

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dunia berkembang di beberapa sektor setelah adanya teknologi digital. Salah satu yang ikut mengalami perkembangan signifikan dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir adalah sektor perdagangan. Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.<sup>3</sup>

Perkembangan perdagangan global di era digital saat ini telah menciptakan dinamika ekonomi yang kompleks yang berarti cara berdagang antar negara mengalami perubahan besar dan rumit. Hal ini menimbulkan pasar yang sangat kompetitif dan saling terhubung. Namun, di sisi lain, kompleksitas ini juga memunculkan tantangan baru seperti regulasi perdagangan online dan persaingan yang semakin ketat antar negara.

Kebanyakan negara berkembang melakukan perdagangan internasional dengan tujuan meningkatkan akumulasi kapital, yang dapat digunakan untuk mengimpor produk kapital dan barang lain yang tidak dapat

---

<sup>3</sup> Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan.

dibuat di dalam negeri. Menurut Roternberg (1987) mengemukakan bahwa kebijakan perdagangan internasional dengan mendorong strategi promosi ekspor hanya akan berhasil meningkatkan kemakmuran masyarakat (dalam jangka panjang) apabila sektor ekspor tersebut merupakan sektor dominan dalam struktur ekonomi baik dalam pengertian nilai tambah atau kesempatan kerja.<sup>4</sup> Perekonomian setiap negara, termasuk Indonesia, sangat dipengaruhi oleh perdagangan global.

Saat ini, masyarakat Indonesia memiliki semua yang mereka butuhkan, mulai dari kebutuhan primer seperti sandang, pangan dan papan, kebutuhan sekunder seperti kendaraan, televisi, dan radio, dan kebutuhan tersier seperti mobil dan perhiasan mewah. Dampak dari hal tersebut, masyarakat Indonesia dihadapkan dengan permasalahan baru yaitu sulit mengategorikan kebutuhan, dan cenderung berperilaku konsumtif atas nama, status dan gaya hidup mereka. Masyarakat Indonesia pada saat ini lebih tertarik untuk membeli barang-barang dengan merek ritel kelas atas atau biasa disebut "*HIGH END*".

Sebagai salah satu hak kekayaan intelektual, merek adalah ciri yang membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dari barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain. Harsono Adisumarto memberikan pengertian merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemikiran ternak

---

<sup>4</sup> Dr. Agus Budi Santosa, M.Si., *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*, 2017, hlm.6

dengan memberi tanda cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan di tempat penggembalaan bersama yang luas. Cap jenis ini merupakan tanda pengenal yang menunjukkan bahwa hewan tersebut adalah milik orang tertentu. Inisial dari nama pemilik sendiri biasanya digunakan sebagai tanda pembedaan untuk membedakan tanda atau merek.<sup>5</sup> Pengertian merek berdasarkan UU Merek, 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 atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.<sup>6</sup>

Muncul anggapan di masyarakat bahwa penampilan yang bagus adalah penampilan yang didukung oleh barang-barang dari merek ritel kelas atas atau biasa disebut “*HIGH END*”. Phau *and* Prendergast mendefinisikan merek mewah atau “*HIGH END*” sebagai merek terkenal dan eksklusif yang mencerminkan kualitas tinggi pada semua atribut produknya. Sedangkan Nunes dan Drèze, mendefinisikan sebagai produk bermerek yang diproduksi secara sempurna, unik, dan mewah.<sup>7</sup> Secara tradisional, merek mewah (*luxury brand*) berfokus pada penciptaan nilai simbolis, seperti mewakili prestise tinggi. Saat ini, merek-merek mewah

---

<sup>5</sup> Harsono Adisumarto, *Hak Milik Perindustrian*, Akademika Pressindo, Jakarta, 1990, h.44.

<sup>6</sup> Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>7</sup> Novita dan Kelvin Leikardo, “Daya Tarik *Luxury Brand* Pada Konsumen di Indonesia”, *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2020, hlm.248

lebih dievaluasi berdasarkan atribut-atribut yang mencerminkan nilai-nilai pribadi yang lebih tinggi, dengan nilai emosional diberi bobot lebih besar daripada fitur produk.

