

Analisis Kasus Sengketa Hongyunhonghe Tobacco VS PT Sumatra Tobacco Trading Company

Benedict Philip Christian¹ Gunardi lie²

Email: benedict.205210284@stu.untar.ac.id¹
gunardi.lie@stu.untar.ac.id²

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sebuah kronologi dari putusan Mahkamah Agung Nomor 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024. Sengketa tersebut mempersoalkan soal merek. Merek adalah suatu nama, tanda atau simbol untuk merepresentasikan suatu kepemilikan. Merek memberi dampak kepada konsumen yaitu dapat membedakan produk jasanya yang diberikan penjualnya, karena itu merek menjadi peran penting dalam upaya untuk mempromosikan usaha kepada masyarakat. Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, merek bukan hanya sekedar nama atau logo, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai, citra, dan pengalaman pelanggan. Dalam konteks bisnis modern, memahami esensi dan strategi di balik pembangunan merek menjadi semakin penting. Secara konseptual, merek dapat didefinisikan sebagai identitas unik yang membedakan produk atau layanan dari pesaingnya dalam pikiran pelanggan. Namun, seiring dengan berkembangnya perdagangan global dan pertumbuhan ekonomi, peran merek berkembang menjadi lebih kompleks dan strategis. Merek tidak lagi hanya sekedar tanda pengenal, tetapi juga menjadi representasi nilai, citra, dan identitas perusahaan.

Kata Kunci: Merek

Abstract

The purpose of this research is to analyze a chronology of the Supreme Court Decision Number 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024. The dispute in question concerns trademark issues. A trademark is a name, sign, or symbol used to represent ownership. Trademarks impact consumers by distinguishing the products or services provided by the seller, making trademarks crucial in efforts to promote businesses to the public. In the era of globalization and increasing competition, a brand is not just a name or logo but also reflects values, image, and customer experience. In the context of modern business, understanding the essence and strategies behind brand development becomes increasingly important. Conceptually, a brand can be defined as a unique identity that sets a product or service apart from its competitors in the minds of customers. However, with the growth of global trade and economic expansion, the role of brands has evolved into something more complex and strategic. Brands are no longer just identifiers but also representations of values, image, and company identity.

Keywords: Merek



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memainkan peran penting dalam memajukan inovasi dan kreativitas dengan memberikan insentif kepada pencipta dan penemu untuk menginvestasikan waktu, sumber daya, dan usaha dalam mengembangkan ide dan produk baru. Hak ini mendorong individu dan organisasi untuk mendorong batas-batas pengetahuan dan menjelajahi bidang baru dalam ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan budaya. Dengan memberikan hak eksklusif, HKI memastikan bahwa pencipta dapat menikmati hasil dari kerja keras mereka, yang pada gilirannya mendorong inovasi lebih lanjut dan berkontribusi pada kemajuan masyarakat. Selain itu, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) juga berfungsi sebagai mekanisme perlindungan bagi konsumen dan kepentingan publik. Melalui merek dagang dan

hak cipta, HKI memungkinkan konsumen untuk mengidentifikasi dan membedakan produk dan konten asli dari tiruan palsu atau yang lebih rendah. Ini membantu menjaga standar kualitas, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan melindungi kesehatan dan keselamatan publik. Selain itu, kerangka kerja HKI seringkali mencakup ketentuan untuk penggunaan yang adil dan akses informasi, seimbangkan kepentingan pemegang hak dengan kepentingan publik yang lebih luas dalam akses terhadap pengetahuan, budaya, dan informasi.

Undang – undang merek telah diatur dalam “UUD NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS “ dan “UUD NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK” . Dalam penelitian kasus tentang merek HONGYUNHONGHE TOBACCO sebagai (pemohon kasasi / dahulu Penggugat) melawan PT SUMATRA TOBACCO TRADING COMPANY (dahulu tergugat) akan menyelidiki klaim dan bukti yang diajukan oleh kedua belah pihak, serta analisis peraturan hukum yang relevan dalam konteks sengketa tersebut. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam tentang perdebatan hukum dan faktor - faktor yang memengaruhi hasilnya. Hasilnya dapat digunakan sebagai panduan bagi pengambil keputusan dan praktisi hukum dalam menangani kasus serupa di masa depan. Jenis penelitian ini adalah bentuk hukum normatif dengan berdasarkan dalam peraturan perundang – undangan sumber data yang diperoleh dari data – data primer, sekunder dan tersier. Rumusan Masalah: Bagaimana cara penyelesaian sengketa kasus Mahkamah Agung Nomor 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024 HONGYUNHONGHE TOBACCO melawan PT SUMATRA TOBACCO TRADING COMPANY? Bagaimana peran regulasi dan kebijakan pemerintah dalam menyeimbangkan perlindungan hak merek dengan kepentingan publik, seperti akses konsumen terhadap informasi dan keberagaman produk, untuk melindungi berbagai pihak secara adil dan efektif?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan terhadap kasus Mahkamah Agung Nomor 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024 HONGYUNHONGHE TOBACCO perusahaan produsen rokok, cigar, dan tembakau melawan PT SUMATRA TOBACCO TRADING COMPANY yang merupakan perusahaan penghasil rokok, menggunakan Yuridis Normatif yang bergantung dengan undang – undang putusan dari Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merek

