

ANALISIS SENGKETA KEPEMILIKAN MEREK BENSU (STUDI PADA MEREK GEPREK BENSU MELAWAN I AM GEPREK BENSU)

Levira Leo Gunawan, R. Rahaditya

Universitas Tarumanagara

Email: leviraleogun31@gmail.com, rahaditya@fh.untar.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengkaji serta menganalisis sengketa kepemilikan merek Bensu dan upaya perlindungan hukum pada kasus Geprek Bensu melawan I Am Geprek Bensu, yang mana pada penelitian ini membahas terkait kasus hak kekayaan intelektual bidang merek dagang. Penelitian menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan data sekunder, primer, dan tersier. Hasil penelitian ini adalah bahwa: sengketa Geprek Bensu berawal dari kesamaan bisnis antara Geprek Bensu milik Ruben Onsu dengan I Am Geprek Bensu milik PT Ayam Geprek Benny Sujono yang mana Ruben mengklaim Bensu adalah bisnisnya; kasus Bensu adalah adanya perlindungan merek dari iktikad baik serta sistem pendaftaran saat itu menganut sistem first to file yang artinya pendaftar pertama adalah yang dilindungi; ada banyak kesamaan antara kedua jenis merek Bensu dan Ruben yang dinilai melakukan plagiat atas I Am Geprek Bensu, serta MA mempertimbangkan kasus dan memutuskan bahwa permohonan kasasi Ruben Onsu ditolak.

Kata Kunci: Merek; Bensu; Sengketa

Abstract

This study has the objective of examining and analyzing disputes over the ownership of the Bensu brand and legal protection efforts in the Geprek Bensu case against I Am Geprek Bensu, which in this study discusses cases of intellectual property rights in the trademark field. This research uses a normative juridical approach with secondary, primary and tertiary data. The results of this study are that: the Geprek Bensu dispute originated from business similarities between Geprek Bensu owned by Ruben Onsu and I Am Geprek Bensu owned by PT Ayam Geprek Benny Sujono where Ruben claimed Bensu was his business; the Bensu case is that there was trademark protection out of good faith and the registration system at that time adhered to first to file, which meant that the first recipient was the one who was protected; there are many similarities between the two types of brands Bensu and Ruben were judged to have plagiarized I Am Geprek Bensu, and the Supreme Court considered the case and decided that Ruben Onsu's appeal was rejected.

Keywords: Brand; Gasoline; Disputes.

How to cite:	Levira Leo Gunawan (2023) Analisis Sengketa Kepemilikan Merek Bensu (Studi pada Merek Geprek Bensu Melawan I Am Geprek Bensu), (8) 6, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

Pendahuluan

Persengketaan adalah bagian dari roda kehidupan. Jenis dan ragamnya yang tidak terbatas, menjadikan jika dunia ini memang penuh akan unsur perbedaan. Beda cerita jika unsur perbedaan itu membuahkan konflik yang tidak membuat tenang. Dalam penyelesaian konflik tersebut juga butuh penengah. Dalam perspektif yang akan diangkat kali ini adalah pada dunia di sektor ekonomi, lebih spesifik lagi ke arah perdagangan dimana seluruh manusia juga turut berperan serta seperti sebagai konsumen, produsen, dan pihak lain yang tidak sering disebut masyarakat namun berperan besar di suatu titik kejadian.

Mengesampingkan perihal dunia ekonomi, kini beralih ke sektor ekonomi perdagangan, makanan. Indonesia terkenal akan beragamnya budaya, termasuk kuliner. Tidak sedikit dari pelaku tersebut pedagang yang membawa keinginan bisnis kuliner itu menjadi bisnis yang membawa pemasukan. Tidak semudah ada ide, membangun, menjual ke seluruh daerah, dan menjadi ternama begitu saja. Di suatu negara, pada manusia selalu ada unsur kesamaan. Sehingga walau ingin menjual nasi geprek sekalipun juga tidak hanya satu orang yang berpemikiran serupa.

Dalam satu kasus yang di ambil pada penelitian ini adalah pada kepemilikan geprek, berlabel “Bensu” yang harusnya hanya mengandung satu nama namun ternyata terdapat perebutan nama atau merek disana. “Perebutan itu melibatkan pihak ketiga selaku penengah hukum bawaan negara sehingga tersebutlah menjadi kasus sengketa. Sebagai pedagang, agar usahanya dikenal di masyarakat harus ada pembeda, baik pada merek, produk, dan hal-hal tertentu yang menjadi pemicu di mata konsumen” (Firmansyah, 2019). “Bagi produsen, merek berfungsi sebagai jaminan nilai hasil produksi yang bersangkutan dengan kepuasan konsumen” (Tjiptono, 2019).