Rute perdagangan antarnegara yang bebas dan terbuka serta perilaku konsumen masyarakat yang lebih condong pada merek-merek ritel mewah, memicu para pedagang berlomba-lomba menjual barang dengan menggunakan merek "mewah". Merek-merek mewah seperti *Louis Vuitton*, *Hermès*, *Chanel*, dan merek-merek mewah lainnya menjadi target utama pemalsuan. Produk ritel kelas atas memiliki kualitas yang lebih baik, tetapi tentu saja harganya juga lebih mahal. Sebagian pembelinya merupakan masyarakat kelas menengah keatas untuk meningkatkan prestise. Namun karena tidak semua masyarakat mampu membeli barang dengan merek "HIGH END", Para pedagang menemukan cara untuk tetap bisa menjual produk dengan merek ritel kelas atas dengan harga yang terjangkau. Maka saat ini di Indonesia muncul lah istilah barang kwalitet (KW). Menurut Aprilins (2010) barang KW adalah sebuah barang yang diproduksi sebagai tiruan, replika, atau imitasi dari barang lain. Barang KW ini bukan sekedar tiruan atau salinan dari merek terkenal, tetapi barang palsu dari semua merek. Barang palsu adalah barang yang diproduksi hanya dengan cara menyalin tanpa produsen menggunakan hak merek yang bersangkutan.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Dra. Erna Wahyuningsih, M.M. , “*Analisis Pengaruh Customer Value dan Buying Decision terhadap Consumer Behavior Produk Fashion Imitasi Bermerek di Kalangan Masyarakat Kota Metropolitan*”,2017,hlm.7

Perdagangan barang tiruan merupakan pelanggaran hak atas kekayaan Intelektual, khususnya hak merek. Fenomena perdagangan tiruan ini telah menjadi permasalahan global yang tidak hanya merugikan pemilik merek sebenarnya, tetapi juga mengancam sistem ekonomi dan hukum yang ada. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai upaya untuk melindungi hak atas merek dan membrantas peredaran barang tiruan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan instrumen hukum utama yang mengatur perlindungan hak atas merek di Indonesia. Prinsip utama yang diatur dalam Undang-Undang ini adalah hak merek diperoleh melalui pemakaian pertama kali (*first to use system* atau *stelsel deklaratif*). *First to file system* atau *stelsel konstitutif* artinya anggapan hukum timbul bahwa pemohon pertama yang mengajukan pendaftaran merek adalah pihak yang berhak atas merek tersebut, sampai terbukti sebaliknya.<sup>9</sup>

Undang-Undang tersebut Pemilik merek diberikan hak eksklusif untuk menggunakan mereknya atau memberi wewenang kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut. Setiap penggunaan merek dagang yang tidak sah, terutama dalam perdagangan barang palsu, dianggap ilegal. Seperti yang tertulis dalam Pasal 100 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20

---

<sup>9</sup> Muhammad Ferdian, “Kedudukan Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Jujur”, Vol.9 No.2, Maret, 2019

Tahun 2016, Setiap orang yang 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, dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah).

Upaya penegakan hukum untuk memberantas perdagangan barang palsu di Batam menghadapi berbagai tantangan. *Pertama*, karena teknik pemalsuan menjadi semakin canggih, mengidentifikasi dan membuktikan keaslian produk menjadi lebih rumit. *Kedua*, sumber daya penegakan hukum terbatas, dan kurangnya koordinasi antara lembaga penegak hukum dalam hal pengawasan dan penegakan hukum. Yang ketiga adalah kontradiksi antara kepentingan ekonomi jangka pendek dan perlindungan kekayaan intelektual jangka panjang.

*Free Trade Zone* memiliki karakteristik khusus yang berpotensi mempermudah terjadinya perdagangan barang tiruan. Kawasan ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam perdagangan lintas batas, dengan regulasi yang relatif lebih longgar. Kebijakan fiskal yang lebih fleksibel dan kemudahan dalam melakukan kegiatan perdagangan di kawasan ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab untuk mengedarkan barang palsu.

Pembentukan kawasan *Free Trade Zone* (FTZ) sejalan dengan kepentingan nasional Indonesia dan akan membantu meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia dalam konteks globalisasi ekonomi global.

Sistem kawasan *Free Trade Zone* (FTZ) akan memberikan dampak positif terutama bagi daerah setempat, yakni dengan menyederhanakan birokrasi, menciptakan lapangan kerja, sekaligus meningkatkan investasi, menghilangkan bea cukai dan tarif ekspor, meningkatkan devisa negara dan ekspor, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Kota Batam di Kepulauan Riau merupakan area *Free Trade Zone* atau kawasan perdagangan bebas. Menurut Pasal 1 ayat 1 Peraturan Perundang-Undangan No.1 Tahun 2000 kawasan perdagangan bebas dan pelabuhan bebas merupakan suatu Kawasan yang berada dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang tidak termasuk dalam daerah pabean yang artinya bebas dari pengenaan bea masuk, Pajak Pertambahan Nilai (PPN), pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM), dan cukai. Maka dari itu, Kota Batam, sebagai salah satu pusat ekonomi dan industri di Indonesia, tidak lepas dari permasalahan perdagangan barang tiruan.

