dengan merek di dalam *article 2* KTA mengenal beberapa istilah diantaranya:

- a. *Collective mark*

---

<sup>11</sup> Ahmad Miru, *Hukum Merek*, PT Grafindo Persada, Jakarta, 2009, hlm 13

<sup>12</sup> Ermansyah Djaja, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm 195

Adalah merek yang dimaksudkan untuk digunakan secara langsung oleh suatu korporasi yang didirikan bersama oleh orang-orang yang memproduksi, membuat, mengolah, atau menjual barang, atau memberikan jasa, atau dimaksudkan untuk digunakan oleh para anggotanya.

b. *Collective mark with geographical indication*

Adalah merek yang dimaksudkan untuk digunakan secara langsung oleh suatu korporasi yang didirikan oleh orang-orang yang membuat, memproduksi atau mengolah barang yang dengan indikasi geografis dapat digunakan, atau dimaksudkan untuk digunakan olehnya atau anggotanya.

c. *Certification mark*

Adalah merek yang digunakan oleh orang yang secara komersial menyatakan dan mengelola mutu, tempat asal, cara produksi, atau ciri lain suatu barang untuk menyatakan bahwa barang pihak lain memenuhi kriteria mutu, tempat asal, metode produksi, atau karakteristik lainnya.

d. *Certification mark with geographical indication*

Adalah merek yang digunakan oleh orang secara komersial menyertifikasi indikasi geografis untuk menyatakan bahwa orang lain memenuhi karakteristik indikasi geografis tersebut.

e. *Business emblem*

Adalah merek yang digunakan oleh seseorang yang menjalankan bisnis nirlaba untuk mengidentifikasi bisnisnya.

Sistem hukum yang mengatur perlindungan kekayaan intelektual di negara Korea adalah melalui Kantor Kekayaan Intelektual Korea atau *Korean Intellectual Property Office* (selanjutnya disebut KIPO). Merek dagang menjadi salah satu hal yang diatur didalamnya berarti apabila ada hal tertentu mengenai terjadinya perubahan, pemadaman, dan lainnya yang berkaitan dibuat *ex officio* dari Komisioner KIPO, salah satu pihak, atau kepercayaan dari lembaga negara seperti pengadilan.<sup>13</sup>

Pada *article 37 Paragraph 5 of the National Government Organization Act* menjelaskan bahwa KIPO bertanggung jawab atas pengisian, pemeriksaan, dan pendaftaran hak kekayaan industri dalam dan luar negeri seperti paten, model utilitas, desain, dan merek dagang, dan mengawasi pengadilan kekayaan intelektual yang bertanggung jawab atas sistem persidangan seperti proses pembatalan untuk industri hak milik

Setiap orang atau perusahaan yang menggunakan atau bermaksud menggunakan merek dagang di Republik Korea dapat mengajukan merek dagang dan memperoleh hak eksklusif mereka. Permohonan pendaftaran merek ini dapat diajukan kepada KIPO. Jangka waktu merek terdaftar di Korea Selatan selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal pendaftaran dan dapat diperbarui dalam jumlah yang tidak terbatas setiap sepuluh tahun.

Terhadap permohonan pendaftaran merek di Korea Selatan tidak semua pula akan diterima. Permohonan merek tidak akan didaftarkan, jika merek tersebut:

---

<sup>13</sup> Korean Intellectual Property Office, Trademark & Designs, [http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13\\_01\\_01\\_01](http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13_01_01_01) diakses pada 08 Januari pukul 09.51 WIB

- a. Merek generik;
- b. Merek yang komponennya biasa digunakan untuk menggambarkan barang yang ditunjuk;
- c. Merek yang hanya menggambarkan barang dan jasa yang terkait dengannya;
- d. Merek yang hanya terdiri dari nama geografis terkenal atau singkatannya, atau peta;
- e. Merek yang terdiri hanya nama atau belakang nama orang yang umum digunakan;
- f. Merek yang dianggap hanya terdiri dari komponen sederhana dan biasa; serta
- g. Merek dagang yang sebaliknya mungkin tidak dipahami oleh konsumen sebagai indikasi dari pemilik merek tertentu.

### 3. Kosmetik

Kosmetik berasal dari kata *kosmein* (Yunani) yang berarti berhias.<sup>14</sup>

Sejak dahulu kosmetika merupakan salah satu segi ilmu pengobatan atau ilmu kesehatan, sehingga para pakar kosmetika terdahulu adalah juga pakar kesehatan. Hal demikian menjadikan antara kosmetika dengan obat sejak dahulu sampai sekarang sukar untuk ditarik garis batasnya.<sup>15</sup>

#### 3.1 Kosmetik di Indonesia

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (UU Kesehatan) tepatnya pada Pasal 1 ayat (4) menjelaskan bahwa kosmetik termasuk sebagai sediaan farmasi selain obat, bahan obat, dan obat tradisional. Merujuk pada Peraturan Menteri Kesehatan Republik

---

<sup>14</sup> Syarif M. Wasitaatmaja, *Penutun Ilmu Kosmetik*, UI Pres, 1997, Jakarta, hlm. 26

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 27



Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produk Kosmetik, kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, memperbaiki bau badan, melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

Badan pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah badan pemerintah yang memiliki kewenangan mengawasi peredaran produk makanan dan obat-obatan. Dimana BPOM juga bertanggung jawab untuk mengawasi peredaran kosmetik, produk kecantikan, dan/atau perawatan kulit.

Terkait peredaran kosmetik maka diperlukan beberapa prosedur yang harus dilalui, salah satunya yakni dengan memenuhi persyaratan teknis kosmetika. Persyaratan teknis kosmetika ini berfungsi sebagai salah satu standarisasi yang digunakan dalam memproduksi kosmetik, persyaratan keamanan seperti mutu, pengadaan, dan klaim merupakan tahapan yang harus dilalui oleh produsen. Hal tersebut tercantum dalam Peraturan Kepala BPOM RI NO. HK 03.1.12.10.12459 Tahun 2010 tentang persyaratan teknis kosmetika.

Merujuk pada Peraturan Menteri Kesehatan RI, kosmetik dibedakan atas 13 (tiga belas) jenis, yakni:

- a. Kosmetik bayi;
- b. Kosmetik untuk mandi;
- c. Kosmetik untuk mata;
- d. Kosmetik untuk wangi-wangian;
- e. Kosmetik untuk rambut;

- f. Kosmetik untuk pewarna rambut;
- g. Kosmetik untuk *make up*;
- h. Kosmetik untuk kebersihan mulut;
- i. Kosmetik untuk kebersihan badan;
- j. Kosmetik untuk kuku;
- k. Kosmetik untuk perawatan kulit;
- l. Kosmetik untuk cukur; dan
- m. Kosmetik untuk perlindungan dari sinar UV.

### 3.2 Kosmetik di Korea Selatan

Produk kosmetik yang dijual di Korea Selatan diatur oleh Kementerian Keamanan Pangan dan Obat-obatan atau Ministry of Food and Drugs Safety (MFDS) di bawah peraturan yang diterbitkan yakni Cosmetic Act. Kosmetik dikelola oleh Pharmaceutical Affairs Act sebelum Cosmetic Act ini diberlakukan pada tahun 2000. Sejak itu, peraturan untuk produk kosmetik dan bahan baku telah dikeluarkan dan diatur oleh MFDS. Undang-undang baru ini disahkan untuk meningkatkan daya saing industri kosmetik dalam negeri agar dapat mengikuti tren regulasi internasional. Industri kosmetik telah mengalami berbagai perubahan seperti membagi peraturan-peraturan terkait, penerapan *Good Manufacturing Practice* yang baik untuk kosmetik, dan penetapan standar sertifikasi untuk kosmetik alami dan organik.<sup>16</sup> Cosmetic act ini bertujuan untuk berkontribusi dalam meningkatkan kesehatan masyarakat dan mengembangkan industri kosmetik dengan

---

<sup>16</sup>Doris Peters dan Jae Song Choi, *Status of Cosmetics Regulations in Korea*, [https://icrl.lexxion.eu/data/article/16457/pdf/icrl\\_2020\\_02-009.pdf](https://icrl.lexxion.eu/data/article/16457/pdf/icrl_2020_02-009.pdf) diakses pada 06 Januari pukul 22.15 WIB



mengatur hal-hal yang berkaitan dengan pembuatan, impor, penjualan, ekspor, dan lain-lain kosmetik.

Definisi kosmetik sendiri sebagaimana tertera dalam *article 2 (1) Cosmetic Act* ialah setiap barang yang digunakan dengan cara dioleskan, diusap, disemprotkan, cara pemakaian lainnya pada anggota tubuh manusia untuk membersihkan, mempercantik, meningkatkan daya tarik, mencerahkan penampilan, dan/atau menjaga atau menyehatkan kulit dan rambut dengan memiliki efek ringan pada tubuh manusia.

Menurut *Cosmetic Act*, produk kosmetik di Korea dibagi menjadi kosmetik umum dan kosmetik fungsional. Dua kategori diperlukan untuk kemudian dapat mendaftarkan di otoritas yang berbeda. *South Korea Pharmaceutical Traders Associations (KPTA)* bertanggung jawab atas pendaftaran kosmetik umum dan biasanya akan memakan waktu 7 hari untuk menyelesaikan prosesnya. Kemudian *MFDS* bertanggung jawab atas evaluasi dan pendaftaran keamanan kosmetik fungsional yang biasanya akan memakan waktu 4 hingga 6 bulan untuk menyelesaikan aplikasi.

Dalam *Cosmetic Act* ini pula membagi kosmetik ke dalam 3 (tiga) istilah, yakni:

a. *Functional cosmetic*

Adalah salah satu dari produk kosmetik yang telah ditetapkan yakni produk yang membantu mencerahkan kulit, menghaluskan kulit, menyembunyikan atau melindungi kulit dari radiasi ultraviolet, mengubah atau memutihkan kulit, dan/atau mencegah atau menghilangkan kekeringan, pecah, berjerawat, kapalan, atau lainnya.

b. *Natural Cosmetic*

Adalah setiap kosmetik yang mengandung bahan hewani atau nabati atau bahan baku yang berasal darinya dan telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh MFDS.

c. *Organic cosmetic*

Adalah semua kosmetik yang mengandung bahan organik, tumbuhan, hewan, turunanya, dan lain sebagainya yang telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh MFDS.

**F. Definisi Operasional**

1. Perlindungan

Kata perlindungan secara kebahasaan memiliki kemiripan atau kesamaan unsur-unsur, yaitu unsur tindakan melindungi, unsur pihak-pihak yang melindungi, serta unsur cara-cara melindungi. Oleh karenanya, kata perlindungan memiliki makna sebagai suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi dari pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu.<sup>17</sup>

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, perlindungan berasal dari kata lindung, yang berarti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi. Secara umum, perlindungan ialah mengayomi sesuatu dari segala hal yang berbahaya, terkait sesuatu tersebut dapat berupa kepentingan maupun benda. Selain itu, perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah. Perlindungan hukum merupakan penyempitan arti dari perlindungan yang berarti dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum

---

<sup>17</sup> Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung, 2007, hlm 30

saja. Perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku yang dipaksakan pelaksanaannya dengan adanya suatu sanksi.<sup>18</sup> Adapun mengutip pendapat dari beberapa ahli mengenai perlindungan hukum diantaranya:<sup>19</sup>

- a. Menurut Philipus M. Hadjon, selalu berkaitan dengan kekuasaan, kekuasaan ekonomi dan kekuasaan pemerintah. Dalam hal kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi). Dalam hal kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah) terhadap pemerintah (yang memerintah).
- b. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari tindakan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, demi mewujudkan ketertiban dan kedamaian sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya.
- c. Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum ialah adanya upaya untuk melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu hak asasi manusia kepadanya untuk dapat bertindak dalam rangka kepentingannya.

## 2. Hak Atas Merek

Hak atas merek termasuk dalam lingkup hak atas kekayaan intelektual karena hak atas merek sebagai hak untuk memakai tanda atau merek guna

<sup>18</sup> Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian hukum Bagi Investor di Indonesia*, Surakarta, 2003, hlm

<sup>19</sup> Asri Wijayanti, *Hukum Ketenagakerjaan Pasca Reformasi*, Sinar Grafika, 2009, Jakarta hlm 10

membedakan suatu produk dagang seseorang dengan produk dagang orang lain, walaupun tidak memiliki unsur pokok seperti yang diartikan dengan pengertian milik intelektual, yaitu tidak ada unsur usaha intelektual dalam bentuk penciptaan atau penemuan. Namun demikian, terdapat persamaan antara hak cipta, hak paten, dan hak merek dengan dilihat dari sifat atau bentuk haknya atas benda yang tidak berwujud.<sup>20</sup>

Pasal 1 UU Merek mendefinisikan hak merek adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau dengan memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas merek menimbulkan nilai ekonomi bagi pemiliknya dikarenakan hak merek merupakan hak eksklusif, yakni hanya pemilik merek yang berhak atas hak ekonomi atas suatu merek. Hak ekonomi sendiri adalah suatu hak untuk memperoleh keuntungan ekonomi atas suatu kekayaan intelektual;. Hak ekonomi tersebut berupa sejumlah uang yang diperoleh dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau karena digunakan oleh pihak lain atas dasar adanya lisensi. Hak ekonomi pada merek terbatas hanya 3 (tiga) jenis yakni penggunaan sendiri, penggunaan melalui lisensi merek dagang, serta lisensi merek jasa tanpa variasi lain.<sup>21</sup>

### 3. Perlindungan Hak Atas Merek

Konsep perlindungan hukum terhadap merek mengacu pada sifat hak merek yang eksklusif. Hak khusus tersebut bersifat monopoli yang berarti hak ini hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa

---

<sup>20</sup> Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, hlm 6

<sup>21</sup> Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung, 2003, hlm 131

adanya izin dari pemilik merek, maka orang lain tidak boleh mempergunakan hak khusus tadi dan apabila terjadi pelanggaran atas penggunaan merek maka dapat dikenakan sanksi tertentu<sup>22</sup> Perlindungan hak atas merek ini juga sebagai salah satu bentuk kepastian hukum yang dibutuhkan investor, baik dalam atau luar negeri.