“Merek dapat lebih membangun karakter perusahaan terhadap produk yang dijual, sebagai reputasi bisnis” (Sumarwan, 2021). Berkaitan dengan perlindungan merek, pelanggaran merek tentu ada di masyarakat yang dapat merugikan pengusaha sebagai pemilik hak merek tersebut. Ini juga bisa merugikan konsumen. Perlu diketahui bahwa Hak Kekayaan Intelektual termasuk logo adalah hasil dari kreativitas yang ada nilai komersil karena dipakai di dunia usaha perdagangan.

“HKI memiliki hak untuk dilindungi, terutama dari jiplak para kompetitor bisnis yang ingin melakukan hal curang” (Syafrinaldi, 2017). “Undang-Undang dapat memberi kepastian hukum terkait merek, seperti Undang-Undang No.19 tentang Merek yang disempurnakan menjadi Undang-Undang No.20 Tahun 2016 yang mengatur tentang sistem, syarat mengajukan permohonan, sampai ke tata caranya” (Saidin, 2019).

Sekilas mungkin kedua logo usaha terlihat sama. Akan tetapi logo tersebut membawa cerita persengketaan berlabel produk Geprek Bensu. Kasus ini terjadi antara Geprek Bensu yang dimiliki oleh selebritis Ruben Onsu, dengan I Am Geprek Bensu. Awal cerita Ruben Onsu melakukan gugatan terhadap I Am Geprek Bensu dikarenakan kemiripan logo dan produknya yang sempat membingungkan masyarakat. Akan tetapi I Am Geprek Bensu mengaku bawa kepemilikannya sudah didaftarkan lebih dahulu sehingga Ruben Onsu harus dinyatakan kalah dalam persengketaan ini.

Uniknya, Ruben Onsu sebelum memulai bisnis gepreknya, ia pernah digandeng I Am Geprek Benu sebagai brand ambassador dan sudah dibayar sejumlah komisi atas permintaan tersebut. Upaya kecurangan itu dilakukan Ruben Onsu dalam bisnisnya yang sebagian besar jiplakan, seperti pada tampilan logo, produk yang dijual, sampai ke penempatan rumah makan. Sehingga dari kerumitan ini penulis tertarik untuk membedah kasus persengketaan Benu antara Geprek Benu dengan I Am Geprek Benu dengan penelitian yang berjudul “Analisis Sengketa Kepemilikan Merek Geprek Benu (Studi pada Merek Geprek benu Melawan I am Geprek Benu)”.

“Hak Kekayaan Intelektual atau Hak Milik Intelektual (HKI) berhubungan dengan perlindungan karya intelektual yang lahir dari rasa, cipta, dan karsa manusia serta bersangkutan dengan benda tak berwujud” (Sudjana, 2021). Dalam kehidupan dibagi menjadi 2 penggolongan pengertian. Pada istilah sehari-hari berasal dari hasil pemikiran seperti merek, desain, puisi, pemikiran, ide, dan sejenisnya. Sedangkan dalam konsep hukum artinya seperangkat aturan hukum yang memberi hak jaminan unntuk eksploitasi HKI untuk jangka waktu tertentu berdasarkan jenisnya.

“HKI juga bisa didefinisikan sebagai sekumpulan hak yang diberikan hukum untuk melindungi investasi ekonomi atas usaha kreatif seseorang” (Hawin & Riswandi, 2020). “Adapun ISCD dan UNCTAD selaku lembaga internasional mengartikan HKI sebagai hasil usaha manusia kreatif yang dilindungi hukum, bisa juga dimaknai sebagai hak atas hasil olah pikir otak yang menghasilkan produk bermanfaat untuk manusia” (Silondae & Ilyas, 2018). HKI mencakup banyak cabang yang mana di Indonesia dikenal dengan tujuh cabang, yaitu: 1) Hak Cipta, 2) Hak Paten, 3) Desain Industri, 4) Rahasia Dagang, 5) Desain Tata Letak Terkait Sirkuit Terpadu, 6) Perlindungan Varietas Tanaman, 7) Hak Merek.

“Hak merek sudah diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 1 ayat (5) yaitu hak atas merek termasuk eksklusif dari negara pada pemilik merek terdaftar dalam jangka waktu tertentu untuk memakai sendiri merek itu atau memberi izin pada pihak lain dalam penggunaannya” (Budianda, 2020). Merek sangat erat hubungannya dengan gambaran bisnis, reputasi, dan *goodwill* perusahaan karena bagian dari *asset* bisnis perusahaan. Merek termasuk mode intelektual yang memiliki nilai ekonomi yang bisa ditingkatkan dalam baik teknologi dan produk.