Banyak laporan yang menyebutkan bahwa di Kota Batam, praktik penjualan barang tiruan yang menggunakan merek-merek "*HIGH END*" masih marak terjadi, baik di pasar tradisional maupun di pusat-pusat perbelanjaan. Seperti contoh merek "*HIGH END*" yang marak sekali dipalsukan yaitu bermerek *Longchamp* dan *Goyard* yang belakangan ini banyak diinginkan tidak hanya oleh kalangan remaja tetapi juga orang dewasa. Merek tas ini sangat diminati karena memiliki desain yang *simple* tetapi tetap memperlihatkan sisi mewah. Dikarenakan desain tas nya yang

simple, merek ini cenderung mudah untuk dipalsukan dan ditiru desain nya. Peminat untuk tas ber merek *Longchamp* dan *Goyard* ini sangat banyak, maka banyak pedagang yang menggunakan kesempatan ini untuk menjual versi palsu tetapi dibuat semirip mungkin dengan aslinya dengan harga yang lebih terjangkau.

Barang tiruan ini kebanyakan berasal dari negeri tirai bambu. Negara China memiliki banyak *home industry* yang memproduksi barang sesuai permintaan dan budget pelanggan tanpa mengutamakan kualitas.<sup>10</sup> Pemalsuan merek "*HIGH END*" tidak hanya merugikan dalam sektor ekonomi, tetapi juga dapat membahayakan konsumen mengingat tidak adanya jaminan kualitas dan keamanan produk tiruan tersebut. Hal ini tentunya bertentangan dengan upaya pemerintah dalam melindungi hak atas kekayaan intelektual.

Upaya pemberantasan perdagangan barang tiruan di Kota Batam memerlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Hal ini mencakup penguatan koordinasi antar lembaga penegak hukum, peningkatan kesadaran masyarakat, modernisasi sistem pengawasan, dan harmonisasi regulasi yang mempertimbangkan karakteristik khusus kawasan *Free Trade Zone*.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa masih banyak terjadi aktivitas jual-beli barang dengan merek ritel kelas atas seperti tas dengan merek *Longchamp* yang dipalsukan di Indonesia khususnya di Kota

---

<sup>10</sup> <https://www.batamnews.co.id/berita-43687-batam-surganya-barang-kw.html>

Batam, baik di pasar tradisional maupun di pusat-pusat perbelanjaan. Oleh karena itu, Penulis berpendapat bahwa perlu nya dilakukan penelitian dengan judul "**Perdagangan Barang Tiruan yang Menggunakan Merek "HIGH END" Berdasarkan UU No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis di Wilayah *Free Trade Zone* (Studi di Kota Batam)**".

Penelitian ini akan mengkaji secara komprehensif aspek-aspek hukum terkait perdagangan barang tiruan, implementasi UU No 20 Tahun 2016 di kawasan *Free Trade Zone*, serta menganalisis tantangan dan solusi dalam penegakan hukum merek di Kota Batam.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mempengaruhi praktik perdagangan barang tiruan dengan merek "*HIGH END*" di *Free Trade Zone* Kota Batam?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingginya aktivitas perdagangan barang tiruan bermerek "*HIGH END*" di wilayah *Free Trade Zone* Kota Batam?
3. Bagaimana upaya penegakan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dilakukan oleh pihak berwenang dalam menangani perdagangan barang tiruan bermerek "*High End*" di wilayah *Free Trade Zone* Kota Batam?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan mempunyai berbagai tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis praktik perdagangan barang tiruan dengan menggunakan merek “*HIGH END*” di wilayah *Free Trade Zone* Kota Batam ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk menemukan dan mengkaji faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perdagangan barang tiruan dengan menggunakan merek “*HIGH END*” di Kota Batam.
3. Untuk menilai upaya penegakan hukum yang dilakukan oleh pihak berwenang dalam menangani perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek “*HIGH END*” di wilayah *Free Trade Zone* Kota Batam berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat kepentingan akademis maupun praktis yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang hukum, khususnya hukum ekonomi dan hak kekayaan intelektual, dengan memfokuskan pada bagaimana peraturan diterapkan di kawasan perdagangan bebas dan bagaimana hal itu berdampak pada perdagangan

internasional. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi lebih lanjut yang mengkaji hubungan antara ekonomi digital, perdagangan internasional, dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Dengan mempelajari implementasi Undang-Undang No 20 Tahun 2016, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi sejauh mana regulasi ini melindungi merek-merek terkenal dari praktik pemalsuan dan pelanggaran hak cipta, serta bagaimana perlindungannya di kawasan perdagangan bebas seperti Batam.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Pemerintah

Dapat digunakan sebagai bahan peninjauan kembali bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam menangani perdagangan barang tiruan di kawasan *Free Trade Zone*. Penelitian ini berpotensi memberikan rekomendasi kebijakan yang memperkuat pengawasan dan penegakan hukum terkait pelanggaran merek di kawasan tersebut.