Perlindungan hak merek dilaksanakan oleh negara, dan negara sebagai penanggung jawab atas perlindungan hak merek warga negaranya. Negara melindungi hak merek warga negaranya dengan dirumuskannya peraturan sedemikian rupa agar tercipta kedamaian dan keadilan di tengah-tengah masyarakat. Agar hak merek tersebut mendapat perlindungan dari negara, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara agar merek tersebut tidak akan dapat digunakan oleh setiap masyarakat secara sewenang-wenang.<sup>23</sup>

#### 4. Kosmetik

Kosmetik berasal dari kata *kosmein* (Yunani) yang berarti berhias.<sup>24</sup> Kosmetik sebagaimana dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 117/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produk Kosmetik, adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

---

<sup>22</sup> Agung Sujatmiko, *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek*, Yuridika Vol. 15 No 5, hlm 349

<sup>23</sup> Agung Sujatmiko, *Tujuan Filosofis Perlindungan Hak Milik Merek*, Jurnal Media Hukum FH UMY, 2011, hlm 177

<sup>24</sup> Syarif M. Wasitaatmaja, *opcit*, hlm. 26

*Article 2 (1) Cosmetic Act*, menjelaskan kosmetik ialah setiap barang yang digunakan dengan cara dioleskan, diusap, disemprotkan, cara pemakaian lainnya pada anggota tubuh manusia untuk membersihkan, mempercantik, meningkatkan daya tarik, mencerahkan penampilan, dan/atau menjaga atau menyehatkan kulit dan rambut dengan memiliki efek ringan pada tubuh manusia.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Penelitian ini mengkonsepsikan hukum sebagai norma meliputi nilai-nilai serta hukum positif yang ada.

#### 1.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini yakni pendekatan peraturan perundang-undangan, konseptual, dan perbandingan. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan dengan cara menelaah undang-undang terkait regulasi perlindungan hak merek atas produk kosmetik terhadap tindak pelanggaran.

#### 1.2 Data Penelitian dan/atau Bahan Hukum

Terdapat tiga macam bahan hukum yang diambil dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya:

##### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan mengacu pada instrumen peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penelitian ini.

##### b. Bahan Hukum Sekunder



Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang dapat menunjang dan menjelaskan bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder tersebut berupa buku-buku, jurnal-jurnal, hasil penelitian terdahulu, serta berita-berita yang diperoleh dari berbagai media, baik cetak maupun daring.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang digunakan diperoleh dari bahan-bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus dan ensiklopedia.

**2. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum**

Untuk mendapatkan bahan hukum yang telah ditetapkan sebagaimana di atas diperoleh melalui studi kepustakaan atau *library research* dengan melakukan kajian jurnal, hasil penelitian hukum literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

**3. Metode Pendekatan**

Data diperoleh dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, meliputi kegiatan pengklasifikasian data, penyajian hasil analisis dibuat dalam bentuk narasi dan pengambilan kesimpulan. Yakni data yang telah terkumpul dikelompokkan dan diseleksi dari penelitian, yang kemudian dihubungkan dengan kebenaran yang ada, diuraikan hingga memperoleh gambaran dan penjelasan tentang kenyataan yang sebenarnya guna menjawab permasalahan.

H. Kerangka Skripsi

Adapun kerangka skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN), bab ini merupakan gambaran umum yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, metode penelitian, dan kerangka skripsi.

BAB II (TINJAUAN PUSTAKA), bab ini pada dasarnya sama seperti yang tercantum pada proposal penelitian, namun pada bab ini lebih dikembangkan lagi sehingga dapat memperjelas dan menguatkan teori yang digunakan.

BAB III (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN), bab ini memuat pembahasan hasil penelitian beserta analisisnya. Dengan sekaligus menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yakni mengenai perlindungan hak kekayaan intelektual tas produk kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan.

BAB IV (KESIMPULAN DAN SARAN), bab ini memuat tentang kesimpulan yang merupakan inti dari hasil penelitian dan pembahasan, serta saran atau masukan untuk berbagai pihak yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.



## BAB II TINJAUAN UMUM

### A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum

#### 1. Perlindungan Hukum

Secara kebahasaan kata perlindungan memiliki kemiripan atau kesamaan unsur-unsur, diantaranya unsur tindakan melindungi, unsur pihak-pihak yang melindungi, serta unsur cara-cara melindungi. Oleh karenanya, makna kata perlindungan yakni sebagai suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi dari pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu.<sup>25</sup>

Menurut Prof. Mahadi, SH pengertian hukum adalah seperangkat norma yang mengatur perilaku manusia dalam lingkup masyarakat. Menurut Soedjono Dirdjosisworo terdapat delapan sudut pandang tentang pengertian hukum, yakni hukum dalam arti penguasa, hukum dalam arti para petugas, hukum dalam arti sikap tindakan, hukum dalam arti sistem kaidah, hukum dalam arti jalinan nilai, hukum dalam arti tata hukum, hukum dalam arti ilmu hukum, hukum dalam arti disiplin hukum. Berbagai definisi yang telah dikemukakan dan ditulis oleh para ahli hukum, pada dasarnya memberikan suatu batasan yang hampir bersamaan, yakni bahwa hukum itu memuat peraturan tingkah laku manusia.<sup>26</sup>

Perlindungan hukum merupakan penyempitan arti dari perlindungan yang berarti dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja.

Perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-

---

<sup>25</sup> Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung, 2007, hlm 30

<sup>26</sup> *Ibid.* Syamsul Arifin

subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku yang dipaksakan pelaksanaannya dengan adanya suatu sanksi.<sup>27</sup> Unsur-unsur yang tercantum dalam definisi teori perlindungan hukum; meliputi:<sup>28</sup>

- a. Adanya wujud atau bentuk perlindungan atau tujuan perlindungan;
- b. Subjek hukum; dan
- c. Objek perlindungan hukum.

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.

Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yakni konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Adapun pendapat yang dikutip dari beberapa ahli mengenai perlindungan hukum sebagai berikut :

- a. Menurut Setiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai

<sup>27</sup> Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian hukum Bagi Investor di Indonesia*, Surakarta, 2003, hlm

<sup>28</sup> *Ibid.*, halaman 263.

manusia.

- b. Menurut Satijipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.
- c. Menurut Muchsin, perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.
- d. Menurut Philipus M. Hadjon, selalu berkaitan dengan kekuasaan. Ada dua kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungan dengan kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah), terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha.

Menurut R. La Porta dalam *Journal of Financial Economi*, bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh suatu negara memiliki dua sifat, yakni bersifat pencegahan (*prohibited*) dan bersifat hukuman (*sanction*). Bentuk perlindungan hukum yang paling nyata adalah adanya institusi-institusi penegak hukum seperti pengadilan, kejaksaan, kepolisian, dan lembaga-lembaga penyelesaian sengketa diluar

pengadilan (non-litigasi) lainnya. Perlindungan yang dimaksud dengan bersifat pencegahan (*prohibited*) yakni membuat peraturan, kemudian perlindungan yang dimaksud bersifat hukuman (*sanction*) yakni menegakkan peraturan.

Adapun tujuan serta cara pelaksanaannya antara lain sebagai berikut<sup>29</sup>:

- a. Membuat peraturan, yang berfungsi untuk :
  - i. Memberikan hak dan kewajiban; dan
  - ii. Menjamin hak-hak pra subyek hukum.
- b. Menegakkan peraturan, melalui :
  - i. Hukum administrasi negara yang berfungsi untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak-hak dengan perizinan dan pengawasan;
  - ii. Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, dengan cara mengenakan sanksi hukum berupa sanksi pidana dan hukuman;
  - iii. Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.

Perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum. Dalam kaitannya dengan perlindungan hukum bagi rakyat, beberapa pakar membagi menjadi dua macam sarana perlindungan hukum yakni:

---

<sup>29</sup> Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan pokok hukum perlindungan konsumen*, Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2007, hal. 31

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan yang diberikan sebelum terjadi tindak pidana atau pelanggaran hukum terhadap merek, atau perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Di dalam perlindungan preventif, rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan (*inspraak*) atau pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi termasuk kategori perlindungan hukum ini. Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

2. Perlindungan Hukum Merek

Hak milik intelektual, termasuk di dalamnya hak merek, merupakan hak yang berasal dari hasil kreasi suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki manfaat serta menunjang bagi kehidupan manusia, juga mempunyai nilai ekonomi. Bentuk nyata dari kemampuan karya

intelektual manusia bisa berbentuk teknologi, ilmu pengetahuan, maupun seni dan sastra.<sup>30</sup>

Perlindungan Hukum HKI merupakan suatu sistem hukum yang terdiri dari beberapa unsur sistem yakni sebagai berikut:

- a. Subjek perlindungan, subjek yang dimaksud adalah pihak pemilik atau pemegang hak, aparat penegak hukum, pejabat pendaftaran, dan pelanggar hukum;
- b. Objek perlindungan, objek yang dimaksud adalah semua jenis HKI yang diatur oleh undang-undang;
- c. Pendaftaran perlindungan, HKI yang dilindungi hanyalah yang sudah terdaftar dan dibuktikan dengan sertifikat pendaftaran, kecuali apabila undang-undang mengatur lain, seperti hak cipta yang boleh tidak didaftarkan;
- d. Jangka waktu perlindungan, jangka waktu yang dimaksud adalah lamanya HKI itu dilindungi oleh undang-undang; dan
- e. Tindakan hukum perlindungan, apabila terbukti telah terjadi pelanggaran HKI, maka para pelanggar harus di-hukum, baik secara pidana maupun secara perdata.<sup>31</sup>

Perlindungan dan penegakan hukum HKI bertujuan untuk mendorong timbulnya inovasi, pengalihan dan penyebaran teknologi dan diperolehnya manfaat bersama antara penghasil dan penggunaan pengetahuan, menciptakan kesejahteraan sosial dan ekonomi serta

---

<sup>30</sup> John F. William. 1996. *Manager's Guide to Patent, Trade Marks & Copyright*. London: Kogan Page, halaman 11.

<sup>31</sup> Abdulkadir Muhammad. 2001. *Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, halaman 144.



keseimbangan antara hak dan kewajiban.<sup>32</sup> Perlindungan hukum atas merek sebagaimana yang diatur dalam UU Merek pada dasarnya bertujuan untuk memberikan rasa aman kepada para pemilik merek terdaftar, termasuk pemilik merek produk kosmetik. Selain itu, perlindungan hukum yang diberikan pemerintah juga memiliki tujuan untuk melindungi para konsumen yang menggunakan barang/jasa dengan merek tertentu.

### 3. Perlindungan Hukum dalam Islam

Pembelaan atau perlindungan dalam hukum islam adalah hak (kewajiban) seseorang untuk mempertahankan atau melindungi dirinya atau diri orang lain, atau mempertahankan harta sendiri atau harta orang lain, dengan memiliki kekuatan yang diperlukan, dari setiap serangan nyata yang tidak sah. Pembelaan khusus baik bersifat wajib atau mempertahankan hak hanya dimaksudkan untuk menolak serangan dan bukan sebagai hukuman atas serangan tersebut sebab meskipun sudah ada pembelaan, namun penjatuhan hukum atas penyerangan karena serangan masih dijatuhkan.<sup>33</sup>

Hukum Islam memiliki tujuan untuk merealisasikan kemaslahatan manusia yang memberi perlindungan dengan menjamin kebutuhan pokoknya (dharuriyyah), kebutuhan sekunder (hajiiyyah) serta kebutuhan pelengkap (tahsiniyyat). Dalam wacana umum, kebutuhan dharuriyat disebut primer, kebutuhan hajiiyyah disebut sekunder, dan kebutuhan tahsiniyah disebut tersier.

#### a. Dharuriyat

---

<sup>32</sup> Elsi Kartika Sari dan Advendi Simangunsong. *Op.Cit.*, halaman 113

<sup>33</sup> A. Hanafi, *azaz-azaz Hukum Pidana Islam*, (Yogyakarta: Bulan Bintang,1967) 232



Dalam kehidupan manusia, kebutuhan ini merupakan hal penting sehingga tidak dapat diabaikan. Apabila kebutuhan-kebutuhan ini tidak terjamin, akan terjadi kekacauan dan ketidaktertiban dimana-mana. Kelima kebutuhan hidup yang primer ini (dharuriyat) dalam kepustakaan hukum Islam disebut dengan istilah al-maqashid al-khamsah atau disebut juga al-kulliyat al-khoms (lima hal inti/pokok), yaitu hifdz ad-din (memelihara agama), hifdz an-nafs (memelihara jiwa), hifdz al-'aql (memelihara akal), hifdz an-nasl (memelihara keturunan), dan hifdz al-mal (memelihara hak milik/harta).<sup>34</sup>

1) Hifdz ad-Din (Memelihara Agama)

Keberadaan agama merupakan fitrah bagi setiap manusia. Hukum positif bahkan memberikan perlindungan sebagai bentuk hak asasi manusia yang harus mendapatkan perlindungan dari ancaman atau gangguan dari pihak manapun. Dalam keberagaman, syariat Islam selalu mengembangkan sikap tasamuh/toleransi bahkan terhadap pemilik agama lain, sepanjang tidak mengganggu satu sama lain.<sup>35</sup>

2) Hifdz an-Nafs (Memelihara Jiwa)

Allah menurunkan kepada manusia untuk makan, minum, berpakaian, dan berlindung dari berbagai penyakit dan bahaya. Allah juga melarang suatu perbuatan yang

---

<sup>34</sup> Rohidin, Buku Ajar Pengantar Hukum Islam Dari Semenanjung Arabia Hingga Indonesia, Yogyakarta: Lintang Rasi Aksara Books, 2016, hal 30

<sup>35</sup> Ibid, hlm. 31

menganccam jiwa manusia, seperti membunuh dan bunuh diri.

3) Hifdz al-Aql (Memelihara Akal)

Allah menyuruh manusia untuk melakukan perbuatan yang menjaga dan meningkatkan eksistensi akal. Karena itu Allah menyuruh menuntut ilmu. Sebaliknya manusia dilarang berbuat sesuatu yang merusak akal, seperti meminum minuman keras.

