

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Pertimbangan Hakim Dalam Putusan Perkara Pembongcengan Terhadap Reputasi Merek Terdaftar Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Putusan Peninjauan Kembali Mahkamah Agung Nomor 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017)” ditulis oleh Alfi Mufida Rahamawati dengan Promotor Dr. H. Asmawi, M.Ag. dan Dr. Zulfatun Ni'mah, S.HI., M.Hum.

Kata Kunci: *Reputasi, Merek, Pembongcengan*

Pesatnya perkembangan perdagangan barang dan jasa, diperlukan adanya pengaturan yang bersifat internasional yang memberikan jaminan perlindungan dan kepastian hukum di bidang Merek. Bahwa merek memiliki nilai ekonomis bagi pemilik merek/produsen. Selain untuk membedakan produknya dengan produk perusahaan lain yang sejenis, juga untuk membangun citra perusahaan khususnya dalam hal pemasaran. Pencapaian yang didapat oleh perusahaan atas reputasi yang dimiliki membuat para pihak-pihak lain yang ingin mencapai reputasi membuat para pihak-pihak lain yang ingin membongceng reputasi untuk keuntungan semata. Pada Putusan MA Nomor 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017 sengketa kasus pembongcengan reputasi merek terdaftar milik PT. Gudang Garam dengan PR. Jaya Makmur yang dinilai terdapat persamaan merek pada pokoknya maupun keseluruhan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pembongcengan terhadap reputasi merek terdaftar dalam perkara Peninjauan Kembali Putusan Mahkamah Agung Nomor 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017. 2) Bagaimana pertimbangan hukum Majelis Hakim Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017 mengenai pembongcengan merek terdaftar. 3) Bagaimana pertimbangan hukum Majelis Hakim Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017 mengenai pembongcengan terhadap reputasi merek terdaftar ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus putusan Mahkamah Agung Nomor 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017, penelitian yang mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis yang dapat diamati. Menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci dan teknik pengumpulan data dengan menggabungkan data yang diperoleh dari studi kepustakaan atas peraturan perundang-undangan, literatur yang berkaitan dengan tindak pembongcengan reputasi, menggunakan studi putusan Mahkamah Agung Nomor 119 PK/Pdt.Sus-HKI/2017 antara PT. Gudang Garab. Tbk melawan H. Ali Khosin, S.E., DK, selaku pemilik Pabrik Rokok (PR) Jaya Makmur dengan nama produk Gudang Baru.

Dari hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa (1) Pembongcengan terhadap reputasi merek terdaftar dalam perkara Putusan Mahkamah Agung Nomor 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017 dilakukan oleh PR Jaya Makmur dengan membuat merek rokok Gudang Baru yang memiliki beberapa persamaan dengan merek rokok milik PT Gudang Garam, yakni persamaan sebagian huruf, warna, gambar, penempatan kata-kata dan lambang. (2) Pertimbangan majelis hakim Peninjauan Kembali pada Putusan Nomor 119 PK/Pdt.Sus-HKI/2017 mengenai pembongcengan merek terdaftar dalam mengabulkan gugatan PT Gudang Garam adalah adanya novum yang pihak pembongceng merek telah

didakwa telah melakukan tindak pidana tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk diperdagangkan, adanya itikad buruk dari pihak pembonceng merek, dan adanya kekeliruan hakim tingkat kasasi yang telah mengabaikan PT. Gudang Garam, Tbk., sebagai pemilik merek terdaftar yang sah dan juga sebagai merek terkenal. (3) Pertimbangan majelis hakim tingkat Peninjauan Kembali perkara nomor 119 PK/Pdt.Sus-HKI/2017 mengenai pemboncengan reputasi merek terdaftar ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah telah benar karena itikad buruk dan memanfaatkan milik orang lain tanpa izin.

ABSTRACT

Thesis with the title Judge's "Consideration in the Decision on Pilgrim Case Against the Reputation of a Registered Mark in the Perspective of Sharia Economic Law (Case Study of the Supreme Court Review Decision Number 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017)" written by Alfi Mufida Rahamawati with the promoter Dr. H. Asmawi, M.Ag. and Dr. Zulfatun Ni'mah, S.HI., M. Hum.

Keywords: *Reputation, Brand, Passing Off.*

The rapid development of trade in goods and services requires an international regulation that guarantees protection and legal certainty in the field of Marks. That the brand has economic value for the brand owner/producer. In addition to differentiating its products with other similar company products, it is also to build the company's image, especially in terms of marketing. The achievements obtained by the company on the reputation it has make other parties who want to achieve reputation make other parties who want to ride the reputation for profit alone. In the Supreme Court Decision Number 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017 the dispute over the pillion case for the reputation of a registered trademark belonging to PT. Gudang Garam with PR. Jaya Makmur which is considered to have brand similarities in principle and in general.

The problems in this study are: 1) How to hitch a ride on the reputation of a registered mark in the case of the Judicial Review of the Supreme Court's Decision Number 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017. 2) What are the Supreme Court judges' legal considerations in decision 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017. regarding the pillion of registered trademarks. 3) How are the legal considerations of the Panel of Judges of the Supreme Court in Decision regarding piggybacking on the reputation of a registered mark in terms of the perspective of Sharia Economic Law.

The research was conducted using a qualitative method with a case study approach to the Supreme Court's decision Number 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017, research that defines qualitative methodology as a research procedure that produces descriptive data in the form of written words that can be observed. Placing researchers as key instruments and data collection techniques by combining data obtained from literature studies on laws and regulations, literature related to the act of pillion reputation, using the study of the Supreme Court's decision Number 119 PK/Pdt.Sus-HKI/2017 between PT. Garb Warehouse. Tbk against H. Ali Khosin, S.E., DK, as the owner of the Jaya Makmur Cigarette Factory (PR) with the product name Gudang Baru.

From the findings of this study, the researchers came to the following conclusions: (1) PR Jaya Makmur used the Gudang Baru cigarette brand, which shares several similarities with the cigarette brand owned by PT. PT Gudang Garam, including the similarity of some letters, colors, and images, to capitalize on the reputation of registered brands in the Supreme Court Decision Number 119PK/Pdt.Sus-HKI/2017; (2) PR Jaya Makmur used the Gudang Baru cigarette brand, the positioning of text and symbols. (2) The panel of judges for the Review of Decision Number 119 PK/Pdt.Sus-HKI/2017 took into account the novum in which the pillion of the mark has been charged with committing a crime without the right to use the same mark while granting PT Gudang Garam's claim. In essence, with a registered mark belonging to another party to be traded, the existence of bad faith on the part of the pillion of the mark, and the error of

the judge at the cassation level who had ignored PT. Gudang Garam, Tbk., as the owner of a legal registered mark and also a well-known mark. (3) The consideration of the panel of judges at the case review level number 119 PK/Pdt.Sus-HKI/2017 regarding piggybacking on the reputation of a registered mark from the perspective of sharia economic law was correct due to bad faith and taking advantage of other people's property without permission.