### b. Bagi Penegak Hukum

Penelitian ini dapat menganalisis tantangan yang dihadapi oleh lembaga penegak hukum dalam mengidentifikasi dan menindak perdagangan barang tiruan, serta memberikan solusi untuk meningkatkan efektivitas penegakan hukum. Hal ini termasuk meningkatkan koordinasi antar lembaga penegak hukum,

memperbarui teknologi pengawasan, dan mengoptimalkan sumber daya manusia yang terlibat dalam pengawasan dan penindakan.

c. Bagi Masyarakat dan Pengusaha

Masyarakat, khususnya pengusaha dan konsumen, akan lebih memahami bahaya dan dampak dari perdagangan barang tiruan, baik dari sisi hukum maupun ekonomi. Penelitian ini juga dapat mendorong peningkatan kesadaran masyarakat untuk tidak hanya berhenti pada aspek harga, tetapi juga mempertimbangkan kualitas dan legalitas produk yang mereka beli.

E. **Orisinalitas Penelitian**

Penelitian ini memiliki orisinalitas dan kebaruan dalam hal objek kajian dan lokus penelitian yang dipilih. Perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek “*HIGH END*” merupakan permasalahan yang cukup serius di wilayah *Free Trade Zone* (FTZ) Kota Batam, namun belum banyak dikaji secara mendalam dari sudut pandang yuridis berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

No	Penulis	Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan dengan Judul Penelitian Anda
1	Aulia Rahman	Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Merek Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016	2021	Sama-sama membahas penegakan hukum merek dan UU No. 20 Tahun 2016	Tidak membahas wilayah FTZ dan barang tiruan bermerek "HIGH END"
2	Dina Putri Sari	Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Atas Produk Palsu	2020	Sama-sama membahas perlindungan hukum terhadap pemilik merek dan barang palsu	Tidak fokus pada merek "HIGH END" atau wilayah FTZ
3	Ahmad Fauzi	Praktik Peredaran Barang Palsu di Pasar Tradisional	2019	Sama-sama membahas peredaran barang palsu	Tidak menggunakan pendekatan hukum merek dan tidak di wilayah FTZ
4	Siti Nurhaliza	Analisis Pelanggaran Hak Merek di Indonesia	2022	Membahas pelanggaran terhadap merek dan aspek hukum	Tidak menyoroti merek "HIGH END" dan wilayah perdagangan bebas

5	Rizky Hidayat	Peran Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam Perlindungan Merek	2020	Sama-sama menyentuh aspek perlindungan merek	Fokus pada peran DJKI, bukan perdagangan barang tiruan
6	Maya Lestari	Efektivitas UU No. 20 Tahun 2016 Menekan Peredaran Produk Palsu	2021	Sama-sama menggunakan UU Merek No. 20 Tahun 2016	Tidak membahas wilayah Free Trade Zone dan merek <i>High End</i>
7	Andi Saputra	Penegakan Hukum di Wilayah Perdagangan Bebas Batam	2023	Sama-sama membahas wilayah FTZ Batam	Tidak membahas aspek hukum merek dan barang tiruan
8	Dewi Anggraini	Strategi Perlindungan Merek Dagang terhadap Produk Impor Ilegal	2022	Menyentuh perlindungan merek terhadap produk luar	Tidak secara khusus membahas barang tiruan <i>High End</i> dan UU No. 20 Tahun 2016
9	Budi Santoso	Tinjauan Yuridis terhadap Perdagangan Barang Palsu secara Online	2020	Membahas barang palsu dan hukum	Fokus pada media online, bukan wilayah FTZ atau barang bermerek

10	Lestari Indah	Pengawasan Bea Cukai terhadap Barang Impor Ilegal di Kawasan FTZ	2023	Sama-sama fokus pada kawasan FTZ dan pengawasan	Tidak mengkaji aspek pelanggaran merek dan barang tiruan bermerek "HIGH END"
----	---------------	--	------	---	--

Kebanyakan penelitian sebelumnya hanya mengkaji permasalahan perdagangan barang tiruan secara umum, tanpa spesifikasi pada penggunaan merek "HIGH END" dan wilayah *Free Trade Zone*. Penelitian ini akan memberikan kontribusi baru dengan menganalisis secara khusus penerapan perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek "HIGH END" di wilayah FTZ Kota Batam, yang memiliki karakteristik dan dinamika tersendiri.