4) Hifdz an-Nasl (Memelihara Keturunan)

Allah memerintahkan manusia untuk membina dan melangsungkan keturunan dengan cara yang sah. Untuk hal ini Allah melengkapi manusia dengan nafsu syahwat yang mendorong untuk melakukan hubungan suami istri. Karena itulah Allah mensyariatkan lembaga pernikahan<sup>36</sup>

5) Hifdz al-Mal (Memelihara Hak Milik/Harta)

Berbagai macam transaksi dan perjanjian (muamalah) dalam perdagangan (tjarah), barter (mubadalah), bagi hasil (mudharabah), dan sebagainya dianjurkan dalam Islam guna melindungi harta seorang muslim agar dapat melangsungkan kehidupan secara sejahtera. Islam sangat melarang keras tindakan pencurian, korupsi, memakan harta secara bathil, penipuan, dan perampokan karena tindakan ini akan menimbulkan pihak lain yang tertindas.

b. Hajiyyat

---

<sup>36</sup> Marzuki, Pengantar Studi Hukum Islam, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013, hal 61-62

Tujuan berikutnya adalah menjamin keperluan hidup (keperluan sekunder) atau disebut hajiyyat (kebutuhan). Ini mencakup hal-hal penting bagi ketentuan itu dari berbagai fasilitas untuk penduduk dan memudahkan kerja keras dan beban tanggung jawab mereka. Untuk memenuhi hajiyyat di bidang ibadah, Islam telah memberikan hukum rukhsah (keringanan), kemudahan, dan kelapangan apabila terdapat kesulitan dalam menjalankan hukum Allah.<sup>37</sup>

c. Tahsiniyyat (Tersier)

Adalah kebutuhan hidup manusia selain dari yang sifatnya primer dan sekunder itu yang perlu diadakan dan dipelihara untuk kebaikan hidup manusia dalam masyarakat misalnya sandang, pangan, perumahan, dan lain lain.

B. Tinjauan Umum Tentang Pengaturan Merek

Pengaturan merek secara Internasional diawali oleh *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* yang diselenggarakan pada tanggal 20 Maret tahun 1888 dimana diadakan dengan tujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak milik di bidang perindustrian. Konvensi Paris diubah beberapa kali yang mana pertama kali disahkan pada tahun 1883 bulan Maret tanggal 20, kemudian dilakukan revisi di Brussels pada tanggal 14 Desember 1900, di Washington pada tanggal 2 Juni tahun 1911, di Den Haag pada tanggal 6 November tahun 1925, di London pada tanggal 2 Juni 1934, di Lisabon pada tanggal 31 Oktober tahun 1958, di Stockholm pada tanggal 14 Juni tahun 1967 serta amandemen yang terakhir pada tanggal 18 September

---

<sup>37</sup> Rohidin, Op Cit, hal 36

tahun 1979. Konvensi Paris ini dikelola oleh *World Intellectual Property Organization* (WIPO) yang berkedudukan di Jenewa, Swiss.

Saat ini, Konvensi Paris sudah beranggotakan sebanyak 163 negara per tanggal 15 Juli tahun 2002, termasuk di dalamnya negara Indonesia dan Korea Selatan. Pada intinya, pada ketentuan yang terkandung di dalam Konvensi Paris sebenarnya mengandung dua ketentuan pokok diantaranya yaitu:

a. *National Treatment*

Sehubungan dengan perlindungan hak milik di bidang industri yang dinikmati oleh negara yang lainnya dari negara Uni akan membawa keuntungan di mana saat ini di setiap negara memiliki undang-undang yang diatur dan diselenggarakan oleh warga negara tanpa mengurangi hak khusus yang diatur pada Konvensi Paris tersebut. Akibatnya, mereka akan memiliki perlindungan nama yang terakhir, serta upaya hukum yang sama terhadap setiap pelanggaran dari hak yang mereka punya, dengan catatan kondisi serta formalitas yang dipersyaratkan dapat dipenuhi oleh warga negara.

b. Hak Prioritas

Hak prioritas menurut artikel 4 dari Konvensi Paris ini diberikan oleh negara dalam bentuk yang telah disebutkan diatas yakni hak paten, desain industri, hak merek, dan *utility models*. Hak prioritas tersebut didasarkan pada permohonan yang dilakukan oleh satu negara anggota yang mana permohonan dilakukan dalam jangka waktu tertentu yakni 6 bulan untuk hak merek.

Selain Konvensi Paris ada beberapa perjanjian internasional yang terkait dengan peraturan hak merek seperti *Nice Agreement*, *Madrid Agreement*, *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement* atau yang sering disingkat dengan *TRIPs Agreement*.

a. *Nice Agreement*

Pada perjanjian ini memuat mengenai 45 kelas dimana pada kelas 1 hingga kelas 34 memuat mengenai kelas barang, sedangkan kelas 35 hingga kelas 45 merupakan kelas jasa.

b. *Madrid Agreement*

Pada perjanjian ini yang dibentuk pada tanggal 14 April tahun 1891 dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi negara untuk mendaftarkan merek, menghindari pemberitahuan asal barang yang dilakukan secara palsu, fasilitas pendaftaran merek secara Internasional terhadap merek Biro Internasional yang dilakukan di Bern, dengan syarat bahwa merek-merek tersebut telah didaftarkan menjadi merek nasional pada negara asal. Merek-merek yang telah terdaftar pada Biro Internasional di Bern maka akan dikenakan dengan merek Internasional. Dalam perjanjian Madrid ini tepatnya pada pasal 1, 2, dan 3 memiliki hubungan dengan perjanjian pengaturan hak merek dagang dengan melalui pendaftaran merek dagang secara internasional yang didasarkan pada pendaftaran merek terlebih dahulu pada negara asalnya. Anggota dari perjanjian ini berjumlah 28 orang yakni yang juga ikut pada Konvensi Paris.

*Madrid Protocol* merupakan perjanjian internasional yang disepakati dan merupakan pengembangan atau penyempurnaan dari *Madrid Agreement* yang muncul pada tahun 1989. Konsep dalam Madrid Protocol ini ialah “*One application, One number of registration, One renewal, One currency, and One Document*”. Baik *Madrid Protocol* ataupun *Madrid Agreement*, keduanya sama-sama mengembangkan konsep satu kali pendaftaran merek untuk mendapatkan perlindungan hukum di banyak negara, seringkali disebut sebagai sistem pendaftaran internasional/*Madrid system*. Setiap pihak di negara anggota yang telah melakukan pendaftaran di negara asalnya cukup mengajukan permohonan pendaftaran internasional kepada WIPO International Berau melalui kantor merek di negara asal. Nantinya, pendaftaran merek di negara asal akan berfungsi sebagai *basic registration* yang dapat digunakan sebagai dasar pengajuan pendaftaran merek internasional<sup>38</sup>

c. *TRIPs Agreement*

---

<sup>38</sup> Rohaini, *The Madrid Protocol: Mewujudkan Perlindungan Hukum Yang Efektif bagi Merek Terkenal*, Jurnal Media Hukum, <https://media.neliti.com/media/publications/267455-the-madrid-protocol-mewujudkan-perlindun-c8d7dd02.pdf> diakses pada

*TRIPs Agreement* dibentuk pada tahun 1994 dimana memiliki tujuan untuk meningkatkan perlindungan terhadap HKI dari produk dengan tujuan untuk diperdagangkan. Dalam menjamin prosedur pelaksanaan dari HKI yang tidak menghambat dari kegiatan perdagangan, serta membentuk suatu rumusan aturan dan menegakkan kedisiplinan mengenai perlindungan dari HKI merupakan sebuah prinsip dari *TRIPs Agreement*. Adapun prinsip dasar dari *TRIPs Agreement* diantaranya yaitu mengenai Standar Minimum, Ahli Teknologi, Kesehatan Masyarakat dan Kepentingan Publik, *Most-Favoured Nation Treatment*, dan *National Treatment*.

#### 1. Pengaturan Merek di Indonesia

Pengaturan tentang merek di Indonesia telah mengalami beberapa perubahan dengan pergantian undang-undang. Peraturan tentang merek pertama yang dibuat oleh pemerintah Indonesia adalah UU Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Sebelumnya, Indonesia menggunakan UU Merek Kolonial Tahun 1912. Pada tahun 1992, pemerintah Indonesia memperbaharui pengaturan merek dalam UU Nomor 21 Tahun 1961 dengan UU Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Kemudian pada tahun 1997, dalam rangka menyesuaikan dengan perjanjian internasional mengenai aspek-aspek yang terkait dengan perdagangan dari Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs)-GATT.

Pemerintah melakukan pembaharuan dengan mengeluarkan UU Nomor 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Selanjutnya dilakukan perubahan dengan munculnya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Pada dasarnya, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek telah memuat ketentuan pasal-pasal dari Perjanjian Internasional Tentang



Aspek-Aspek yang dikaitkan dengan perdagangan dari Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs)-GATT. Beberapa perubahan penting lain yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 adalah penetapan sementara pengadilan, perubahan delik biasa menjadi delik aduan, peran Pengadilan Niaga dalam memutuskan sengketa merek, kemungkinan menggunakan alternatif penyelesaian sengketa dan ketentuan pidana yang diperberat.<sup>39</sup>

UU Merek merupakan pengaturan terbaru tentang merek yang berlaku hingga saat ini. Keluarnya pengaturan baru ini dikarenakan pertimbangan yuridis yang termuat dalam UU Merek bagian konsideran huruf c yang menyebutkan bahwa dalam Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang merek dan indikasi geografis, serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti.

Beberapa penyempurnaan terhadap UU Merek sebagaimana termuat dalam penjelasan umum UU Merek dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat pemohon merek adalah dalam bentuk penyederhanaan proses dan prosedur pendaftaran Merek dengan adanya pengaturan tentang persyaratan minimum permohonan. Melalui pengaturan yuridis yang tegas dalam peraturan perundang-undangan tentang merek tersebut, para pemilik merek yang sadar hukum dan peduli akan pentingnya pengembangan ekuitas merek akan berupaya

---

<sup>39</sup> Tim Lindsey, Eddy Daiman, dkk. 2003. *Hak Kekayaan Intelektual suatu Pengantar*. Bandung: Alumni, halaman 132.



mendaftarkan mereknya agar mendapatkan proteksi hukum. Disisi lain, pihak-pihak tertentu yang beriktikad tidak baik menempuh jalan pintas dengan melakukan peniruan atas merek yang telah terdaftar.<sup>40</sup>

Pasal 1 angka 1 UU Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan merek, yakni:

“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.”

Unsur yang ada dalam merek, menurut pasal 1 butir 1 UU Merek meliputi tanda yang berupa gambar, warna, 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. Untuk lebih jelasnya dapat dipahami uraian sebagai berikut:

a. Gambar

Pengertian gambar ini, termasuk semua hasil karya. Bisa berupa lukisan (*drawing*), gambar teknik (*mechanical drawing*) baik yang dihasilkan oleh tangan maupun alat elektronik;

b. Nama

Nama sebagai merek meliputi segala jenis benda budaya, barang ekonomi, makhluk hidup, atau benda mati. Meliputi juga nama perorangan, keluarga atau badan hukum. juga termasuk yang diambil dari segi geografi seperti gunung, kota, daerah, sungai, atau tempat;

---

<sup>40</sup> Casavera. 2009. *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm 5-6

c. Kata

Kata atau *word*, jangkauan penggunaan kata menjadi merek meliputi segala bentuk perkataan-perkataan asing, nasional dan daerah. Bisa kata sifat, kata kerja dan kata benda. Boleh diambil dari istilah bidang tertentu, seperti istilah budaya, agama, pendidikan, kesehatan, teknik, olahraga dan lainnya;

d. Angka-angka

Secara kasuistik penggunaan merek dengan angka- angka dapat dijadikan merek apabila angka-angka itu sudah “umum diterima” oleh masyarakat;

e. Susunan warna

Merek yang terdiri dari susunan warna, lebih mempunyai karakter identitas bila dibandingkan dengan angka- angka. Oleh karena lebih potensial memiliki daya pembeda. Namun tidak mengurangi kemungkinan terjebak ke arah mendekati jenerik. Jika susunan warna menggambarkan bentuk jenis barang, berarti susunan warna dianggap sama dengan deskripsi jenis barang; dan

f. Kombinasi dari unsur-unsur tersebut

Salah satu unsur dapat dikombinasikan dengan unsur lain atau seluruh unsur dikombinasikan. Dalam kenyataan banyak dijumpai merek yang berbentuk kombinasi dari berbagai unsur. Bahkan pada umumnya hampir semua merek merupakan kombinasi dari dua, tiga atau seluruh unsur. Minimal merupakan kombinasi antara gambar dengan perkataan.

Untuk mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah, pemilik merek terlebih dahulu harus mendaftarkan mereknya ke DJKI. Dengan

terdaftar merek, pemegang merek akan diakui atas kepemilikan merek produk dagangnya atau dengan kata lain akan memiliki hak atas merek.

Hak atas merek menurut Pasal 1 angka 5 UU Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Atau dengan kata lain dikatakan pemegang hak atas merek.

Merek melekat dengan nilai-nilai ekonomi dalam dunia bisnis, dan oleh sebab itu seorang pelaku usaha tidak boleh tanpa seizin pemiliknya menggunakan merek milik perusahaan lain. Maka jalan keluar yang diberikan oleh undang-undang untuk bisa menggunakan merek perusahaan orang lain yaitu dengan jalan pengalihan hak seperti: pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertentu, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.<sup>41</sup>

Pasal 1 UU Merek mengklasifikasikan merek ke dalam 3 jenis yakni:<sup>42</sup>

a. Merek Dagang

Merupakan merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan suatu barang tertentu dengan barang sejenis lainnya.

b. Merek Jasa

---

<sup>41</sup> Pasal 40 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

<sup>42</sup> Pasal 1 ayat 2-4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Merupakan merek jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

c. Merek Kolektif

Adalah merek yang digunakan pada barang 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 barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Klasifikasi atau penggolongan merek di Indonesia terbagi menjadi 45 kelas. Kelas-kelas merek ini berfungsi untuk mengategorikan usaha berdasarkan jenis barang dan/atau jasa yang dimiliki oleh setiap usaha. Pada saat ini, Indonesia menggunakan kategori seperti halnya yang dibuat oleh WIPO yakni membagi klasifikasi merek menjadi 45 kelas dengan kelas 1-34 untuk usaha barang dan kelas 34-45 untuk usaha jasa.