Dasar hukum dari hal-hal tersebut ada di Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang merek. Sampai sekarang pemerintah tercatat sudah melakukan tiga kali revisi UU merek, yaitu pada UU No.19 Tahun 1992 sebagai revisi dari UU No.14 Tahun 1997, dan yang paling terbaru adalah UU No.15 Tahun 2001. “Unsur terbaru yang ada di luar unsur tradisional dalam perkembangan negara maju tersebut meliputi: satu warna; tanda-tanda tiga dimensi (kemasan bentuk produk); tanda yang dapat didengar; tanda yang dapat dicium; dan tanda-tanda bergerak” (L. N. Hidayah et al., 2022).

Bukan produk itu sendiri, merek biasanya dilekatkan atau ditempelkan pada produk yang walau sudah dibeli suatu produk, mereknya tidak bisa dimiliki pembeli karena benda *immaterial* yang tak memberi apapun secara fisik. Di sana terdapat unsur ciptaan seperti desain huruf, hak cipta dalam seni, termasuk desain logo. Jadi keberadaannya pada merek

sebagai pembeda dari produk keluaran lain. “Dalam jangka perlindungannya, merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun dari tanggal penerimaan pendaftaran dan jangka waktu perlindungan itu bisa diperpanjang selama merek terus digunakan dalam perdagangan barang dan jasa tanpa batas waktu” (Effendi & Susanti, 2021).

Merek tidak bisa dialihkan begitu saja. Hak atas merek yang sudah terdaftar bisa beralih jika ada pewarisan, wasiat, hibah, perjanjian, atau akibat dari sebab yang dibenarkan undang-undang. Sebab ini harus tidak bertentangan dengan undang-undang, seperti kepemilikan terhadap merek dikarenakan pembubaran badan hukum yang semula pemilik merek. “Pengalihan hak ini wajib dimohonkan pencatatannya ke Ditjen HKI untuk dicatat dalam daftar umum merek” (Makkawaru et al., 2021). “Pengalihan hak merek terdaftar yang tidak dicatatkan di daftar umum merek tidak berakibat hukum pada pihak ketiga. Hal ini bisa disertai dengan pengalihan nama baik, reputasi, atau hal lain” (Silondae & Ilyas, 2018).

Ada dua jenis merek yang diatur pada Undang-Undang, yaitu Pasal 2 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. “Merek tersebut ada merek yang dipakai di barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang bersama atau badan hukum untuk membedakan barang dengan produk lain, disebut merek dagang” (Suharson, 2021). Merek jasa juga merupakan merek yang digunakan untuk membedakan jasa yang diperdagangkan oleh satu orang, sekelompok orang, atau badan hukum dari orang lain. “Selain itu ada juga disebutkan dalam UU Merek ada merek kolektif” (Erlina et al., 2020).

“Merek ini dipakai di barang jasa dengan karakteristik yang sama dengan yang dijual beberapa orang lain untuk membedakan dengan miliknya” (Silondae & Ilyas, 2018). Merek harus ada elemen khusus seperti tanda dengan daya pembeda untuk dipakai dalam perdagangan barang jasanya.

Selain jenis berdasarkan UU yang dikenal ada dua, ada pula merek yang dibedakan dari sudut pandang dikenal masyarakat. “Merek tersebut ada tiga yakni merek terkenal, merek biasa, dan merek termashyur” (Prahara, 2021). Derajat merek tertinggi ada di merek termasyhur. Artinya merek ini dikenal di seluruh dunia yang mengakibatkan reputasinya setingkat *aristocrat* dunia. Merek satu tingkat di bawah merek termasyhur adalah merek terkenal.

Dikenal sebutan *well known mark* dengan reputasi yang juga tinggi karena lambangnya bisa menarik perhatian akibat memukau dan menarik. Merek ini menjadikan produknya memiliki sentuhan keakraban dengan penggunaannya. Sedangkan merek biasa sering disebut dengan *normal mark* tanpa reputasi tinggi. “Keberadaannya kurang memberi pancaran simbolis gaya hidup di berbagai segi pemakaian sebab ter-*image* bahwa kualitasnya masih rendah” (Pratiwi, 2021).