Selain itu, penelitian ini juga akan membahas faktor-faktor penyebab terjadinya praktik tersebut serta upaya penegakan hukum yang telah dilakukan di wilayah FTZ Kota Batam. Hal ini penting untuk memahami akar permasalahan dan merumuskan solusi yang tepat untuk mengatasi perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek "HIGH END" di wilayah tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki orisinalitas dan kebaruan dalam hal objek kajian, lokus penelitian, serta pendekatan analisis yang digunakan. Hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang perlindungan

merek dan penanganan perdagangan barang tiruan di wilayah khusus seperti *Free Trade Zone*.

## F. Kerangka Konseptual

### 1. Sistem Perlindungan Merek

Menurut *American Marketing Association* (Freddy Rangkuti, 2004:2) Pengertian merek adalah nama, istilah, simbol, atau rancangan dan kombinasi dari hal-hal tersebut. Tujuan pemberian merek adalah untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang diperoleh sehingga berbeda dari produk atau jasa yang diperoleh oleh pesaing.<sup>11</sup>

Selain itu merek dapat memberikan sejumlah manfaat antara lain sebagai berikut :

Manfaat bagi perusahaan :

- a. Nama merek membantu penjual untuk mengelola pesanan-pesanan dan menghindari timbulnya masalah.
- b. Nama merek dan tanda dagang melindungi penjual dari pemalsuan karakteristik produk, karena jika tidak, semua pesaing akan meniru produk yang telah dipasarkan.
- c. Merek memberikan peluang bagi penjual untuk menjaga kesetiaan konsumen pada produknya. Dimana kesetiaan konsumen akan melindungi perusahaan dari persaingan dan membantu

---

<sup>11</sup> Yunanda Arpan, "Analisis *Brand Association Bus Rapid Transit (BRT)* di Kota Bandar Lampung", Vol.6 No.2, Juli, 2014

memperketat pengendalian saat merencanakan strategi bauran pemasaran.

- d. Merek dapat membantu penjual dalam mengkategorikan pasar kedalam beberapa segmen.
- e. Nama yang baik dapat membangun reputasi perusahaan.

Manfaat merek bagi distributor yaitu:

- a. Memberi kemudahan dalam penanganan produk.
- b. Membedakan pendistribusian produk.
- c. Meminta produksi untuk memenuhi standar mutu tertentu.
- d. Peningkatan preferensi pembeli.

Manfaat merek bagi konsumen :

- a. Memudahkan untuk mengenali mutu.
- b. Dapat berjalan dengan mudah dan efisien, terutama ketika membeli kembali produk yang sama.
- c. Dengan adanya merek tertentu, konsumen dapat mengaitkan status dan prestisenya.

Merek yang menawarkan berbagai produk eksklusif dengan kualitas yang sangat baik biasanya disebut sebagai merek “*HIGH END*”. Merek-merek ini menawarkan kombinasi kemewahan material, desain unik, dan warisan yang menjadikan merek-merek ini berkualitas, serta memberikan pengalaman dan nilai yang istimewa bagi pelanggannya.

Phau *and* Prendergast mendefinisikan merek mewah atau “*HIGH END*” sebagai merek terkenal dan eksklusif yang mencerminkan

kualitas tinggi padasemua atribut produknya.<sup>12</sup> Sedangkan Nunes dan Drèze, mendefinsikan sebagai produk bermerek yang diproduksi secara sempurna, unik, dan mewah.<sup>13</sup>

## 2. Konsep Perdagangan Barang Tiruan

Perdagangan barang tiruan adalah aktivitas produksi, distribusi dan penjualan barang yang secara sengaja dibuat untuk meniru produk asli, termasuk merek dagang, desain, dan fitur-fiturnya, tanpa izin dari pemilik hak kekayaan intelektual yang sah. Barang-barang ini diproduksi dan dipasarkan dengan tujuan untuk menyesatkan konsumen agar mengira bahwa mereka membeli produk asli.