Terkait perlindungan merek di Indonesia selain hal-hal di atas, terdapat pula istilah-istilah tertentu yang perlu diketahui dan telah dijelaskan dalam UU Merek. Istilah tersebut diantaranya:

a. Hak atas Merek

Adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

b. Lisensi

Adalah izin yang diberikan oleh pemilik merek kepada pihak lain berdasarkan perjanjian secara tertulis sesuai peraturan perundang-undangan untuk menggunakan merek terdaftar.

c. Permohonan

Adalah permintaan pendaftaran merek yang diajukan kepada menteri.

d. Pemohon

Adalah pihak yang mengajukan permohonan merek.

e. Pemeriksa

Adalah pemeriksa merek sebagai pejabat fungsional yang diangkat karena keahliannya dan diberhentikan oleh Menteri untuk melakukan pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek.

f. Berita Resmi Merek

Adalah media resmi yang diterbitkan secara berkala oleh Menteri melalui sarana elektronik dan/atau non elektronik yang memuat ketentuan mengenai merek menurut UU ini.

Tidak semua permohonan pendaftaran merek dikabulkan oleh DJKI karena permohonan pendaftaran merek dapat menghadapi tiga kemungkinan, yaitu :

- a. Tidak dapat didaftarkan
- b. Harus ditolak pendaftarannya;
- c. Diterima/ di daftar.

Pasal 20 UU Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa merek tidak dapat didaftar jika:

- g. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- h. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- i. Memuat unsur yang menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- j. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- k. Tidak memiliki daya pembeda; dan
- l. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Secara umum, merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pemohon yang beritikad baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang dapat berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, atau menyesatkan konsumen.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), hal. 53.

Di samping karena diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik, merek tidak dapat didaftar apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini, yaitu:<sup>44</sup>

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Tidak memiliki daya pembeda;
- c. Telah menjadi milik umum; atau
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

## 2. Pengaturan Merek di Korea Selatan

Peraturan merek dikeluarkan sejak tahun 1908. Pada tahun 1946, Korea Selatan mendirikan lembaga paten dan memberlakukan Patent Act. Trademark Act sendiri diberlakukan sejak pada tahun 1949. Kemudian pada tahun 1977, Korea Selatan mendirikan Korean Intellectual Property Office (KIPO) sebagai kantor independen di bawah Menteri Perdagangan, Industri, dan Energi. Korea Selatan bergabung WIPO pada tahun 1979, dan KIPO mengajukan permohonan pada WIPO untuk keanggotaan dalam Trademark Act Treaty pada tahun 2002 dan Madrid Agreement pada tahun 2003.<sup>45</sup> Korean Trademark Act hingga saat ini telah diamandemen lebih dari 20 kali untuk mengimbangi perubahan yang cepat dalam lingkungan ekonomi dan perkembangan teknologi.

---

<sup>44</sup> Penjelasan pasal 21 ayat (3) Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

<sup>45</sup> Korean Intellectual Property Office, *History of the Korean Trademark System*, [www.kipo.go.ke/en.HtmlApp](http://www.kipo.go.ke/en.HtmlApp)



Merek adalah segala bentuk ekspresi yang dapat digunakan untuk membedakan produk seseorang dari produk lain. Namun, karena tidak mungkin untuk melindungi seluruh pendekatan tersebut secara hukum, KTA menetapkan pembatasan pada komponen merek dagang yang dapat dilindungi sebelumnya, komponen-komponen ini terbatas pada sebuah simbol, surat, diagram, bentuk tiga dimensi, atau kombinasi keduanya, serta kombinasi warna.<sup>46</sup> Pada bulan Juli 2007, perlindungan di bawah KTA diberlakukan bertambah untuk mencakup tanda yang terdiri dari satu warna atau campuran warna, hologram, gerakan, dan tanda apa pun yang dapat dikenali secara visual.

Pada *article 2 (1)* KTA menjelaskan istilah merek yang berarti suatu tanda yang digunakan untuk membedakan barang (termasuk jasa atau barang yang berkaitan dengan penyediaan jasa kecuali barang yang menggunakan indikasi geografis; selanjutnya hal yang sama berlaku) dari satu bisnis dari bisnis yang lain.

Terkait dengan merek di dalam *article 2* KTA mengenal beberapa istilah diantaranya:

f. *Collective mark*

Adalah merek yang dimaksudkan untuk digunakan secara langsung oleh suatu korporasi yang didirikan bersama oleh orang-orang yang memproduksi, membuat, mengolah, atau menjual barang, atau memberikan jasa, atau dimaksudkan untuk digunakan oleh para anggotanya.

g. *Collective mark with geographical indication*

---

<sup>46</sup> Miss Nantarat Munsrijan, *Problem of the Use of Registered Trademark in the Case of Fair Use*, 2022

Adalah merek yang dimaksudkan untuk digunakan secara langsung oleh suatu korporasi yang didirikan oleh orang-orang yang membuat, memproduksi atau mengolah barang yang dengan indikasi geografis dapat digunakan, atau dimaksudkan untuk digunakan olehnya atau anggotanya.

h. *Certification mark*

Adalah merek yang digunakan oleh orang yang secara komersial menyatakan dan mengelola mutu, tempat asal, cara produksi, atau ciri lain suatu barang untuk menyatakan bahwa barang pihak lain memenuhi kriteria mutu, tempat asal, metode produksi, atau karakteristik lainnya.

i. *Certification mark with geographical indication*

Adalah merek yang digunakan oleh orang secara komersial menyertifikasi indikasi geografis untuk menyatakan bahwa orang lain memenuhi karakteristik indikasi geografis tersebut.

j. *Business emblem*

Adalah merek yang digunakan oleh seseorang yang menjalankan bisnis nirlaba untuk mengidentifikasi bisnisnya.

## **2.1 Merek yang tidak dapat didaftar**

Sistem hukum yang mengatur perlindungan kekayaan intelektual di negara Korea adalah melalui Kantor Kekayaan Intelektual Korea atau Korean Intellectual Property Organization (KIPO). Merek dagang menjadi salah satu hal yang diatur didalamnya berarti apabila ada hal tertentu mengenai terjadinya perubahan, pemadaman, dan lainnya yang

berkaitan dibuat ex officio dari Komisioner KIPO, salah satu pihak, atau kepercayaan dari lembaga negara seperti pengadilan.<sup>47</sup>

Tujuan dari sistem merek dagang, sebagaimana ditunjukkan dalam Undang-Undang, adalah untuk pengembangan industri dan perlindungan kepentingan konsumen, terutama dengan melindungi pemeliharaan reputasi bisnis orang yang menggunakan merek dagang.<sup>48</sup>

Setiap orang atau perusahaan yang menggunakan atau bermaksud menggunakan merek dagang di Republik Korea dapat mengajukan merek dagang dan memperoleh hak eksklusif mereka. Permohonan pendaftaran merek ini dapat diajukan kepada KIPO. Jangka waktu merek terdaftar di Korea Selatan selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal pendaftaran dan dapat diperbarui dalam jumlah yang tidak terbatas setiap sepuluh tahun.<sup>49</sup>

Terhadap permohonan pendaftaran merek di Korea Selatan tidak semua pula akan diterima. Permohonan merek tidak akan didaftarkan, jika merek tersebut:

- a. Merek generik;
- b. Merek yang komponennya biasa digunakan untuk menggambarkan barang yang ditunjuk;
- c. Merek yang hanya menggambarkan barang dan jasa yang terkait dengannya;
- d. Merek yang hanya terdiri dari nama geografis terkenal atau singkatannya, atau peta;

---

<sup>47</sup> Korean Intellectual Property Office, Trademark & Designs, [http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13\\_01\\_01\\_01](http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13_01_01_01) diakses pada 08 Januari pukul 09.51 WIB

<sup>48</sup> Article 1 of the Korean Trademark Act

<sup>49</sup> Article 83 of the Korean Trademark Act

- e. Merek yang terdiri hanya nama atau belakang nama orang yang umum digunakan;
- f. Merek yang dianggap hanya terdiri dari komponen sederhana dan biasa; serta
- g. Merek dagang yang sebaliknya mungkin tidak dipahami oleh konsumen sebagai indikasi dari pemilik merek tertentu.

### 3. Pengaturan Merek dalam Islam

Hak milik pribadi diakui dalam islam dan dijadikan sebagai dasar pembangunan ekonomi yang akan terwujud apabila berjalan sesuai dengan ketentuan dan tidak keluar dari batasan yang Allah berikan. Batasan yang dimaksud diantaranya dengan memperoleh harta dijalan yang halal dan disyariatkan serta mengembangkannya dengan jalan yang halal pula. Pemilik harta yang mempergunakannya dengan membuat kerusakan hukumnya haram dalam islam dan demikian pula semua jenis penjualan yang merusak kesehatan baik akal, agama, juga etika.

Para ahli fiqih menjelaskan bahwa harta adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai, bagi yang merusaknya akan dikenakan ganti rugi walaupun sedikit, dan segala sesuatu yang tidak dibuang manusia. Jenis harta berdasar dari segi perlindungannya dibagi oleh para ahli fiqih sebagai berikut :

1. Al mal mutaqawwim (bernilai), yakni harta yang dibolehkan pemanfaatannya oleh syariat islam dan memiliki sifat eksklusifitas menurut syara', diantaranya rumah, makanan, ternak, kendaraan, dan pakaian. Harta semacam ini dilindungi secara hukum dan tindakan pengrusakan atau melenyapkannya dikenakan ganti rugi;

2. Al mal ghair mutaqawwin (tidak bernilai), yakni harta yang tidak boleh dimanfaatkan kecuali dalam keadaan terpaksa (dharurah) seperti arak/alkohol dan babi, serta harta yang belum memiliki sifat eksklusif seperti ikan didalam sungai, burung diudara, emas didalam bumi, dan lain sebagainya. Harta yang demikian tidak ada perlindungan hukumnya.

Hal diatas bila dikaitkan dengan perlindungan hak merek dagang dalam islam sebagaimana Ulama Hanafi berpendapat bahwa HKI, termasuk di dalamnya merek, adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai harta di mata masyarakat karena dapat dimanfaatkan dan adanya kewajiban membayar ganti rugi atas orang yang merusaknya. Dengan demikian merek sebagai sesuatu yang mempunyai manfaat dan dapat dimiliki secara pribadi, mempunyai nilai, beredar dalam masyarakat, menjadi objek transaksi antar masyarakat, dan ada hak menuntut melalui jalur hukum, maka merek memiliki status sebagai harta kekayaan pribadi bagi pemiliknya.

Kepemilikan atau hak milik adalah hubungan antara manusia dan harta yang diakui oleh syariat dan membuatnya memiliki kewenangan terhadapnya, dan menjadi berhak melakukan tasharuf apa saja selama tidak ada larangan yang menghalanginya untuk itu. Hak merek dalam hukum islam ini masuk dalam hak kepemilikan (al milkiyah), yakni suatu hak yang memberikan kepada pihak yang memilikinya kewenangan atas sesuatu sehingga menjadi kewenangan mutlak untuk menggunakan dan

mengambil manfaat sepanjang tidak menimbulkan kerugian terhadap pihak lain.<sup>50</sup>

Hukum islam menjelaskan bahwa segala sesuatu dapat dimiliki kecuali benda yang tidak bermanfaat seperti biji jagung dan benda dengan manfaat yang haram seperti bangkai, sedangkan merek memiliki manfaat dan tidak diharamkan, karenanya merek merupakan harta yang juga dapat dimiliki. Oleh sebab itu pula pemilik merek berhak mendapat perlindungan atas mereknya, sebagaimana ia berhak mengkomersilkan dan mentasarufkannya seperti menjual, menyewakan, atau memberi lisensi kepada orang lain. Setiap pelanggaran merek yang berupa menjiplak, meniru, membajak, dan/atau memalsukan produk bermerek hukumnya haram, karena masuk dalam kategori memakan harta orang lain dengan cara batil.<sup>51</sup> Allah SWT berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”* (Q.S An nisa: 29)

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

<sup>50</sup> Wahbah Az Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Gema Insani, Jakarta, 2011, hlm 364

<sup>51</sup> Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, Kencana Peranda Media Group, Jakarta, 2010, hlm 65



Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (QS. As Syu’ara ayat 183)

لَا يَجُزُّ مَالُ أَمْرِي إِلَّا بِطَيْبِ نَفْسٍ مِنْهُ

Artinya: “Tidak halal harta seseorang kecuali dengan ridha pemiliknya” (HR. Ahmad 5:72. Syaikh Syu’aib Al Amauth berkata bahwa hadists tersebut shahih lighoirihl)

Terdapat keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor:1/MUNASVII/MUI/15/2005 tentang perlindungan HKI bahwasannya dalam Hukum Islam, HKI dipandang sebagai salah satu huquq maliyyah (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum sebagaimana mal (kekayaan). Hanya saja HKI yang mendapat perlindungan Hukum Islam adalah HKI yang tidak bertentangan dengan hukum Islam. Sebagai kekayaan HKI dapat dijadikan objek akad (al-ma‘qud‘alaihi), baik akad mu‘awadhah (pertukaran, komersial), serta dapat diwakafkan dan wariskan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun demikian perlu disadari bahwa yang berhak melakukan ini semua hanyalah pemilik hak yang sah yang diakui oleh syariat Islam. Barangsiapa yang tidak memiliki hak dengan sendirinya haram (terlarang) melakukan.

Para ulama fiqh menyatakan bahwa hak merek dalam fiqh islam adalah ‘urf (suatu kebiasaan yang berlaku umum dalam suatu masyarakat) dan al maslahah al mursalah yang dapat dijadikan dasar dalam menetapkan hukum dalam fiqh islam, selama tidak bertentangan



dengan ayat dan/atau hadis dan hukum yang ditetapkan itu merupakan persoalan-persoalan duniawiyah.<sup>52</sup>

### C. Tinjauan Umum Tentang Kosmetik

Kosmetik berasal dari kata kosmein (Yunani) yang berarti berhias.<sup>53</sup>

Kosmetik sebagaimana dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 117/MENKES/PER/VII/2010 tentang Izin Produk Kosmetik adalah bahan atau yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan/atau memperbaiki, melindungi atau memelihara tubuh untuk kondisi yang baik.

Article 2 (1) Cosmetic Act menjelaskan kosmetik adalah setiap barang yang digunakan dengan cara dioleskan, diusap, disemprotkan, atau cara pemakaian lainnya pada anggota tubuh manusia untuk membersihkan, mempercantik, meningkatkan daya tarik, mencerahkan penampilan, menjaga atau menyehatkan kulit dan rambut dengan memiliki efek ringan pada tubuh manusia.