“Kehadiran merek dalam suatu produk memiliki nilai manfaat yang kuat baik bagi produsen, konsumen, dan publik. Bagi produsen, peranan merek diantaranya” (Kodrat, 2020):

(a) Sarana identifikasi, dalam mempermudah pelacakan dan penanganan produk untuk usaha. (b) Pengamanan hukum terhadap atribut dan fitur produk khusus untuk perlindungan kekayaan intelektual. (c) Indikator tingkat kualitas karena pelanggan akan dengan mudah membelinya kembali jika mereka menyukai merek tersebut. (d) Teknik untuk membuat hubungan antara produk dan saingan. (e) Perlindungan hukum, kesatuan citra, dan loyalitas pelanggan di benak pelanggan merupakan sumber keunggulan bersaing. (f) Hasil keuangan mengenai sumber pendapatan masa depan.

Berbeda dengan produsen, merek bisa memberi bermacam nilai pada konsumen melalui fungsi dan manfaat potensial. Keuntungan ini termasuk dapat menginformasikan pelanggan tentang kualitas suatu produk atau layanan dan membawa perhatian pada produk baru yang mungkin berguna bagi konsumen. “Bagi publik, merek dapat memungkinkan mutu produk menjadi lebih konsisten dan terjamin, meningkatkan efisiensi pembeli (karena informasi), dan meningkatkan inovasi produk baru (terdorong melakukan keunikan untuk mencegah plagiasi produk dari pesaing)” (Hamizh, 2020).

“Perusahaan perlu mendaftarkan produk barang jasanya untuk mendapat perlindungan hukum sebagai pemilik sah dari merek tersebut, dengan mendaftarkannya di Ditjen HKI, Departemen Hukum dan HAM RI” (Silondae & Ilyas, 2018). Adapun berbagai ketentuan yang tercakup untuk mendaftarkan merek:

Merek dapat didaftarkan jika memenuhi syarat: (a) Ada daya pembeda. (b) Keaslian (belum menjadi milik umum). (c) Merek tidak bisa didaftarkan jika. (d) Pemohon beritikad buruk pada saat mengajukan permohonan (tidak baik dan jujur, tanpa ada maksud meniru atau menjiplak nama merek pihak lain demi kepentingan usahanya, sehingga merugikan pihak lain, menimbulkan ketidakadilan kompetisi, dan penipuan).

Merek memuat informasi tentang barang jasa yang dimohonkan pendaftarannya serta unsur-unsur yang bertentangan dengan hukum, kesusilaan, ketertiban umum, tidak membedakan, dan telah menjadi milik umum.

Merek harus ditolak jika pada prinsipnya identik atau secara keseluruhan dengan milik pihak lain yang telah terdaftar untuk barang dan jasa yang serupa, jika mirip dengan merek terkenal milik pihak lain, jika mirip dengan merek terkenal milik pihak lain, jika mirip dengan merek terkenal indikasi geografis, jika menyerupai nama orang terkenal atau foto atau nama badan hukum orang lain (kecuali jika disetujui), jika menyerupai nama singkatan lambang dan lambang negara (kecuali jika disetujui).

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka observasi ini memiliki fokus pada pemecahan beberapa rumusan masalah. Rumusan tersebut adalah sebagai berikut:

(1) Bagaimana sistem pendaftaran dilakukan terhadap Merek Dagang Benu? (2) Bagaimana perlindungan hukum terhadap merek Benu? (3) Bagaimana upaya perlindungan hukum yang dilaksanakan terhadap sengketa merek Benu?

Metode Penelitian

Pada observasi ini peneliti memakai jenis pendekatan yuridis normatif. “Yuridis normatif yaitu penelitian hukum kepustakaan yang mana dilakukan dengan meneliti bahan-bahan kepustakaan atau data sekunder”. Observasi ini dipakai dalam rangka

mendapat bahan yang akan dikaji seperti teori, konsep, asas hukum dan pengaturan hukum yang memiliki hubungan dengan inti bahasan.

Sedangkan metode berpikir deduktif digunakan sebagai cara berpikir untuk penarikan kesimpulan dari sifat yang sudah terbukti benar lalu merujuk ke suatu yang bersifat khusus. Alat yang digunakan diantaranya studi dokumen serta kepustakaan dalam kegiatan pengumpulan data sekunder terkait dengan permasalahan penelitian. Pengumpulan tersebut dengan mempelajari jurnal hukum, buku, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen.

Peraturan perundang-undangan tentang Hukum Kepemilikan Merek seperti pada Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana (KUHAP), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata).