Dalam undang – undang nomor 20 Tahun 2016 tentang Indikasi Merek dan Indikasi Geografis, Merek pada pasal 1 adalah:

1. 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.
2. Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.
3. Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

Fungsi pemakaian merek sangat penting dalam dunia bisnis karena memiliki beberapa peran utama. Pertama, merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang membedakan produk atau

jasa dari satu pihak dengan produk atau jasa dari pihak lain. Dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi dan membedakan produk atau jasa tertentu dari yang lain. Selain itu, pemakaian merek juga berperan sebagai alat promosi yang efektif. Dengan hanya menyebut mereknya, pemilik merek dapat mempromosikan produknya kepada konsumen, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan citra merek di pasar. Selain itu, fungsi pemakaian merek juga melibatkan jaminan atas mutu barang atau jasa yang ditawarkan. Merek yang terkenal atau yang telah membangun reputasi yang baik dapat menjadi jaminan bagi konsumen tentang kualitas produk atau jasa yang mereka beli. Ini membantu konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih percaya diri dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap pengalaman pembelian. Selain itu, merek juga berfungsi sebagai penunjuk asal barang atau jasa. Dengan merek, konsumen dapat mengetahui dari mana barang atau jasa tersebut dihasilkan dan mempertimbangkan aspek-aspek seperti reputasi dan kualitas dari asal produk atau jasa tersebut.

Sementara itu, fungsi pendaftaran merek juga sangat penting dalam melindungi hak kepemilikan merek. Pendaftaran merek memberikan bukti yang jelas dan sah bagi pemilik merek terkait hak kepemilikannya atas merek yang didaftarkan. Hal ini memberikan perlindungan hukum yang kuat terhadap pemilik merek terhadap penggunaan merek yang serupa oleh pihak lain. Selain itu, pendaftaran merek juga menjadi dasar untuk menolak pendaftaran merek yang serupa oleh pihak lain untuk produk atau jasa yang sejenis. Ini membantu mencegah kemungkinan kebingungan di antara konsumen dan melindungi integritas merek dari pemalsuan atau penyalahgunaan. Dengan demikian, pendaftaran merek memainkan peran penting dalam menjaga keunikan dan keaslian merek di pasaran. Maka itu adanya (HKI) hak untuk memperoleh perlindungan secara hukum atas kekayaan intelektual sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang HKI. Mendaftarkan ide pada Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan langkah penting untuk melindungi karya kreatif dan inovatif dari klaim orang lain. Dengan mendaftar merek, paten, atau desain industri, pemilik ide dapat memastikan bahwa hak-haknya diakui dan dilindungi oleh hukum. Ini memberikan keamanan dan insentif bagi para pelaku industri kreatif untuk terus berinovasi tanpa takut ide mereka akan disalahgunakan oleh pihak lain. Undang-undang perlindungan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) meliputi: UU RI No.14 tahun 2001 tentang Paten, UU RI No. 15 tahun 2001 tentang Merk, UU RI No. 19 tahun 2002 tentang Hak Cipta

Bagaimana cara penyelesaian sengketa kasus Mahkamah Agung Nomor 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024 HONGYUNHONGHE TOBACCO melawan PT SUMATRA TOBACCO TRADING COMPANY?

Langkah yang diambil Majelis Hakim untuk menyelesaikan kasus Mahkamah Agung Nomor 76 K/Pdt.Sus – HKI / 2024 HONGYUNHONGHE TOBACCO melawan PT SUMATRA TOBACCO TRADING COMPANY yaitu dengan memutuskan bahwa putusan Judex Facti salah karena tidak mempertimbangkan kepentingan Penggugat yang memiliki merek WIN terdaftar di China dan negara lain yang ingin berinvestasi di Indonesia dengan menggunakan merek tersebut. Selain itu, berdasarkan investigasi, terbukti merek WIN milik Tergugat tidak digunakan selama lebih dari 3 tahun, dan Tergugat gagal memberikan bukti yang memadai untuk membantah temuan tersebut. Oleh karena itu, Mahkamah Agung mengabulkan permohonan kasasi dari Pemohon Kasasi HONGYUNHONGHE TOBACCO (GROUP) Co. Ltd., dan membatalkan putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 45/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt. Pst., tanggal 14 September 2023. Sebagai konsekuensinya, Termohon Kasasi dihukum untuk membayar biaya perkara pada semua tingkat peradilan.