Kosmetik sebenarnya telah dikenal sejak berabad-abad lalu hingga pada abad ke-19 pemakaian kosmetik mendapat perhatian yang semakin luas. Selain untuk keperluan estetika, kosmetik juga dapat digunakan untuk kesehatan. Perkembangan mengenai ilmu kosmetik serta

---

<sup>52</sup> Husain Hami Hasan, *Nzhariyah Al Masgalahah fi Al Fiqh l Islami*, Dar An Nahdhah Al arabiyah, 1971, hlm. 17

<sup>53</sup> Syarif M Wasitaatmaja, *opcit*, hlm. 26

industriannya sendiri baru dimulai sejak abad ke-20. Produk kosmetik terbagi menjadi dua kategori yakni:

a. Kosmetik Rias

Kosmetik jenis ini digunakan untuk merias dan menutupi kekurangan yang terdapat pada kulit sehingga akan menghasilkan penampilan yang lebih menarik serta akan menimbulkan efek percaya diri. Umumnya digunakan untuk area muka atau wajah misalnya bedak, pensil alis, lipstik, perona pipi, dan lainnya. Lebih luasnya kosmetik rias juga termasuk untuk merias kuku dan rambut.

b. Kosmetik Perawatan

Kosmetik ini digunakan untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit, diantaranya:

1. Kosmetik untuk kebersihan kulit seperti *cleanssing cream*, *cleansing milk*, dan penyegar kulit;
2. Kosmetik untuk melembabkan kulit seperti *moisturizing cream*, *night cream*, *day cream*;
3. Kosmetik pelindung kulit seperti *sunscreen*, *sunblock*;
4. Kosmetik untuk merawat tubuh seperti *handbody lotion*, *deodorant*, dan masker muka.

Kosmetik sebagai produk kecantikan menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia yang kian menguat. Berdasar data yang dirilis dari lembaga riset berbasis di Inggris, Research and Market, nilai valuasi

penjualan kosmetik di dunia sepanjang tahun 2020 mencapai USD 145,3 miliar serta diperkirakan angka ini akan tumbuh dengan compound annual growth rate (CAGR) sebesar 3,6 persen per tahun selama periode 2020-2027. Selain itu, pertumbuhan pasar kosmetik dunia juga terlihat dari pertumbuhan perdagangan secara internasional yakni telah menunjukkan pertumbuhan sebesar 5,7 persen per tahun selama lima tahun terakhir.<sup>54</sup>

Korea Selatan masuk ke dalam peringkat 10 (sepuluh) besar pasar kosmetik di dunia dan mewakili 2,8% (dua koma delapan persen) dalam pasar global.<sup>55</sup> Perkembangan pasar kosmetik di Indonesia turut mengalami peningkatan yakni dikutip dari katadata.com berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Kuartal I-2020 pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik telah tumbuh 5,59 persen, dengan pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia juga diproyeksikan naik 7 persen pada 2021. Indonesia diperkirakan akan menjadi pasar kosmetik terbesar kelima di dunia pada 10-15 tahun mendatang. Kementerian Perindustrian mencatat, nilai impor kosmetik tanah air sebesar US\$ 803,58 juta pada 2019, sementara nilai eksportnya sebesar US\$ 506,65.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> KBRI Tokyo, *Laporan Analisis Intelejen Bisnis Produk Kosmetik*, 2021, hlm. 6

<sup>55</sup> Doris Peters, *Status of Cosmetics Regulation in Korea*, terdapat dalam <https://icrl.lexxion.eu/article/icrl/2020/2/8> diakses pada tanggal 02 Januari pukul 20.51 WIB

<sup>56</sup><https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/05/pertumbuhan-pasar-kosmetik-global-terkontraksi-8-pada-2020> diakses pada 03 Januari pukul 21.30 WIB

### BAB III PEMBAHASAN

#### A. Perlindungan Hukum Atas Merek Kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan

Produk kecantikan berupa kosmetik merupakan salah satu kebutuhan hidup manusia yang kian menguat. Berdasar data yang dirilis oleh lembaga riset berbasis di Inggris, *Research and Market*, sepanjang 2020 nilai valuasi penjualan kosmetik di dunia mencapai USD 145,3 miliar, dan diperkirakan akan tumbuh dengan *compound annual growth rate* (CAGR) sebesar 3,6 persen per tahun selama periode 2020-2027. Pertumbuhan pasar kosmetik dunia juga terlihat dari pertumbuhan perdagangan secara internasional yakni selama lima tahun terakhir telah menunjukkan pertumbuhan sebesar 5,7 persen per tahun.

Perkembangan pasar kosmetik di Indonesia turut mengalami peningkatan yakni dikutip dari *katadata* berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Kuartal I-2020 pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik telah tumbuh 5,59 persen, dengan pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia juga diproyeksikan naik 7 persen pada 2021. Indonesia diperkirakan akan menjadi pasar kosmetik terbesar kelima di dunia pada 10-15 tahun

mendatang. Kementerian Perindustrian mencatat, nilai impor

kosmetik tanah air sebesar US\$ 803,58 juta pada 2019, sementara nilai eksportnya sebesar US\$ 506,65.<sup>57</sup>

Pelanggaran hak merek di dunia yang semakin hari semakin meluas yang ditandai dengan maraknya fenomena pemalsuan produk yang diperjualbelikan di pasar. Termasuk di dalamnya, negara Korea Selatan dan Indonesia yang meskipun sama-sama telah memiliki peraturan yang melindungi hak atas merek, persoalan pelanggaran terhadap merek tetap terjadi. Di Korea Selatan per tahun 2020 lalu, tepatnya pada tanggal 28 Oktober 2021, dikutip dari [businesskorea.or.kr](http://businesskorea.or.kr) mengumumkan bahwa telah terdeteksi sebanyak 1.140 kasus mencurigakan dari penggunaan merek dagang ilegal di 62 negara terkait, dengan 279 merek dagang perusahaan Korea Selatan. Berdasar pada industrinya, produk kosmetik menyumbang 10,6 persen dan menjadi yang kedua setelah industri listrik dan elektronik, sedangkan bila berdasar pada merek individu, merek kosmetik dan makanan manis menyumbang bagian terbesar.<sup>58</sup> Kasus tersebut meliputi 594 kasus di delapan negara anggota ASEAN dan 189 kasus di 22 negara Eropa, dengan sebanyak 204 kasus sebagai posisi pertama berada di Indonesia diikuti negara Thailand dan Singapura. Ditambah melalui menurut hasil survei Masyarakat

---

<sup>57</sup><https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/05/pertumbuhan-pasar-kosmetik-global-terkontraksi-8-pada-2020> diakses pada 03 Januari pukul 21.30 WIB

<sup>58</sup>[businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459](http://businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459)Koreajoongdaily.joins.com diakses pada tanggal 03 Januari 2022 pukul 22.58 WIB

Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), sebagaimana dikutip dari inews.id menunjukkan bahwa kerugian akibat barang palsu di Indonesia menembus hingga Rp 291 triliun. Data tersebut berdasar pada hasil studi dampak pemalsuan terhadap perekonomian Indonesia tahun 2020 yang dilakukan oleh MIAP bekerja sama dengan Instituted for Economic Analysis of Law & Policy Universitas Pelita Harapan, menjelaskan bahwa produk kosmetik menyumbang 50 persen barang yang sering dipalsukan.<sup>59</sup> Hal ini menunjukkan perlindungan hukum atas hak merek kosmetik di Indonesia masih belum memadai.

Perlindungan Hukum Preventif adalah suatu perlindungan hukum yang diberikan pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Perlindungan sebagai *prohibited* ini dituangkan di dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

Indonesia menganut sistem konstitutif atau first to file. Sistem ini mengharuskan adanya pendaftaran merek agar suatu merek mendapatkan perlindungan. Perlindungan Hukum yang dilakukan pemerintah kepada Pemegang Merek merupakan bentuk pengaplikasian dari UU Merek. Prinsip *first to file* yang dianut oleh

---

<sup>59</sup><https://www.inews.id/finance/bisnis/kerugian-akibat-barang-palsu-tembus-rp291-triliun-tertinggi-pembanjakan-software> diakses pada tanggal 04 Januari pukul 19.55 WIB



sistem perlindungan merek di Indonesia membuat siapapun (baik perorangan maupun badan hukum) yang pertama kali mendaftarkan suatu merek untuk kelas dan jenis barang/jasa tertentu dianggap sebagai pemilik hak atas merek yang bersangkutan untuk kelas dan jenis barang/jasa tersebut.

Pengaturan mengenai proses pendaftaran yang diatur dalam UU Merek , tahun 2016, sejatinya telah dipersingkat dibandingkan dengan proses pendaftaran yang diatur oleh UU Merek sebelumnya, yakni tahun 2001. Pendaftaran merek hanya dapat diajukan untuk satu kelas barang atau jasa. Kelas barang atau jasa dalam kelompok jenis barang atau jasa yang mempunyai persamaan dalam sifat, cara pembuatan, dan tujuan penggunaannya. Produk kosmetik sendiri masuk kedalam kelas barang jenis kelas industri kimia dan industri terkait adalah kelas 3, yakni kelas untuk alat kecantikan berupa kosmetik dekoratif, cat kuku dan penghapus cat kuku, dan gincu pemerah bibir serta dapat pula berupa masker kecantikan, pembersih wajah, dan perawatan kulit. Dalam UU Merek yang prosedur pendaftaran merek, termasuk merek kosmetik menjadi antara lain:

1. Permohonan

Permohonan pendaftaran merek harus diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada DJKI, oleh pemohon atau kuasa, dengan melampirkan bukti pembayaran biaya pendaftaran Merek.

Pemohon dapat dilakukan oleh satu orang atau beberapa secara bersama- sama, atau badan hukum.

## 2. Pemeriksaan

Dalam hal pemeriksaan terbagi menjadi dua, adalah pemeriksaan formalitas dan pemeriksaan substantif. Pemeriksaan Formalitas dilakukan untuk memastikan permohonan pendaftaran merek memenuhi persyaratan administratif yang meliputi formulir permohonan, label merek, bukti pembayaran biaya permohonan, surat pernyataan kepemilikan merek, surat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa, dan bukti prioritas jika permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas sedangkan pemeriksaan substantif dilakukan setelah permohonan pendaftaran merek memenuhi seluruh persyaratan administratif. Apabila tidak terdapat keberatan, maka dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal berakhirnya pengumuman akan dilaksanakan pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek yang dimaksud. Pemeriksaan substantif diselesaikan dalam jangka waktu paling lama 150 (seratus lima puluh) hari.

## 3. Pengumuman/Publikasi

Menteri akan mengumumkan Permohonan dalam Berita Resmi Merek dalam waktu paling lama 15 (lima belas) hari terhitung

sejak Tanggal Penerimaan Permohonan. Sesuai dengan Pasal 14 UU Merek, permohonan pendaftaran merek yang telah memenuhi persyaratan minimum selanjutnya akan diumumkan dalam Berita Resmi Merek, yang berlangsung selama 2 (dua) bulan.

#### 4. Sertifikasi

Sertifikasi merek merupakan bukti hak atas merek yang merupakan hak eksklusif dari negara (dalam hal ini DJKI) dan diberikan kepada pemilik merek dengan jangka waktu 10 tahun dan dapat diperbarui.<sup>81</sup> Pemilik merek memiliki hak atas mereknya yang dimulai sejak merek tersebut terdaftar di DJKI. Dengan terdaftarnya merek tersebut, maka DJKI akan menerbitkan sertifikat merek yang bersangkutan.<sup>82</sup>

Korea Selatan sendiri terhadap perlindungan hukum merek, termasuk didalamnya merek kosmetik, adalah yurisdiksi berbasis *first to file* atau pendaftaran pertama. Secara umum tahapan prosedur pendaftaran merek yang harus dilakukan berdasar Trademark Act antara lain:

##### 1. Permohonan

Permohonan pendaftaran merek di Korea Selatan yang harus berisi nama (penunjukan) dan alamat pemohon, desain merek dagang, daftar barang (jasa) dengan indikasi kelas dan tanggal pengajuan. Selain itu, 10 salinan gambar merek dagang harus

dilampirkan pada aplikasi, dan, jika perlu, surat kuasa dan dokumen tentang hak prioritas. Apabila permohonan ditolak pemohon dapat mengajukan banding ke The Intellectual Property Trial and Appeal Body (IPTAB) dalam waktu 30 hari sejak tanggal menerima pemberitahuan penolakan akhir. Permintaan pemeriksaan ulang dapat diajukan sebelum batas waktu untuk mengajukan banding atas penolakan terakhir kepada IPTAB, yakni dalam waktu 3 bulan sejak tanggal diterimanya Pemberitahuan Penolakan Akhir.

## 2. Pemeriksaan

Permohonan pendaftaran merek harus melalui dua pemeriksaan, yaitu pemeriksaan formal dan pemeriksaan substantif. Namun pertama-tama diharuskan melewati verifikasi awal dan dalam kasus ketidakpatuhan. Setelah verifikasi, dilakukan pemeriksaan formal, dan kemudian pemeriksaan substantif. Pemeriksaan permohonan merek biasanya memakan waktu sekitar 5 bulan sejak tanggal pengajuannya.

## 3. Pengumuman/Publikasi

Apabila prosedur pendaftaran pada tahap pemeriksaan telah selesai, KIPO akan menerima merek untuk dipublikasikan atau mengeluarkan tindakan kantor yang menolak merek tersebut. Jika KIPO menerima merek tersebut, merek tersebut akan diterbitkan

untuk ditentang di *Korean Trademark Gazette* selama dua bulan. Setelah suatu merek diterbitkan dalam Berita Merek, setiap orang dapat mengajukan keberatan terhadap pendaftaran merek tersebut dalam waktu dua bulan. Oleh karena itu, jangka waktu dari saat pendaftaran hingga selesainya ujian rata-rata adalah 11 bulan.

#### 4. Sertifikasi

Sertifikasi menjadi bukti kepemilikan merek sehingga kemudian merek tersebut dapat digunakan. Jangka waktu merek terdaftar di Korea Selatan selama 10 (sepuluh) tahun dan dapat diperbarui dalam jumlah yang tidak terbatas setiap sepuluh tahun.