Selain itu, pendekatan asas hukum digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian dengan menggunakan data sekunder (berupa bahan pustaka) dan norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Bahan hukum primer adalah hukum tersebut di atas. Sebaliknya, bahan hukum tersier yang digunakan sebanding dengan kamus bahasa Indonesia.

Analisa data menggunakan pendekatan analisis kualitatif yakni dengan melakukan pengamatan data dan menghubungkannya dengan asas dan ketentuan hukum terkait permasalahan dengan logika deduktif yang kemudian disajikan secara deskriptif dan ditarik kesimpulan dengan metode deduktif untuk menjawab permasalahan dan mencapai tujuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Kasus Posisi

I Am Geprek Benu bergerak di usaha bisnis kuliner. Bisnis Benny Sujono ini didirikan tiga sekawan bernama Kurniawan, Yangcent & Stefani Livinus. Perusahaannya sudah mengajukan pendaftaran merek usaha "I Am Geprek Benu" pada 3 Mei 2017 sejak mulai beroperasi pada 17 April 2017 sampai sekarang. Nama "Benu" diberikan oleh ayah dari Yangchen yakni bapak Beni sujono. Berdasarkan Akta PT Ayam Geprek Benny Sujono No. 130 tanggal 15 Maret 2017, perusahaan ini terdaftar sebagai badan hukum. 13 Septemer 2017 PT Ayam Geprek Benny Sujono mendapat pengesahan berdasar Kemenkum HAM RI Nomor AHU0040249.AH.01.01. Tahun 2017.

Kemudian perusahaan terus berkembang dan terdapat banyak cabang di Jakarta. Jordi memberikan penawaran terhadap kakaknya Ruben Onsu sebagai duta promosi Mei 2017 karena Ruben punya banyak penggemar. Di sejumlah cabang, foto dan nama Ruben dipasang. Keduanya antara Ruben serta Jordi tidak mempermasalahkan pemakaian nama Benu di usaha tersebut. Ruben menerima Rp. 663 juta sebagai kompensasi selaku duta promosi I Am Geprek Benu, sesuai putusan 57/Pdt.SusHKI/Merek/2019/PN NiagaJkt.Pst.

Pada bulan Agustus tahun 2017, Ruben Onsu melakukan pembukaan usaha kuliner "Geprek Benu" dengan beragam kesamaan seperti dekorasi ruangan, jenis makanan, susunan kata, susunan gambar serta logo yang sama dengan milik I Am Geprek Benu.

Analisis Sengketa Kepemilikan Merek Benu (Studi pada Merek Geprek Benu Melawan I Am Geprek Benu)

Mei 2018 Ruben meminta penetapan nama merek Benu sebagai singkatan namanya ke Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dengan Nomor 384/Pdy.P/2018/PN/2018/PN.Jkt.Sel.

Ruben Onsu selaku pemilik merek dagang Geprek Benu mengklaim sebagai pemilik hak dan pendaftar pertama merek “Benu” dari singkatan namanya dalam merek bisnis kulinernya. Ruben melakukan gugatan terhadap I Am Geprek Benu milik PT Ayam Geprek Benny Sujono dan Kemenkum HAM, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, dan Direktorat Merek dan Indikasi Geografis tanggal 22 Agustus 2019 dengan Nomor 57/Pdt.SusHki/Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst di Kepaniteraan Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri.

Isi gugatan itu adalah pegakuan Ruben Onsu sebagai pemilik hak dan pendaftar pertama bisnis usaha kuliner miliknya. Ruben memohonkan mereknya yang terdaftar tanggal 7 Juni 2018 sejak 3 September 2015 untuk perlindungan hingga tanggal 3 September 2025. Ruben menggugat “I Am Geprek Benu Sedep Beneerrr” karena berdiri tanpa seizinnya dari dasar informasi pangkalan data yang berasal dari kekayaan intelektual Ditjen KI.

Setelah mengeluarkan somasi terhadap Yangchent pada 31 Agustus 2019, Ruben Onsu meminta ganti rugi kepada PT Ayam Geprek Benny Sujono sebesar Rp 100 miliar. PT Ayam Geprek Benny Sujono mengajukan rekonsiliasi atau gugatan balik. Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Pusat bertugas mengambil keputusan. Majelis hakim memutuskan bahwa PT Ayam Geprek Benny Sujono adalah pemilik dan pengguna pertama yang sah.