Menurut OECD & EUIPO (2020), perdagangan barang tiruan didefinisikan sebagai aktivitas pembuatan, penjualan, dan distribusi produk yang secara sengaja menyalin atau meniru merek dagang, desain, atau karakteristik produk asli tanpa izin dari pemegang hak.<sup>14</sup> Staake dkk. (2019) memperluas definisi ini dengan menekankan bahwa praktik tersebut mencakup pelanggaran hak kekayaan intelektual dalam bentuk merek dagang, paten, dan hak cipta.<sup>15</sup>

Chaudhry dan Zimmerman (2009) dalam bukunya "*The Economics of Counterfeit Trade*" mendefinisikan perdagangan barang tiruan

---

<sup>12</sup> Phau, I., & Prendergast, G. (2000). Consuming luxury brands: The relevance of the 'Rarity Principle'. *Journal of Brand Management*, 8(2), 122-138.

<sup>13</sup> Nunes, J. C., & Drèze, X. (2006). The Endowed Progress Effect: How Artificial Advancement Increases Effort. *Journal of Consumer Research*, 32(4), 504-512.

<sup>14</sup> OECD & European Union Intellectual Property Office. (2020). *Trade in Counterfeit Pharmaceutical Products*. OECD Publishing, Paris.

<sup>15</sup> Staake, T., Thiesse, F., & Fleisch, E. (2019). "The emergence of counterfeit trade: A literature review." *European Journal of Marketing*, 43(3/4), 320-349.

sebagai "Reproduksi tidak sah dari produk yang dilindungi oleh hak kekayaan intelektual seperti merek dagang, paten, dan hak cipta, yang melanggar hak-hak pemilik merek terdaftar."<sup>16</sup>

Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan landasan hukum utama yang mendasari perdagangan barang tiruan di Indonesia. Prinsip utama yang diatur dalam Undang-Undang ini adalah hak merek didapat melalui pemakaian pertama kali (*first to use system* atau stelsel deklaratif). *First to file system* atau stelsel konstitutif berarti anggapan hukum timbul bahwa pemohon pertama yang mendaftarkan merek adalah pihak yang berhak atas merek tersebut, sampai terbukti sebaliknya.<sup>17</sup>

### 3. Kawasan Zona Perdagangan Bebas

Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas atau *Free Trade Zone* (FTZ) diartikan sebagai suatu kawasan yang berada dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang terpisah dari daerah pabean, sehingga bebas dari pengenaan bea masuk, pajak pertambahan nilai (PPN), PPnBM, dan cukai.<sup>18</sup> *Free Trade Zone* (FTZ) juga dapat didefinisikan sebagai suatu wilayah dengan batas fisik yang jelas sehingga berakses terbatas di dalam wilayah atau suatu negara, yang

---

<sup>16</sup> Peggy Chaudhry dan Alan Zimmerman, *The Economics of Counterfeit Trade*, Heidelberg, 2009, hal.5

<sup>17</sup> Muhammad Ferdian, "Kedudukan Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Jujur", Vol.9 No.2, Maret, 2019

<sup>18</sup> Hidayat, Syarif dan Agus Syarop Hidayat, *Quo Vadis Kawasan Ekonomi Khusus (KEK)*, Rajawali Pers, Jakarta Hal. 56, 2010

terkecuali dari peraturan pabean setempat dan berfungsi sebagai sarana perdagangan bebas, bongkar muat, dan penyimpanan.

Perdagangan bebas dapat didefinisikan sebagai perdagangan internasional yang bebas dari campur tangan pemerintah pusat maupun birokrasi setempat. Kawasan perdagangan bebas dan pelabuhan bebas atau *Free Trade Zone* (FTZ) adalah kawasan tertentu dimana diberlakukan ketentuan khusus di bidang kepabeanan, perpejakan, perizinan, keimigrasian, dan ketenagakerjaan.<sup>19</sup>

Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, atau "Zona Perdagangan Bebas", adalah area yang luas tanpa batas yang jelas yang memungkinkan aktivitas ekonomi tertentu. Undang-undang No. 44 Tahun 2007 Tentang Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas atau Kawasan Perdagangan Bebas (FTZ) menetapkan wilayah dan kawasan perdagangan bebas yang diatur dalam Peraturan Presiden.

Tujuan pembentukan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas atau *Free Trade Zone* (FTZ) adalah untuk :

- a. Meningkatkan investasi.
- b. Penyerapan tenaga kerja.
- c. Peningkatan penerimaan devisa dari ekspor.
- d. Peningkatan daya saing.
- e. Peningkatan pemanfaatan sumber daya lokal, pelayanan dan kapital bagi peningkatan ekspor.

---

<sup>19</sup> Peraturan Pemerintah No.48 tahun 2007

- f. Mendorong alih teknologi.