Melihat dari segi fenomena pelanggaran merek yang semakin banyak terjadi di Indonesia, salah satu sengketa merek kosmetik yang menjadi perbincangan di Indonesia adalah sengketa merek “Nature Republic”. Sengketa ini melibatkan Nature Republic dengan Polda Simbolon, di mana permasalahan ini berlanjut hingga naik ke meja hijau pengadilan dengan nomor register perkara No. 22/Pdt.Sus-Merek/2021/PN.Niaga.Jkt.Pst. Nature Republic, sebagai tergugat, merupakan merek dari Perusahaan yang bergerak dibidang kelas 3 atau produk-produk kosmetik, kecantikan dan perawatan tubuh dan sudah terdaftar sejak tahun 2009 oleh Nature Republic CO., LTD di Korea Selatan. Sedangkan Polda Simbolon, sebagai

penggugat, adalah seorang pengusaha yang menjual beragam jenis makanan dan minuman Kesehatan, termasuk didalamnya merek Nature Republic yang telah digunakan sejak tanggal 08 Juni 2022 yang disesuaikan dengan terdaftarnya merek penggugat dan mendistribusikan barang-barangnya di berbagai daerah di Indonesia, serta telah melakukan publikasi secara besar-besaran baik melalui social media dan took *online* secara terus menerus.

Perselisihan terjadi setelah pengajuan Polda Simbolon terkait pendaftaran merek Nature Republic pada 8 Juni 2022 dengan nomor IDM001051008 UNTUK KELAS 35 dan dapat terdaftar secara sah di Indonesia sejak 20 Januari 2023 untuk melindungi jenis jasa yang tercantum di sertifikat. Ia mengklaim sebagai pemilik sah satu-satunya merek Nature Republic untuk kelas 35 dan jika ada pihak-pihak yang memperdagangkan dan/atau memproduksi yang memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhan. Bahwa Polda Simbolon melalui kuasa hukumnya juga telah memberikan teguran tertulis (somasi) kepada tergugat pada tanggal 25 Januari 2023 di media koran nasional “Media Internasional”, namun diabaikan. Polda Simbolon kemudian mengajukan gugatan ganti rugi karena

adanya pemakaian merek secara tanpa izin telah memakai merek untuk jenis jasa penjualan *online* dan *offline* dengan ganti kerugian materiil secara langsung dan seketika sebesar empat puluh milyar



empat ratus juta rupiah, serta ganti kerugian immaterial sebesar sepuluh milyar rupiah.

Merek Nature Republic menyatakan tidak dimiliki pihak lain atas nama Poldas Simbolon. PT NRI Global Mandiri adalah pemegang lisensi tercatat di pendaftaran merek Nature Republic sejak 8 Oktober 2010 dan telah diperpanjang. Merek Nature Republic juga terdaftar diuji di DJKI dan telah terdaftar di 23 negara. Dalam persidangan yakni pemeriksaan keterangan saksi ahli dan saksi fakta, pihak Kementerian Hukum dan HAM bagian Direktorat Penyelidikan dan Penyelesaian Sengketa Kekayaan Intelektual yang menjelaskan telah menerima laporan pengaduan dan telah melakukan pemantauan secara langsung bahwa selama pemantauan di lokasi Poldas Simbolon tidak terlihat aktivitas perdagangan atau jual beli.

Gugatan merek Nature Republic oleh Ketua Umum Asosiasi Konsultan HKI Indonesia, Dr Suyud Margono, sebagai saksi ahli, menyatakan gugatan tersebut tidak sempurna atau obskure legal standingnya. Suyud Margono menjelaskan bahwa sejauh ini Poldas Simbolon hanya mendaftarkan, tetapi bukan pemilik merek.<sup>60</sup> Dalam penetapan Nomor 22/Pdt.Sus-Merek/2023/PN.Niaga.Jkt Pst Poldas Simbolon melalui kuasa hukumnya pada akhirnya mengajukan surat

---

<sup>60</sup> <https://innews.co.id/ahli-merek-penggugat-bukan-pemilik-merek-kosmetik/> / diakses pada 04 Januari pukul 20.00 WIB

tanpa tanggal perihal pencabutan gugatan dan dikabulkan. Guna mendapatkan perlindungan hukum atas merek-merek Nature Republic kemudian berbalik mengajukan gugatan pembatalan pendaftaran merek terhadap Polda Simbolon sebagai tergugat dalam sidang perkara Nomor 55/Pdt.Sus.HKI/Merek/2023/PN.Niaga.Jkt.Pst. Dalam putusan perkara tersebut mengabulkan gugatan pembatalan merek oleh Polda Simbolon, dan PT NRI Global Mandiri adalah satu-satunya Perusahaan Indonesia pemegang hak untuk mengimpor dan mendistribusikan seluruh produk Nature Republic.

Beranjak dari uraian di atas, menjadi permasalahan ketika objek hukum, baik seseorang maupun badan usaha, ketika proses pendaftaran atas suatu merek kosmetik diterima dan terdaftar secara sah sedangkan juga terdapat merek kosmetik yang serupa dan telah terdaftar terlebih dahulu. Kemudian, objek hukum tersebut melakukan penjualan dan distribusi atas merek kosmetik. Padahal pada tahap proses pendaftaran, DJKI sejatinya berhak menolak pendaftaran pada tahap pemeriksaan substantif yang tercantum dalam Pasal 23 UU MEREK. Bahwa apabila suatu merek

bertentangan dengan ketentuan yang tercantum di dalam Pasal 21 UU Merek, yaitu mempunyai persamaan pada pokok atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan jasa yang sejenis, dan mempunyai

persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa yang sejenis maupun tidak sejenis, serta mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah terkenal.

Pada bulan Oktober 2023, Korea mengesahkan peraturan merek dagang baru untuk menambah fleksibilitas pada pendaftaran merek dagangnya yang ketat dengan mensyaratkan bahwa merek yang diajukan kemudian harus benar-benar unik dari merek terdahulu yang sudah ada. Di bawah KTA saat ini, merek yang diajukan kemudian serupa dengan merek senior yang sudah terdaftar di KIPO akan ditolak pendaftarannya. Pihak-pihak kemudian harus mengambil jalan keluar dengan apa yang disebut sistem “penugasan kembali”. Sistem “penugasan kembali” memberikan merek yang diajukan kemudian ‘Merek Serupa’ yang ditolak oleh KIPO kepada pemilik merek terdahulu yang ada. Merek Serupa akan dapat didaftarkan setelah penyerahan surat persetujuan yang diterbitkan oleh pemilik merek terdahulu. Surat persetujuan adalah persetujuan pemilik merek terdahulu yang menyetujui hidup berdampingan merek serupa. Peraturan baru ini akan berlaku surut terhadap permohonan yang diajukan sebelum penerapan undang-undang tersebut dan aplikasi yang pendaftarannya belum dikonfirmasi. Tujuan dari peraturan baru ini adalah sebagai tindakan perlindungan, apabila Merek Serupa yang didaftarkan berdasarkan surat

persetujuan tersebut kemudian digunakan untuk suatu tujuan yang melanggar hukum dan menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen. Selain itu, untuk membuat proses pendaftaran merek lebih efisien dan mendorong keberadaan merek yang serupa sepanjang tidak menimbulkan kebingungan konsumen. Tujuannya juga untuk membantu usaha kecil menengah dan pemilik usaha kecil dalam memanfaatkan kekayaan intelektualnya.

Korea Selatan masuk ke dalam peringkat 10 (sepuluh) besar pasar kosmetik di dunia dan mewakili 2,8% (dua koma delapan persen) dalam pasar global. Produk kosmetik asal Korea Selatan menjadi salah satu produk yang menguasai pasar kosmetik di berbagai negara dunia, termasuk di Indonesia. Berdasar data dari Kementerian Perindustrian, nilai impor kosmetik pada tahun 2018 sebesar USD 850,15 juta, dengan 22,31 persennya adalah impor kosmetik Korea Selatan ke Indonesia. Pemerintah Korea Selatan menyadari pertumbuhan dan besarnya pasar kosmetik mereka. Dalam rangka berkontribusi untuk meningkatkan kesehatan nasional dan mengembangkan industri kosmetik, pemerintah Korea Selatan mengeluarkan peraturan yang lebih luas untuk kosmetik yang dikenal sebagai Cosmetics Act.

Kosmetik pada awalnya diatur sebagai bagian dari Pharmaceutical Affairs Act sebelum Cosmetics Act diperkenalkan pada tahun 2000. Peraturan baru ini diadopsi untuk meningkatkan

daya saing industri kosmetik dalam negeri dan untuk mengikuti tren peraturan internasional. *Cosmetics Act* menjadi aturan tentang kosmetik yang sistematis dengan isi yang memberikan langkah-langkah untuk pembuatan, bahan kosmetik, pelabelan dan periklanan produk, hingga termasuk persyaratan rinci untuk impor dan penjualan. Menjadi bagian penting penjualan dan distribusi produk kosmetik diatur dalam *Cosmetics Act* ini dalam kaitannya terhadap perlindungan merek kosmetik. Didalam *Cosmetics Act* telah diatur larangan penjualan oleh setiap orang yang tidak mengajukan laporan kepada *Minister of Food and Drug Safety* serta larangan untuk menjual dan mendistribusikan kosmetik yang diimpor oleh orang yang belum terdaftar.<sup>61</sup> Laporan ini kemudian bisa menjadi acuan bagi KIPO dalam memberantas para pelanggar merek kosmetik dan juga dapat menjadi bukti sah tambahan bagi pemilik merek dalam menggunakan merek sesuai kebutuhannya. Berbanding dengan di Indonesia, pengaturan mengenai kosmetik belum dialokasikan menjadi satu aturan yang baku dan sistematis. Terkait perlindungan hukum dalam ranah kosmetik, masih didasarkan pada beberapa macam peraturan sesuai aspek hukum yang diatur, misal terkait langkah pembuatan atau produksi pada Peraturan Menteri Kesehatan, terkait perlindungan konsumen pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan lain-lain.

---

<sup>61</sup> *Article 16 Cosmetics Act*

Merek atas produk kosmetik di Indonesia termasuk salah satu kekayaan intelektual yang dilindungi dalam kelas merek nomor 3	Merek atas produk kosmetik di Korea Selatan termasuk salah satu kekayaan intelektual yang dilindungi yakni dalam kelas merek nomor 3
Perlindungan hukum atas merek kosmetik di Indonesia menganut sistem konstitutif atau <i>first to file</i>	Perlindungan hukum atas merek kosmetik di Korea Selatan menerapkan sistem konstitutif atau <i>first to file</i>
Prosedur pendaftaran merek di Indonesia: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Permohonan diajukan kepada DJKI</li> <li>- Pemeriksaan formalitas dan substantif</li> <li>- Pengumuman/publikasi</li> <li>- Sertifikasi</li> </ul>	Prosedur pendaftaran merek di Korea Selatan: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Permohonan diajukan kepada KIPO</li> <li>- Pemeriksaan formalitas dan substantif</li> <li>- Pengumuman/publikasi</li> <li>- Sertifikasi</li> </ul>
Jangka waktu perlindungan merek di Indonesia adalah 10 tahun sejak diterimanya dan dapat diperbarui	Jangka waktu merek terdaftar di Korea Selatan yakni 1- tahun dan dapat diperbarui dalam jumlah yang tidak terbatas setiap sepuluh tahun



Industri kosmetik di Indonesia tidak memiliki UU khusus	Industri kosmetik di Korea Selatan memiliki Cosmetic Act sejak tahun 2000
---	---

#### B. Tanggung Gugat Terhadap Pelanggaran Merek Kosmetik di Indonesia dan di Korea Selatan

Perlindungan hukum yang bersifat *sanction* akan terjadi ketika adanya pelanggaran atau sengketa atas suatu merek. Dalam hal ini, perlindungan hukum represif menjadi perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Arti pelanggaran merek menurut UU Merek dapat diinterpretasikan menjadi 4 (empat) macam, yaitu :

- 1) Perbuatan pelanggaran merek yang dilakukan secara sengaja dan tanpa hak dengan menggunakan merek yang sama;
- 2) Perbuatan pelanggaran merek yang dilakukan secara sengaja dan tanpa hak dengan menggunakan merek yang serupa;
- 3) Perbuatan pelanggaran merek yang dilakukan karena kelalaiannya; dan

4) Perbuatan pelanggaran merek karena menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi geografis atau indikasi asal yang dilakukan secara sengaja dan tanpa hak sehingga menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau jasa.

Peraturan di Korea Selatan tepatnya dalam Pasal 66 KTA mengatur perbuatan yang dianggap sebagai pelanggaran sebagaimana dalam *article* 66 KTA yang kemudian terbagi menjadi dua yakni tindakan melanggar hak merek tetapi tidak termasuk merek kolektif geografis serta tindakan pelanggaran terhadap merek kolektif geografis. Yang dimaksud tindakan melanggar hak merek tetapi tidak termasuk merek kolektif geografis adalah:

1. Menggunakan merek yang identik dengan merek terdaftar orang lain pada barang yang serupa dengan barang yang ditunjuk, atau menggunakan merek yang mirip dengan merek terdaftar orang lain pada barang yang identik dengan atau mirip dengan barang yang ditunjuk;
2. Menyampaikan, menjual, memalsukan, meniru atau memiliki merek yang identik dengan atau serupa dengan merek terdaftar milik orang lain dengan maksud untuk menggunakan atau membuat orang lain menggunakannya pada setiap barang yang identik dengan atau serupa dengan barang yang ditunjuk;

3. Membuat, menyerahkan, menjual atau memiliki alat yang digunakan untuk membuat merek terdaftar milik orang lain dengan maksud untuk memalsukan atau meniru atau membuat orang ketiga memalsukan atau meniru merek terdaftar merek dagang;

4. Menyimpan, untuk tujuan pengalihan atau pengiriman, barang-barang yang identik dengan atau serupa dengan barang-barang yang ditunjuk di mana merek dagang terdaftar orang lain atau merek dagang serupa lainnya digunakan.