Biaya perkara yang harus dibayar Ruben Onsu adalah Rp. 1.911.000,- dari penghapusan merek tersebut dari Daftar Merek Indonesia, yang mengakibatkan tidak lagi menggunakan nama Ruben Samuel Onsu. “Kasasi diluncurkan Ruben ke Mahkamah Agung tanggal 23 April 2020 dengan nomor 575 K/Pdt.Sus-KHI/2020. Namun ditolak 20 Mei 2020 dan berkekuatan hukum tetap” (Wijaya, 2020). Berikut sengketa yang terjadi disajikan dalam bentuk tabel.

Tanggal	Persitiwa
15 Maret 2017	PT Ayam Geprek Ben Sujono terdaftar sebagai badan hukum berdasar pada Akta Perseroan Terbatas PT Ayam Geprek Benny Sujono Nomor 130 tanggal 15 Maret 2017.
17 April 2017	I Am Geprek Benu mulai beroperasi. Didirikan resto pertama perusahaan bernama “I Am Geprek Benu Sedep”, di Jalan Padamengan 1 Gang 5 No 2A, Gunung Sahari, Pagemangan Timur, Jakarta Utara.
Mei 2017	I Am Geprek Benu mulai beroperasi. Didirikan resto pertama perusahaan bernama “I Am Geprek Benu Sedep”, di Jalan Padamengan 1 Gang 5 No 2A, Gunung Sahari, Pagemangan Timur, Jakarta Utara.
3 Mei 2017	I Am Geprek Benu mengajukan permohonan pendaftaran merek usaha “I Am Geprek Benu”.
Agustus 2017	Ruben Onsu membuka usaha kuliner “Geprek Benu”.
13 September 2017	PT Ayam Geprek Benny Sujono mendapat pengesahan berdasarkan Keputusan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0040249.AH.01.01. Tahun 2017.
Mei 2018	Ruben Onsu memohon penetapan merek Benu sebagai singkatan Namanya di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 384/Pdt.P/2018/PN.Jkt.Sel.
7 Juni 2018	Merek Geprek Benu milik Ruben Onsu terdaftar dan mendapat perlindungan sampai 3 September 2025.

22 Agustus 2019	Ruben Onsu mengajukan gugatan pada I Am Geprek Benu di Kepaniteraan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Register Nomor 57/Pdt.Sus-HKI/Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst.
31 Agustus 2019	Ruben meluncurkan somasi pada I Am Geprek Benu dan meminta uang ganti rugi Rp100 miliar. PT Ayam Geprek Benny Sujono mengajukan gugatan balik.
23 April 2020	Ruben Onsu mengajukan kasasi ke MA Nomor 575 K/Pdt.SusHKI/2020.
20 Mei 2020	MA menolak kasasi Ruben Onsu dan berlaku hukum tetap.

Sistem Pendaftaran Dilakukan terhadap Merek Dagang Benu

Di Indonesia, perlindungan merek dagang berarti melindungi merek dagang terdaftar dengan iktikad baik. Undang-Undang Merek telah mengatur persyaratan substantif merek pada Pasal 20, 21, 22 Undang-Undang Merek yang adalah alasan relatif dan absolut pendaftaran merek. “Ada pada pasal 20 adalah alasan absolut sedangkan Pasal 21 UU Nomor 20 tahun 2016 adalah alasan relatif tentang Merek dan Indikasi Geografis” (Jened, 2021).

Alasan relatif ditolaknya pendaftaran merek yang sudah ada di Pasal 21 ayat (1) huruf a UU Merek yang memberikan pengaturan bahwa Merek yang akan didaftarkan sama sekali tidak boleh sama dengan merek pihak lain yang telah didaftarkan seluruhnya baik untuk barang maupun jasa. “UU Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa yang dimaksud persamaan pokok adalah kemiripan akibat menonjolnya unsur merek dan bisa membawa kesan sama baik tempat, betuk, penulisan, atau kombinasi antara unsur atau persamaan bunyi ucapan yang ada dalam merek” (Tarifu et al., 2017). Dari preferensi tersebut, terdapat banyak kesamaan antara kedua belah merek.

Indonesia menganut first to file yang artinya penerima pertama yakni yang dilindungi. Sehingga harus ada salah satu merek yang dihapus dari pendataan merek dagang Indonesia. Merek yang dihapus adalah merek yang paling akhir didaftarkan selaku junior. Disini I Am Geprek Benu berhasil mendaftarkan bisnisnya terlebih dahulu dari Geprek benu. Sehingga Geprek Benu milik Ruben Onsu harus mundur.