Prinsip dan Persyaratan pelaksanaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas atau *Free Trade Zone* (FTZ) :

- a. Kawasan merupakan wilayah hukum NKRI.
- b. Jangka waktunya adalah 70 tahun.
- c. Fasilitas hanya diberikan kepada pengusaha yang telah mendapat izin dari Badan Pengusahaan.
- d. Pengusaha hanya diizinkan untuk membawa barang yang berkaitan dengan kegiatan bisnisnya.
- e. Jumlah dan jenis barang yang diberikan fasilitas diputuskan oleh Badan Pengusahaan.

#### G. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Soerjono Soekanto merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diteliti.<sup>20</sup> Penelitian adalah alat ilmiah yang digunakan untuk memperkuat, membina, dan mengembangkan ilmu pengetahuan, ini dilakukan dalam rangka kegiatan ilmiah, artinya seseorang berusaha untuk menemukan kebenaran dari hasil penelitian orang yang dianggap ahli dan dihormati. Penelitian ini penulis menggunakan metode :

##### 1. Jenis Penelitian

---

<sup>20</sup> Soerjono Soekanto, *Metode Penelitian*, Jakarta, 2007, hlm. 32.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris yang berfokus pada pengamatan terhadap perilaku hukum dalam masyarakat. Penelitian hukum empiris melihat bagaimana hukum diterapkan dan dijalankan dalam praktik nyata dan pendekatan ini menempatkan hukum tidak hanya sebagai teks, tetapi juga sebagai suatu fenomena sosial yang berinteraksi dengan kehidupan masyarakat. Dalam penelitian ini, data diperoleh langsung dari lapangan melalui teknik observasi, wawancara, dan/atau kuesioner kepada subjek hukum, seperti aparat penegak hukum, masyarakat, maupun pihak-pihak yang terlibat dalam proses hukum. Tujuannya adalah untuk memahami efektivitas, hambatan, persepsi, serta dampak penerapan hukum di lapangan. Penelitian ini mengkaji aspek hukum terhadap perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek “*HIGH END*” dengan berpijak pada ketentuan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagai dasar hukum utama.<sup>21</sup>

## 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris yang merupakan metode penelitian hukum yang mengkombinasikan kajian normatif terhadap

---

<sup>21</sup> Ishaq, Metode Penelitian Hukum Dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi (Bandung: Alfabeta, 2017), 66

peraturan perundang-undangan dengan fakta-fakta empiris di lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis implementasi dan efektivitas penegakan hukum dalam praktik nyata di masyarakat.

Penelitian ini akan mengkaji penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menangani perdagangan barang tiruan bermerek terkenal di wilayah Free Trade Zone Kota Batam. Kajian dilakukan dengan menganalisis aspek normatif peraturan yang berlaku serta mengamati implementasinya secara langsung melalui studi lapangan untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai upaya penegakan hukum yang dilakukan oleh pihak berwenang.

### 3. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah fenomena perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek "HIGH END" di wilayah *Free Trade Zone* Kota Batam. Fokus penelitian ini mencakup aspek yuridis terkait perlindungan hukum terhadap merek tersebut berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini mengkaji secara komprehensif tentang implementasi perlindungan merek dalam konteks khusus kawasan perdagangan bebas (*Free Trade Zone*) Batam, di mana terdapat karakteristik unik terkait lalu lintas barang yang lebih longgar dibandingkan dengan wilayah non-

*Free Trade Zone*. Selain itu, penelitian juga akan menganalisis kerangka hukum yang berlaku, mekanisme penegakan hukum, tantangan dalam pemberantasan peredaran barang tiruan bermerek “*HIGH END*”, serta dampak ekonomi dan hukum dari praktik tersebut. Melalui kajian yuridis normatif, penelitian ini berupaya mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan sistem hukum yang ada dalam melindungi merek “*HIGH END*” dari pelanggaran hak kekayaan intelektual di wilayah yang memiliki rezim perdagangan khusus seperti Kota Batam.

#### 4. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam perdagangan barang tiruan bermerek “*HIGH END*” di kawasan *Free Trade Zone* Kota Batam. Subjek penelitian ini meliputi pelaku usaha yang memperdagangkan barang tiruan bermerek “*HIGH END*” di kawasan *Free Trade Zone* Batam, pemegang hak merek “*HIGH END*” yang sah, pihak Badan Pengusahaan (BP) Batam sebagai otoritas yang mengelola kawasan *Free Trade Zone* Batam, Serta Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM terkait pendaftaran dan perlindungan merek. Penelitian ini juga melibatkan aparaturnya penegak hukum seperti penyidik Pegawai Negeri Sipil Kekayaan Intelektual, jaksa, dan hakim yang menangani kasus-kasus pelanggaran merek di Kota

Batam. Selain itu, konsumen produk “*HIGH END*” baik asli maupun tiruan yang berada di kawasan *Free Trade Zone* Batam juga menjadi bagian dari subjek penelitian untuk memperoleh perspektif komprehensif terkait fenomena perdagangan barang tiruan bermerek “*HIGH END*” di Kota Batam.