Setiap tindakan yang termasuk dalam salah satu dari sub-paragraf berikut ini dianggap melanggar hak merek kolektif geografis:

1. Menggunakan merek dagang (tidak termasuk indikasi geografis homonim; selanjutnya hal yang sama berlaku dalam paragraf ini) yang serupa dengan merek kolektif geografis terdaftar milik orang lain pada barang yang identik atau diakui identik dengan barang yang ditunjuk;

2. Menyampaikan, menjual, memalsukan, meniru atau memiliki merek dagang yang identik dengan atau serupa

dengan merek kolektif geografis terdaftar milik orang lain dengan maksud untuk menggunakan atau membuat orang ketiga menggunakannya pada setiap barang yang identik atau diakui identik dengan barang yang ditunjuk;

3. Membuat, menyerahkan, menjual, atau memiliki alat yang digunakan untuk membuat merek kolektif geografis terdaftar milik orang lain dengan maksud untuk memalsukan atau meniru atau membuat orang ketiga memalsukan atau meniru merek kolektif geografis terdaftar;

4. Menyimpan, untuk tujuan pemindahtanganan atau penyerahan, barang-barang yang identik dengan barang yang ditunjuk di mana merek dagang yang identik atau diakui identik dengan atau serupa dengan merek kolektif geografis terdaftar milik orang lain digunakan.

Upaya hukum dan/atau pemberian sanksi kepada pelaku pelanggaran hak merek, termasuk didalamnya merek kosmetik, menjadi salah satu nilai yang terkandung dalam teori/bentuk perlindungan hukum represif. Upaya hukum dan/atau pemberian sanksi yang dimaksud ialah:

1. Penanganan melalui DJKI di Indonesia dan KIPO di Korea Selatan

DJKI Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI adalah lembaga pelaksana sistem perlindungan kekayaan intelektual yang ada di Indonesia. Penyidikan terhadap tindak pidana merek diatur dalam Bab XVII Pasal 99 UU Merek. Pasal 99 ayat (1) UU Merek menyatakan bahwa Selain pejabat penyidik Kepolisian Negara Republik Indonesia, pejabat penyidik pegawai negeri sipil

tertentu di lingkungan kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang hukum diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai hukum acara pidana untuk melakukan penyidikan tindak pidana Merek.

Di Indonesia, tindakan administratif yang dilakukan sesuai dengan kewenangan yang dilimpahkan oleh Undang-Undang dapat diterapkan dalam tahap proses permintaan pendaftaran dan penghapusan asas prakarsa kantor merek. Pada tahap proses pendaftaran, DJKI berhak menolak pendaftaran pada tahap pemeriksaan substantif yang tercantum dalam Pasal 23 UU Merek menyatakan bahwa apabila suatu merek bertentangan dengan ketentuan yang tercantum di dalam Pasal 21 UU Merek. Tindakan administratif kedua yang dapat dilakukan Kantor Merek dalam meningkatkan jaminan perlindungan merek terdaftar dari pemalsuan, merujuk kepada ketentuan Pasal 61 UU Merek memberikan wewenang kepada kantor merek secara *ex officio* atau atas prakarsa sendiri menghapus pendaftaran merek dari daftar umum merek dengan alasan sebagaimana yang diatur. Pasal

74 UU Merek juga menyatakan bahwa DJKI juga akan dapat membatalkan merek yang telah dicabut dan/atau diputus haknya berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap.

Sistem hukum yang mengatur perlindungan kekayaan intelektual di negara Korea adalah melalui Kantor Kekayaan Intelektual Korea atau KIPO. Merek dagang menjadi salah satu hal yang diatur didalamnya berarti apabila ada hal tertentu mengenai terjadinya perubahan, pemadaman, dan lainnya yang berkaitan dibuat ex officio dari Komisioner KIPO, salah satu pihak, atau kepercayaan dari lembaga negara seperti pengadilan.<sup>62</sup> Pada *article 37 Paragraph 5 of the National Government Organization Act* menjelaskan bahwa KIPO bertanggung jawab atas pengisian, pemeriksaan, dan pendaftaran hak kekayaan industri dalam dan luar negeri seperti paten, model utilitas, desain, dan merek dagang, dan mengawasi pengadilan kekayaan intelektual yang bertanggung jawab atas sistem persidangan seperti proses pembatalan untuk industri hak milik.

Berbeda dengan Indonesia, di Korea Selatan KIPO telah jelas meningkatkan kerjasamanya dengan institusi lain termasuk kejaksaan untuk menindak aktivitas pelanggaran merek dagang seperti produksi dan distribusi produk palsu secara on-line dan/atau off-line dan melakukan penyelidikan administratif dan rekomendasi untuk tindakan korektif terhadap kegiatan

---

<sup>62</sup> Korean Intellectual Property Office, Trademark & Designs, [http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13\\_01\\_01\\_01](http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13_01_01_01) diakses pada 08 Januari pukul 09.51 WIB



persaingan tidak sehat seperti reproduksi produk.<sup>63</sup> Penanganan pelanggaran merek dilakukan oleh KIPO secara terstruktur dan inovatif. Pada tahun 2010 KIPO meluncurkan ‘Trademark Police’ untuk memulai penyelidikan terkait produk palsu. Kemudian pada tahun 2023 untuk mempercepat penyelidikan kejahatan IP secara cepat dan tepat, KIPO membuka ‘IP Crime Investigation Support Center’ sebagai organisasi afiliasi lembaga bagi perlindungan kekayaan intelektual Korea.

Kembali mengutip dari *businesskorea.or.kr* mengumumkan bahwa telah terdeteksi sebanyak 1.140 kasus mencurigakan dari penggunaan merek dagang ilegal di 62 negara terkait, dengan 279 merek dagang perusahaan Korea Selatan. Berdasar pada industrinya, produk kosmetik menyumbang 10,6 persen dan menjadi yang kedua setelah industri listrik dan elektronik, sedangkan bila berdasar pada merek individu, merek kosmetik dan makanan manis menyumbang bagian terbesar.<sup>64</sup> Kasus tersebut meliputi 594 kasus di delapan negara anggota ASEAN dan 189 kasus di 22 negara Eropa, dengan sebanyak 204 kasus dengan posisi pertama berada di Indonesia. Merujuk pada permasalahan tersebut, maka DJKI sebagai lembaga pelaksana sistem perlindungan kekayaan intelektual tidak bisa hanya

---

<sup>63</sup> Annual Report on Intellectual Property Enforcement in Korea, <https://ipkorea.go.kr/Eng/2019.pdf> terakhir diakses pada 06 Januari 21.22 WIB

<sup>64</sup>[businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459](https://businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459)Koreajoongdaily.joins.com terakhir diakses pada tanggal 03 Januari pukul 22.58 WIB

sebatas menjalankan putusan saja. Tindakan pemilik merek untuk mengajukan gugatan terhadap pihak-pihak pelanggar/pengguna merek secara ilegal akan dinilai tidak efektif apabila gugatan harus diajukan satu persatu. DJKI harus lebih aktif dan bekerja sama dengan institusi lain untuk mengatasi para pelanggar merek. Penanganan inovatif juga diperlukan oleh DJKI seiring perkembangan zaman di mana para pelanggar merek produk kosmetik saat ini juga marak terjadi secara *online*. KIPO dengan kinerjanya dalam memberantas para pelanggar merek, baik secara *online* maupun *offline*, didukung adanya kerjasama dengan berbagai pihak, telah menunjukkan penurunan pada tindak pelanggaran merek. Dari siaran pers KIPO, bahwa selama 13 tahun dari tahun 2010 hingga 2022, polisi merek dan polisi teknis mengajukan kasus pidana sekitar 6.000 pelanggaran IP, pelanggaran pemerasan dan menyita sekitar lebih dari 12 juta barang palsu. dengan perkiraan nilai sebesar USD 430 juta.<sup>65</sup>

## 2. Penanganan melalui Perdata

Di Indonesia, para pihak yang melakukan pelanggaran merek akan menerima gugatan yang diajukan oleh pemilik merek karena telah menggunakan merek nya secara tanpa hak. Gugatan tersebut dapat berupa gugatan ganti rugi ataupun penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut. Hal

<sup>65</sup> <http://www.pkkim.com/resources/new.asp?LetterNum=2639&Page>

ini sesuai dengan uraian dari Pasal 83 ayat (1) UU Merek. Sanksi berikutnya dapat dilihat dari isi pada Pasal 84, yang menyebutkan:

1. Selama masih dalam pemeriksaan dan untuk mencegah kerugian yang lebih besar, pemilik Merek dan/atau penerima Lisensi selaku penggugat dapat mengajukan permohonan kepada hakim untuk menghentikan kegiatan produksi, peredaran, dari/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan Merek tersebut secara tanpa hak.
2. Dalam hal tergugat dituntut menyerahkan barang yang menggunakan Merek secara tanpa hak, hakim dapat memerintahkan penyerahan barang atau nilai barang tersebut dilaksanakan setelah putusan pengadilan mempunyai kekuatan hukum tetap.

Sanksi berupa hukuman tambahan juga dapat diberikan kepada pelaku sebagai akibat hukum dari perbuatannya yang melawan/melanggar hukum, hal itu melalui permintaan si pemegang merek terdaftar yang haknya dirugikan. Sanksi tambahan itu dapat dilihat dari Pasal 94 UU Merek dan Indikasi Geografis, yakni:

Berdasarkan bukti permulaan yang cukup, pemilik Merek terdaftar yang haknya dirugikan dapat meminta hakim Pengadilan Niaga untuk menerbitkan surat penetapan sementara tentang:

- a. pencegahan masuknya barang yang diduga hasil pelanggaran Hak atas Merek ke jalur perdagangan;
- b. penyimpanan alat bukti yang berkaitan dengan pelanggaran Hak atas Merek tersebut;
- c. pengamanan dan pencegahan hilangnya barang bukti oleh pelanggar; dan/atau
- d. penghentian pelanggaran guna mencegah kerugian yang lebih besar.

Di Korea Selatan, penggugat dapat meminta perintah pengadilan terhadap pihak yang melanggar (atau pihak yang kemungkinan besar akan melanggar hak merek dagang) yang bertindak dengan atau tanpa kelalaian atau kesengajaan. Bersama-sama dengan perintah, penggugat dapat meminta perintah pemusnahan barang-barang yang dilanggar dan penghapusan fasilitas yang digunakan untuk melakukan pelanggaran, serta tindakan-tindakan lain yang diperlukan untuk mencegah pelanggaran tersebut. Penggugat juga dapat mencari perintah pendahuluan untuk mencegah pelanggaran. Untuk mendapatkan perintah pendahuluan, penggugat harus menunjukkan kerugian yang tidak dapat diperbaiki karena pelanggaran; pengadilan kadang-kadang mengharuskan obligasi diposting.

Pada kasus kelalaian atau pelanggaran yang disengaja berdasar pada *Article 66-67 KTA*, pemilik hak merek atau penerima lisensi dapat menuntut atas kerugian yang disebabkan oleh pemindahan barang yang melanggar oleh pelanggar. Jumlah ganti rugi dapat dihitung sebagai jumlah barang yang dialihkan dikalikan dengan keuntungan per unit barang yang mungkin dijual oleh pemilik hak merek atau penerima lisensi eksklusif tanpa adanya pelanggaran tersebut. Dalam hal demikian, ganti rugi tidak boleh melebihi jumlah yang dihitung taksiran keuntungan per unit dikalikan

dengan jumlah barang yang pemilik hak merek atau penerima lisensi dapat menghasilkan dikurangi dengan jumlah barang yang benar-benar dijual. Asalkan, bahwa pemilik hak merek atau penerima lisensi eksklusif gagal menjual produknya karena alasan selain pelanggaran, jumlah yang dihitung menurut jumlah barang yang tidak terjual karena alasan selain pelanggaran akan dikurangi.

### 3. Penanganan melalui Pidana

Ketentuan pidana Indonesia di bidang merek diatur dalam Bab XVIII Pasal 100 ayat (1) UU Merek yaitu Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Pasal 100 ayat (2) UU Merek menyebutkan bahwa Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Kemudian Pasal 100 ayat (3) UU Merek menyebutkan



bahwa Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Penyidikan terhadap tindak pidana merek diatur dalam Bab XVII Pasal 99 UU Merek. Pasal 99 ayat (1) UU Merek menyatakan bahwa Selain pejabat penyidik Kepolisian Negara Republik Indonesia, pejabat penyidik pegawai negeri sipil tertentu di lingkungan kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang hukum diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai hukum acara pidana untuk melakukan penyidikan tindak pidana Merek.

Di Korea Selatan, untuk proses pidana, pemilik merek dapat mengajukan pengaduan pidana ke polisi atau Kejaksaan. Kecuali jika kasus terkait rumit atau berpengaruh secara sosial, Kejaksaan memerintahkan penyelidikan kasus tersebut dilakukan oleh polisi. Setelah penyelidikan, polisi mengajukan laporan dengan pendapat mereka tentang apakah akan membawa dakwaan terhadap terdakwa ke Kantor Kejaksaan, yang kemudian akan memutuskan apakah akan memulai penuntutan di pengadilan.



Pemilik merek dagang yang mengajukan pengaduan pidana diberitahu apakah tertuduh pelanggar didakwa atau tidak. Namun, jika tertuduh pelanggar tidak didakwa, pemilik merek dagang perlu mengajukan petisi secara terpisah ke Kantor Kejaksaan untuk mendapatkan alasan rinci untuk tidak didakwa. Pemilik merek berhak mengajukan banding atas keputusan Kejaksaan untuk tidak mendakwa tertuduh pelanggar.

Pelanggaran merek dagang yang disengaja dapat dikenakan hukuman pidana tidak lebih dari tujuh tahun atau denda tidak lebih dari 100 juta won Korea Selatan. Setiap merek atau kemasan untuk barang yang melanggar merek dagang terdaftar dan setiap mesin yang digunakan dalam produksi barang tersebut dapat disita. Namun, jika dimungkinkan untuk menghilangkan tanda yang melanggar tanpa merusak barang, barang tersebut dapat menghindari penyitaan.

#### 4. Penanganan melalui *Alternative Dispute Resolution*

Pasal 93 UU Merek mengatur bahwa selain penyelesaian sengketa melalui Pengadilan Niaga, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa. Terkait arbitrase tidak dijelaskan lebih detail dalam UU Merek, tetapi pemilihan arbitrase sebagai penyelesaian sengketa didasarkan kepada perjanjian yang dibuat para pihak. Perjanjian dapat dibuat sebelum maupun sesudah

sengketa terjadi, sesuai dengan prinsip arbitrase yang tertuang dalam UU Arbitrase. Dengan demikian dalam hal sengketa merek, para pihak dapat memilih arbitrase sebagai forum penyelesaian sengketa.