penggugat maupun tergugat dalam suatu perkara dapat mengajukan permohonan kasasi ke Mahkamah Agung. Kasasi adalah proses hukum di mana pihak yang merasa dirugikan oleh keputusan pengadilan tingkat pertama atau banding dapat mengajukan permohonan kepada Mahkamah Agung untuk menguji keabsahan atau keadilan keputusan tersebut. Ini berlaku pada Dalam perkara perdata, prosedur kasasi diatur dalam Pasal 392 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) di Indonesia. Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis:

- (1) Penghapusan Merek terdaftar dapat pula diajukan oleh pihak ketiga yang berkepentingan dalam bentuk gugatan ke Pengadilan Niaga dengan alasan Merek tersebut tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan/atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.
- (2) Alasan Merek tidak digunakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku dalam hal adanya:
 - a. larangan impor;
 - b. larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan Merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berrn'enang yang bersifat sementara; atau
 - c. larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.
- (3) Penghapusan Merek terdaftar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dicatat dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Peran regulasi dan kebijakan pemerintah dalam menyeimbangkan perlindungan hak merek dengan kepentingan publik didasarkan pada berbagai undang-undang dan peraturan yang relevan. Beberapa undang-undang yang penting dalam konteks ini adalah:

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis: Undang-undang ini mengatur tentang hak merek, termasuk prosedur pendaftaran, perlindungan, dan penegakan hak merek di Indonesia.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Undang - undang ini menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka beli, sehingga mendukung transparansi dan akses informasi bagi konsumen.
3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat: Undang - undang ini bertujuan untuk mendorong persaingan yang sehat di pasar, termasuk melalui regulasi yang mempromosikan keberagaman produk dan melindungi hak merek bagi produsen kecil dan inovator.
4. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang Perlindungan Hak. Cipta: Meskipun berkaitan dengan hak cipta, undang - undang ini juga mencakup aspek-aspek yang relevan dengan perlindungan merek dan penegakan hukum terkait pelanggaran hak merek.
5. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran: Undang - undang ini mencakup ketentuan terkait promosi dan iklan produk, yang dapat berpengaruh pada transparansi dan akses informasi bagi konsumen.

Dengan mempertimbangkan dan menerapkan undang-undang tersebut secara efektif, pemerintah dapat menciptakan lingkungan hukum yang mendukung perlindungan hak merek sejalan dengan kepentingan publik, termasuk akses konsumen terhadap informasi dan keberagaman produk, sambil melindungi berbagai pihak secara adil dan efektif.

Tinjauan Kasus Sengketa

Pada putusan Mahkamah Agung Nomor 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024 tentang sengketa Merek antara HONGYUNHONGHE TOBACCO melawan PT SUMATRA TOBACCO TRADING COMPANY

Para Pihak:

HONGYUNHONGHE TOBACCO

Honghe Hongyun Tobacco Company, berbasis di Honghe, China, adalah perusahaan tembakau yang didirikan pada tahun 1985. Sejak itu, perusahaan ini telah menjadi salah satu pemimpin di industri tembakau di wilayah tersebut. Mereka terkenal karena fokusnya pada riset, pengembangan, produksi, dan penjualan produk tembakau berkualitas tinggi. Dengan pengalaman bertahun-tahun, reputasi mereka di pasar untuk produk berkualitas dan pendekatan inovatif dalam produksi tembakau telah kokoh terbangun. Sebagai bagian dari industri tembakau, Honghe Hongyun Tobacco Company telah menghasilkan berbagai produk tembakau, termasuk rokok, dengan fokus utama pada kualitas dan peningkatan teknologi produksi. Mereka juga telah memperluas pasar mereka ke tingkat internasional, menjadikan mereka salah satu pemain utama dalam perdagangan tembakau global. Selain menjadi pemimpin dalam produksi tembakau, perusahaan ini juga aktif dalam berbagai kegiatan tanggung jawab sosial. Mereka terlibat dalam inisiatif untuk mendukung komunitas lokal, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan karyawan. Dengan komitmen yang kuat terhadap kualitas, inovasi, dan tanggung jawab sosial, Honghe Hongyun Tobacco Company terus menjadi pemain kunci dalam industri tembakau di China dan di seluruh dunia.