Perlindungan Hukum terhadap Merek Benu

PT Ayam Geprek Benny Sujono sudah mendaftarkan mereknya ke Dirten KI, Kemenkum HAM RI sejak tanggal 13 September 2017. Mereknya “I Am Geprek Benu Sedep Beneerr” disingkat Ayam Geprek Benu terdaftar dengan Nomor Pendaftaran IDM000643531 Tanggal 3 Mei 2017 tanggal pendaftaran 24 Mei 2019. Ruben Samuel Onsu, pemilik Ayam Geprek Benu, telah mendaftarkan merek dagangnya ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Republik Indonesia.

Akibatnya, penggugat berkeyakinan bahwa dia adalah orang pertama yang mendaftarkan merek untuk frasa “I Am Geprek Benu Sedep Beneerr”. Penggugat merasa tertipu karena menurutnya kedua merek yang dimiliki oleh penggugat dan tergugat memiliki banyak kesamaan. Pendaftaran merek tergugat untuk memanfaatkan kemasyhuran merek penggugat yang telah melakukan promosi dalam berbagai skala dalam kegiatan usahanya, diduga dilakukan dengan iktikad tidak baik.

Akibatnya, penggugat meminta agar Majelis Hakim Agung memutuskan dengan menyatakan bahwa penggugat yang pertama kali mengajukan hak merek I Am Geprek Benu Sedep Beneerr dengan alasan bahwa tergugat menggunakan merek penggugat dengan iktikad tidak baik.

Kemiripan antar merek seharusnya dapat dilihat dari komponen merek yang menonjol mengingat Pasal 1 ayat (1) Peraturan Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek. Angka, huruf, kata, nama, skema warna, atau kombinasi dari hal-hal ini membentuk merek. Dalam penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf a Peraturan 20 Tahun 2016 tentang Jejak dan Tanda Geologi dapat dikatakan bahwa komponen dikatakan menonjol jika terdapat kesan kesamaan struktur, komposisi dan keadaan. “Maka kemiripan bisa dilihat dari ada unsur dominan antara merek satu dengan yang lain sehingga memunculkan kesan sama” (Budianda, 2020).

Kesan sama ada pada kemiripan lokasi, dan produk yang diperdagangkan kedua kubu. Sedang kesan sama ada pada kedua bentuk logo Benu yang mana ada pada segi: (a) Kesamaan warna: Orange, Merah, dan Kuning. (b) Kesamaan mascot: Ayam jengger atas bawah merah, kepala berbulu putih, badan cokelat, dan ekor hijau, serta kemiripan pose mascot, ekspresi mascot serupa. (c) Nama dalam logo: Tulisan “Geprek Benu” dengan perpaduan warna kuning dan merah sebagai tepian warna. (d) Unsur elemen: Terdapat elemen api pada kedua belah logo di belakang mascot, dan unsur lingkaran.

Upaya Perlindungan Hukum yang Dilaksanakan terhadap Sengketa Merek Benu

“Upaya perlindungan hukum ada di putusan Hakim Mahkamah Agung selaku penengah antara tergugat dan penggugat harus mengandung keadilan dan kepastian hukum serta manfaat untuk berbagai pihak sehingga harus dengan cermat dan teliti dalam menyikapi putusan” (Zamroni, 2019). Dalam kasus ini hakim memberi pertimbangan atas kasus: a) Menerima permohonan kasasi serta memori kasasi dari pemohon kasasi untuk seluruhnya. b) Membatalkan Putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 57/Pdt.SusMerek/2019/PN Niaga Jkt.Pst, 13 Januari 2020 untuk seluruhnya (Budianda, 2020).

Oleh karena permohonan kasasi Ruben Onsu ditolak, Mahkamah Agung mengadili: 1) Menolak permohonan kasasi dari pemohon Ruben Samuel Onsu. 2) Menghukum Pemohon Kasasi untuk membayar biaya perkara tingkat kasai Rp5.000.000.

Analisis Kasus

Kasus Geprek Benu dengan I Am Geprek benu termasuk kasus sengketa HKI di bidang merek yang berdasar atas pengaruh dari UU Merek Indikasi Geografis. Atau, dalam kasus di mana Ruben Onsu melakukan praktik bisnis yang tidak jujur, sengketa merek semacam ini termasuk dalam jenis sengketa yang melibatkan pelanggaran peniruan label atau kemasan produk. Ini memanfaatkan kesamaan produk dengan para pesaingnya untuk menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen. Merek adalah pembeda antar produk yang unjuk gigi di masyarakat. Upaya perlindungan atas merek baik jasa atau dagang wajib didaftarkan dalam Undang-Undang Merek di Indonesia. Awal mula kasus

ini bagi masyarakat adalah karena kedua produk ini ada di masyarakat tanpa kejelasan pembeda, karena keduanya memiliki nama brand yang hampir sama, logo yang hampir serupa, produk juga sama, serta dengan wajah yang mana pada I Am Geprek Benu pernah juga menjadi brand pada produk tersebut sebelum mulai merilis produk pasarnya sendiri. Ruben Onsu selaku selebritas membawa nama “Geprek Benu” dan kemudian ada pihak lain yang mengklaim bahwa merek tersebut sudah didaftarkan dengan nama kepemilikan yang berbeda.