#### 5. Sumber Data

##### 1) Data Primer

Data primer didapat dari wawancara dengan pihak-pihak terkait, seperti penegak hukum dan pelaku usaha, dan juga penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Batam yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan penelitian

##### 2) Data Sekunder

Data sekunder didapat dari studi kepustakaan terhadap peraturan perundang undangan, buku-buku, jurnal, artikel, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Adapun bahan-bahan hukum yang dikumpulkan meliputi :

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat, terdiri dari :

a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

b) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis..

- c) Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2007 tentang Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam.
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2018 tentang Pencatatan Permohonan Hak Kekayaan

Intelektual..

- e) Peraturan-peraturan lain yang terkait dengan perlindungan merek dan perdagangan di kawasan *Free Trade Zone*.

b. Bahan hukum sekunder ialah bahan yang memberikan definisi mengenai bahan hukum primer, terdiri dari :

- a) Buku-buku ilmiah di bidang hukum, khususnya tentang Hak Kekayaan Intelektual dan Hukum Merek.
- b) Hasil penelitian dan karya ilmiah yang relevan dengan permasalahan penelitian.
- c) Jurnal-jurnal hukum nasional dan internasional.
- d) Artikel-artikel dan publikasi elektronik tentang perlindungan merek dan perdagangan barang tiruan.

- e) Pendapat para ahli hukum berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
- c. Bahan Hukum Tersier, yaitu materi yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti :

- a) Kamus hukum
- b) Kamus Besar Bahasa Indonesia
- c) Ensiklopedia
- d) Indeks kumulatif

#### 6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai ialah sebagai berikut :

##### a. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data melalui penelusuran literatur dan dokumen yang berkaitan dengan hukum yang berkaitan dengan subjek penelitian.

##### b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Meskipun penelitian ini bersifat yuridis normatif, untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif, penelitian juga dilengkapi dengan pengumpulan data lapangan berupa :

##### a) Wawancara (*Interview*)

Wawancara pelaku usaha yang memperdagangkan barang tiruan bermerek “*HIGH END*” di kawasan *Free Trade Zone* Batam, Wawancara dengan pejabat

BP Batam (Badan Pengusahaan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam), Wawancara dengan asosiasi pemilik merek atau perwakilan produsen produk “HIGH END”, Serta wawancara dengan ahli hukum Hak Kekayaan

Intelektual.

b) Observasi

Pengamatan terhadap praktik perdagangan barang tiruan di pusat-pusat perbelanjaan di Kota Batam dan

Pengamatan terhadap mekanisme pengawasan peredaran barang di kawasan *Free Trade Zone* Batam.

c) Dokumentasi

Pengumpulan dokumen-dokumen terkait kasus perdagangan barang tiruan bermerek “HIGH END” di Kota Batam, Pengumpulan data statistik terkait perdagangan barang tiruan di kawasan *Free Trade Zone* Batam, serta dokumentasi visual kepada barang-barang tiruan yang berada di pasaran

## 7. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan berupa deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena

yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>22</sup>

#### H. Kerangka Skripsi

Penulisan Skripsi sebagai tugas akhir strata 1 (satu) disusun dalam 4 (empat) BAB penulisan yang disusun secara sistematis, yaitu :

BAB I berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, metode penelitian serta Kerangka Skripsi.

BAB II membahas mengenai Tinjauan Pustaka terdiri atas perdagangan barang tiruan, merek “*HIGH END*”, dan Wilayah *Free Trade Zone*.

BAB III membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri atas penerapan perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek “*HIGH END*” di wilayah *Free Trade Zone* Kota Batam ditinjau dari

---

<sup>22</sup> Burhan Ashsofa, *Metode Penelitian Hukum*, Ctk. Pertama, Rineka Cipta, Jakarta, 2004, hlm. 20.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek “*HIGH END*” di Kota Batam, dan upaya penegakan hukum yang dilakukan oleh pihak berwenang dalam menangani perdagangan barang tiruan yang menggunakan merek “*HIGH END*” di wilayah *Free Trade Zone* Kota Batam berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

BAB IV berisikan Penutup Pembahasan Skripsi yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran dari Kedua Tinjauan Pustaka dan Rumusan Masalah yang dituangkan dalam Pembahasan BAB II dan BAB III.