Tahap Pengadilan

Dalam Putusan Nomor 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024, Majelis Hakim memutuskan untuk mengabulkan gugatan penggugat. Putusan tersebut menyatakan bahwa Tergugat tidak menggunakan merek WIN terdaftar Nomor IDM000030697 selama 3 tahun berturut-turut dalam perdagangan barang sejak tanggal pendaftaran. Sebagai akibatnya, putusan memerintahkan penghapusan pendaftaran merek WIN terdaftar atas nama Tergugat dari Daftar Umum Merek. Selanjutnya, putusan juga memerintahkan pejabat yang berwenang untuk menyampaikan salinan putusan kepada Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Tujuannya adalah agar penghapusan pendaftaran merek tersebut dari Daftar Umum Merek dapat dicatatkan dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Dengan demikian, langkah-langkah yang diperlukan dapat dilaksanakan untuk menegakkan keputusan pengadilan. Pemohon kasasi juga dihukum membayar biaya perkara dalam tingkat kasasi sebesar Rp5.000.000,00. Putusan tersebut mencerminkan keputusan akhir Majelis Hakim terkait gugatan penggugat dan menetapkan tanggung jawab atas biaya perkara yang harus ditanggung oleh pihak yang mengajukan kasasi.

Tahap Kasasi

Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat diucapkan pada 14 September 2023 dengan kehadiran Kuasa Pemohon Kasasi. Pemohon Kasasi, melalui kuasanya yang didasarkan pada Surat Kuasa Khusus tanggal 22 Juni 2022, mengajukan permohonan kasasi pada 27 September 2023. Permohonan kasasi ini didasarkan pada Akta Pernyataan Permohonan Kasasi Nomor 44 K/Pdt.Sus-HKI/2023/PN Niaga Jkt. Pst. dan Nomor 45 K/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt. Pst., yang dibuat oleh Panitera Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. Permohonan tersebut disertai dengan memori kasasi yang diterima di Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada 9 Oktober 2023. Permohonan kasasi dan alasan-alasannya telah disampaikan dengan cermat kepada pihak lawan, sesuai dengan tenggang waktu dan prosedur yang ditentukan dalam

undang-undang. Oleh karena itu, secara formal permohonan kasasi tersebut dapat diterima. Dalam memori kasasi yang diterima pada 9 Oktober 2023, yang merupakan bagian integral dari putusan ini, Pemohon Kasasi meminta agar permohonan kasasi dari Hongyunchonghe Tobacco (Group) Co., Ltd diterima dan diabulkan. Selain itu, Pemohon Kasasi juga meminta agar Putusan Pengadilan Niaga Jakarta pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 45/Pdt.Sus-HKI/Merek/2023/PN Niaga Jkt. Pst., tanggal 14 September 2023, dibatalkan, dengan Mahkamah Agung mengadili sendiri perkara ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari proses pengadilan dan kasasi ini adalah bahwa putusan Nomor 76 K/Pdt.Sus-HKI/2024 memutuskan untuk mengabulkan gugatan penggugat terkait dengan penggunaan merek WIN terdaftar Nomor IDM000030697. Sebagai hasilnya, pendaftaran merek tersebut atas nama Tergugat dihapus dari Daftar Umum Merek. Selain itu, pejabat yang berwenang diinstruksikan untuk mengumumkan penghapusan merek tersebut dalam Berita Resmi Merek. Proses kasasi dilakukan oleh Pemohon Kasasi, yang akhirnya meminta agar permohonan kasasinya diabulkan dan putusan Pengadilan Niaga Jakarta tanggal 14 September 2023 dibatalkan. Kesimpulan ini menegaskan bahwa putusan pengadilan dan kasasi telah menetapkan tanggung jawab atas biaya perkara dan menegaskan keputusan pengadilan dalam menangani sengketa merek antara pihak-pihak yang bersengketa.

Saran: Berdasarkan jalannya proses pengadilan dan kasasi, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, Tergugat sebaiknya mempertimbangkan untuk lebih aktif menggunakan merek WIN terdaftar Nomor IDM000030697 dalam perdagangan barang guna menghindari potensi penghapusan merek di masa depan. Kedua, semua pihak terlibat harus memastikan kepatuhan penuh terhadap ketentuan hukum terkait merek, termasuk dalam proses pendaftaran dan penggunaan merek. Ketiga, pengelolaan litigasi yang hati-hati dan profesional diperlukan untuk mengelola sengketa merek atau masalah hukum lainnya dengan efektif. Terakhir, perencanaan strategis, seperti pemantauan terus-menerus terhadap penggunaan merek dan pembaruan pendaftaran, akan membantu mengelola risiko pelanggaran merek di masa mendatang. Dengan menerapkan saran-saran ini, pihak-pihak terlibat dapat lebih baik mengelola merek mereka dan menghindari potensi masalah hukum di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, Dyah Permata Budi. "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Produk Kreatif Usaha Kecil Menengah Di Yogyakarta." *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 27, no. 1 (2020): 130- 150.
- Baparekraf RI. *Pentingnya Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kemenparekraf, (2021).
- Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta." *Jurnal Ilmiah Publika* 10, no. 2 (2022):
- Riswandi, Budi Agus, and M. SH. *Pembatasan dan Pengecualian Hak Cipta di Era Digital*. Citra Aditya Bakti, 2017.