Apabila para pihak telah memilih penyelesaian sengketa melalui arbitrase, maka dengan tegas memberikan kewenangan kepada arbiter untuk memutus pada Tingkat pertama dan terakhir, dan dalam hal ini akan mengikat para pihak sebagai UU sesuai dengan asas keperdataan yang diatur dalam Pasal 133 KUHPer. Secara kelembagaan penyelesaian sengketa merek secara non litigasi ialah Badan Arbitrase dan Mediasi HKI. Putusan arbitrase nasional bersifat mandiri, final, dan mengikat sehingga Ketua Pengadilan Negeri tidak diperkenankan memeriksa alasan atau pertimbangan dari putusan arbitrase tersebut.

The Korean Commercial Arbitration Board and Korean Intellectual Property Arbitration Center\_ adalah lembaga aktif yang mengelola proses arbitrase sehubungan dengan perselisihan yang berkaitan dengan kekayaan intelektual. Di Korea Selatan *article 3 (1)* menjelaskan bahwa cakupan arbitrase menjadi termasuk perselisihan yang didasarkan pada hak properti non-moneter, salah satunya hak kekayaan intelektual. Putusan arbitrase memiliki efek yang sama bagi para pihak yang bertikai sebagai keputusan yang dikeluarkan oleh pengadilan Korea dan,

dengan demikian, memiliki kekuatan mengikat sebagai keputusan akhir bagi para pihak. Biasanya dibutuhkan dua hingga tiga tahun untuk menerima keputusan dari pengadilan Korea. Namun, hanya membutuhkan waktu kurang lebih lima bulan dalam kasus proses arbitrase nasional dan sekitar tujuh bulan dalam kasus proses arbitrase internasional. Jika kedua belah pihak setuju untuk melanjutkan arbitrase, perselisihan terkait dapat diselesaikan dalam dua hingga tiga bulan setelah arbitrase dimulai. Namun, karena para pihak biasanya memiliki argumen yang berbeda mengenai masalah pelanggaran kekayaan intelektual, sebagian besar kasus dibawa ke pengadilan daripada proses arbitrase. Risiko tambahan dari arbitrase adalah bahwa putusan arbitrase tidak dapat diajukan banding.

Penanganan melalui DJKI	Penanganan melalui KIPO
Penanganan perdata dengan sanksi berupa gugatan ganti rugi ataupun penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek	Penanganan perdata dengan sanksi ganti rugi, perintah pemusnahan barang, dan penghapusan fasilitas yang digunakan dalam tindakan pelanggaran.
Penanganan pidana dengan sanksi pidana penjara	Penanganan pidana dengan sanksi pidana penjara dan/atau

dan/atau denda paling banyak 2 milyar rupiah	denda yang tidak lebih dari 100 juta won
Penanganan arbitrase	Penanganan arbitrase

الجامعة الإسلامية  
الابستد الاندوني

## BAB IV PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian pada bab sebelumnya mengenai “Perlindungan Hukum atas Merek Kosmetik antara Indonesia dan Korea Selatan”, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa

1. Perlindungan hukum preventif perlu dilakukan sebagai upaya pencegahan atas pelanggaran suatu merek yakni dengan dituangkan dalam peraturan. Berdasar hasil pembahasan tentang perlindungan hukum merek kosmetik antara Indonesia dan Korea Selatan maka dapat diambil kesimpulan bahwa Indonesia dan Korea Selatan memiliki banyak persamaan mulai dari prinsip yang diterapkan hingga prosedur untuk mendapatkan sertifikat bukti hak atas merek. Namun, di Korea Selatan terhadap perlindungan hukum atas merek kosmetik selain dengan adanya Trademark Act, terdapat pula Cosmetic Act yang juga berperan meningkatkan perlindungan atas merek kosmetik. Salah satunya yang hanya ada dalam Cosmetic Act terkait aturan impor kosmetik yang mewajibkan pengajuan laporan bagi para pemilik merek atau penerima lisensi yang dapat menjadi acuan bagi KIPO untuk menolak pihak yang ingin mengambil keuntungan atau menggunakan merek kosmetik tanpa sepengetahuan

pemilik merek dan nantinya akan ditindak terhadap segala pelanggaran selama proses impor, pengajuan hak atas merek, hingga sertifikat hak tersebut dikeluarkan. Hal tersebut menjadi kelebihan yang dimiliki oleh Korea Selatan dan menjadi kelemahan di Indonesia terhadap perlindungan hukum atas merek kosmetik terutama bagi merek kosmetik terkenal yang masih marak pelanggarannya di Indonesia;

2. Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir apabila telah terjadi pelanggaran atau timbul sengketa, dalam hal ini terhadap merek kosmetik. Berdasar hasil pembahasan antara Indonesia dan Korea Selatan maka dapat diambil kesimpulan bahwa Indonesia dan Korea Selatan memiliki banyak persamaan terkait upaya yang dapat dilakukan pemilik merek atau penerima lisensi terhadap tindakan pelanggaran atau timbulnya sengketa merek. Kemudian untuk perbedaan dan menjadi perhatian terletak pada bagaimana penanganan secara represif yang dilakukan DJKI dan KIPO. DJKI di Indonesia masih pasif dalam menindak para pihak yang mengambil keuntungan secara illegal atau melakukan pelanggaran merek kosmetik, dibandingkan dengan KIPO di Korea Selatan yang telah



aktif merespon segala tindakan pelanggaran merek, baik secara *online* maupun *offline*, diantaranya dengan dibukanya Trademark Police sejak tahun 2010 didukung pula pada 2023 lalu diluncurkan IP Crime Investigation Support Center yang jelas dan telah terbukti berperan penting terhadap perlindungan hukum atas merek kosmetik secara represif.

#### B. Saran

Mengingat masih marak terjadinya tindakan pelanggaran dan sengketa terhadap merek kosmetik di Indonesia, beberapa hal yang dapat menjadi saran sesuai dengan hasil pembahasan dalam upaya memberikan perlindungan hukum merek kosmetik :

1. Saran bagi pemerintah mengenai legislasi dan regulasi yang sebaiknya perlu dikaji lebih lanjut terhadap produk kosmetik dimana akan berpengaruh terhadap perlindungan hukum merek kosmetik di Indonesia, kemudian mengenai pemberian wewenang pada lembaga terkait (dalam hal ini adalah DJKI) agar dapat menjalankan fungsinya secara optimal maka perlu memiliki kewenangan yang lebih luas dan diperkuat untuk mengimbangi perubahan yang cepat dalam lingkungan ekonomi dan perkembangan teknologi;

2. Saran bagi lembaga yang berwenang, DJKI, mengenai inovasi, adaptasi teknologi, dan meningkatkan kerjasama dengan instansi lain guna mewujudkan perlindungan hukum yang optimal. Kemudian mengenai edukasi dan sosialisasi pada orang-orang awam guna meningkatkan pemahaman tentang pentingnya merek dan perlindungan terhadapnya;
3. Saran bagi para pemilik merek, termasuk didalamnya pemilik merek kosmetik, agar lebih awas dan memiliki kesadaran untuk mendaftarkan mereknya guna mendapat perlindungan yang optimal terhadap mereknya;
4. Saran bagi masyarakat agar memiliki kesadaran akan pentingnya suatu merek serta menghindari tindakan-tindakan yang dapat merugikan bagi para pemilik merek.

الجمعة، السبت، الأحد  
الجمعة، السبت، الأحد

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Ahmad Miru, 2009, *Hukum Merek*, PT Grafindo Persada, Jakarta
- Ermansyah Djaja, 2009, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta
- Kesowo Bambang, 2007, *Posisi dan arti penting HKI dalam Perdagangan Internasional*, Jakarta
- Margono dan Angkasa, 2002, *Komersial Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*, Jakarta
- Muchsin, 2003, *Perlindungan dan Kepastian hukum Bagi Investor di Indonesia*, Surakarta
- OK Saidin, 2007, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Rajawali Pers, Jakarta
- Peter D. Bennet, 1988, *Dictionary of Marketing Terms*, The American Marketing Association, Chicago
- Rahmi Jened, *Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia*, Yuridika, Surabaya
- Retno Iswari Trianggono dan Fatma Latifah, 2007, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Gramedia Pustaka, Jakarta
- Riduan Syahrani, 2004, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Bandung, Alumni
- Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung
- Tim Lindsey, 2003, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung,
- Tommy Hendra Purwaka, 2018, *Perlindungan Merek*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta
- Wahyu Sasongko, 2007, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung
- Yahya Harahap, 2006, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Jakarta
- Zaeni Ashadie, 2012, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta

## **2. Jurnal**

Agung Sujatmiko, *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek*, Yuridika Vol. 15 No 5

Agung Sujatmiko, *Tujuan Filosofis Perlindungan Hak Milik Merek*, Jurnal Media Hukum FH UMY, 2011

Anita Shalehah, 2019, *The Effect of Korean Beauty Product Characteristics on Brand Loyalty and Costumer Repurchase Intention In Indonesia*

Doris Peters dan Jae Song Choi, *Status of Cosmetics Regulations in Korea*

Febyo Hartanto, 2013, *Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Asing di Indonesia (Analisis Putusan Pengadilan Niaga Nomor:69/PDT.SUS/Merek/2013/PN.Niaga.Jkt.Pst)*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Mi Cheong Lee and Se Jung Bee, *Trademark Regostration and Use in South Korea*, 2019 <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=8de0b2a9-2c2d-4549-8007-2488700672e7> diakses pada 02 Januari pukul 19.5 WIB

Suryansyah, 2019, *Legal Protection on Intellectual Property Rights in The Development of Creative Economy in Mamuju Regency*, Substantive Justice International Journal of Law, Vol 2, Issue 1

Syarif M. Wasitaatmaja, 1997, *Penutun Ilmu Kosmetik*, UI Pres, Jakarta

## **3. Peraturan Perundang-Undangan**

Korean Cosmetic Act

Korean Trademark Act

National Government Organization Act

Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Merek

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Izin Produk Kosmetik

Peraturan Kepala BPOM RI No. HK 03.1.23.10.12459 Tahun 2010 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika

#### 4. Data Elektronik

KBRI Tokyo, 2021, Laporan Analisis Intelejen Bisins Produk Kosmetik

<https://ipkorea.go.kr/Eng/2019.pdf>

Korean Intellectual Property Office, Trademark & Designs,

[http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13\\_01\\_01\\_01](http://kipo.go.kr/kipo/BoardApp/UregApp?c=1001&catmenu=m13_01_01_01) diakses pada 08 Januari pukul 09.51 WIB

Annual Report on Intellectual Property Enforcement in Korea,

<https://ipkorea.go.kr/Eng/2019.pdf> diakses pada 06 Januari 21.22

WIB

<http://pelakubisnis.com/2020/02/kosmetik-impor-menggerogoti-pasar-dalam-negeri/> diakses pada 03 Januari pukul 20.23 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/05/pertumbuhan-pasar-kosmetik-global-terkontraksi-8-pada-2020> diakses pada 03 Januari pukul 21.30 WIB

[businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459](http://businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=37459) Koreaajoongdaily.joins.com diakses pada tanggal 03 Januari pukul 22.58 WIB

<https://www.inews.id/finance/bisnis/kerugian-akibat-barang-palsu-tembus-rp291-triliun-tertinggi-pembanjakan-software> diakses pada tanggal 04 Januari pukul 19.55 WIB

<https://innews.co.id/ahli-merek-penggugat-bukan-pemilik-merekkosmetik/> diakses pada 04 Januari pukul 20.00 WIB

<https://kemenperingo.id/download/140/Kebijakan-Pemerintah-dalam-Perlindungan-Hak-Kekayaan-Intelektual-dan-Liberalisasi-Perdagangan-Profesi-di-Bidang-Hukum> diakses pada tanggal 04 Januari pukul 21.18 WIB





FAKULTAS  
HUKUM

Gedung Fakultas Hukum  
Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kalisatungkm 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 7070222  
E. fh@uii.ac.id  
W. law.uui.ac.id

## **SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI**

No. : 136/Perpus-S1/20/H/V/2024

*Bismillaahirrahmaanirrahaim*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **M. Arief Satejo Kinady, A.Md.**  
NIK : **001002450**  
Jabatan : **Kepala Divisi Adm. Akademik Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rizki Nur Astikasari  
No Mahasiswa : 17410515  
Fakultas/Prodi : Hukum  
Judul karya ilmiah : **PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK  
KOSMETIK ANTARA INDONESIA DAN  
KOREA SELATAN.**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 22 Mei 2024 M  
14 Dzulqoidah 1445 H

Kepala Divisi Adm. Akademik

M. Arief Satejo Kinady, A.Md





---

# PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN

by Rizki NA

---

**Submission date:** 22-May-2024 10:46AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2385360696

**File name:** 17410515-Rizki\_Nur\_A-\_Merek\_Kosmetik\_IndoKorea.docx (333.73K)

**Word count:** 16062

**Character count:** 104835

المجلة الإلكترونية  
الاستاذة الأندونيسية

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK  
ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN**



Oleh :  
**RIZKI NUR ASTIKASARI**  
No. Mahasiswa : 17410515

**PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2024**

الجامعة الإسلامية الإندونيسية

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

## PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK KOSMETIK ANTARA INDONESIA DAN KOREA SELATAN

### ORIGINALITY REPORT

<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>14%</b>	<b>18%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>eprints.ums.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>www.jogloabang.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repository.uinsaizu.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>download.garuda.ristekdikti.go.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Sriwijaya University</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>luthfihakim16.wordpress.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>Anantio, Reksi Yanuar. "Kedudukan Surat Kuasa Membebaskan Hak Tanggungan"</b>	<b>1%</b>



---

(SKMHT) dalam perjanjian kredit sebagai pengikat jaminan hak tanggungan", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023

Publication

10	<a href="https://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1%
11	<a href="https://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	1%
12	<a href="https://ayusuliestya.wordpress.com">ayusuliestya.wordpress.com</a> Internet Source	1%
13	<a href="https://digilib.iblam.ac.id">digilib.iblam.ac.id</a> Internet Source	1%
14	<a href="https://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	1%
15	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	1%
16	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
17	<a href="https://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	1%
18	<a href="https://digitallib.iainkendari.ac.id">digitallib.iainkendari.ac.id</a> Internet Source	1%
19	<a href="https://itpc.or.jp">itpc.or.jp</a> Internet Source	1%

الجمعة الاستدالاندو

20

text-id.123dok.com  
Internet Source

1%

21

journal.umy.ac.id  
Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

الجمعة الامتداد الاندو