Skala produksi antara I Am Geprek Benu dan Geprek Benu tidak terlalu jauh, yaitu 111:120. Ini berarti skala produksinya masih hampir setara, namun kelebihan bagi Ruben Onsu yang mana sudah memiliki wajah di masyarakat menjadi tampil lebih “viral” dengan produknya dibanding dengan produk I Am Geprek Benu. UU MIG pasal 3 menyatakan bahwa Hak Merek didapat pendaftar saat Merek itu sudah terdaftar, yaitu setelah permohonan disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia untuk penerbitan sertifikat hak milik tersebut dan telah melalui proses formalitas, pengumuman, dan pemeriksaan substantif. Ruben Onsu harus berkompromi atau bernegosiasi dengan PT Ayam Geprek Benny Sujono berdasarkan hasil tersebut agar bisnis Ruben Onsu dapat terus beroperasi di bawah mereknya dan seperti biasa.

Conclusion

Dari penjelasan di atas maka dapat diambil kesimpulan dalam persengketaan antara merek Geprek Benu milik Ruben Onsu dengan I Am Geprek Benu, yaitu diantaranya:

Sengketa Geprek Benu berawal dari kesamaan bisnis antara Geprek Benu milik Ruben Onsu dengan I Am Geprek Benu milik PT Ayam Geprek Benny Sujono. Ruben Onsu membuka bisnis geprek setelah menjadi brand ambassador dari I Am Geprek Benu. Ruben Onsu mengklaim sebagai pemilik hak dan pendaftar pertama merek “Benu” dari singkatan namanya menjadi bisnis kuliner, kemudian menggugat I Am Geprek Benu. Namun akhirnya gugatan Ruben ditolak juga kasasinya ditolak.

Sistem pendaftaran saat kasus Benu terjadi adalah adanya perlindungan merek dari iktikad baik dan menganut first to file yang artinya penerima pertama adalah merek yang dilindungi sehingga pendaftar junior tidak diterima. Terdapat banyak kesamaan antara kedua jenis merek Benu yang mana milik Ruben Onsu dinilai melakukan plagiat terhadap I Am Geprek Benu. Mahkamah Agung selaku penengah mempertimbangkan kasus dan memutuskan bahwa permohonan kasasi Ruben Onsu ditolak.

BIBLIOGRAPHY

- Budianda, A. (2020). *Tinjauan Hukum Merek Terkait Pelanggaran Nama Geprek Benu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- Effendi, P., & Susanti, A. (2021). PERLINDUNGAN HUKUM MERK PAKAIAN TERDAFTAR DARI PENGGUNAAN MERK YANG HAMPİR SAMA BERDASARKAN KETENTUAN PASAL 21 UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MERK. *Jurnal Pro Hukum: Jurnal Penelitian Bidang*

Hukum Universitas Gresik, 10(2), 110–117.

- Erlina, Safitri, M., & Seftiniara, I. N. (2020). *PERLINDUNGAN HUKUM INDIKASI GEOGRAFIS*. Pusaka Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamizh, H. (2020). *Perlindungan Hukum Penggunaan Merek “Geprek Benu” yang Sedang Dalam Proses Pendaftaran*. Universitas Jember.
- Harris, F. (2020). *MODUL KEKAYAAN INTELEKTUAL LANJUTAN BIDANG DESAIN INDUSTRI*. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.
- Hawin, M., & Riswandi, B. A. (2020). *ISU-ISU PENTING HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI INDONESIA*. Sinar Grafika.
- Hidayah, K. (2017). *HUKUM HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL*. Setara Press.
- Hidayah, L. N., Najwan, J., Raffles, Herlina, N., & Fatni, I. (2022). Upaya Peningkatan Pemahaman Tentang Pentingnya Pencantuman Label Pada Kemasan Melalui Penyuluhan Hukum Bagi Siswa SMA 2 Di Muara Bungo Title. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat Universitas Jambi*, 6(1), 27–38.
- Jened, R. (2021). *Hukum Merek (trademark Law) Dalam Era Globalisasi Dan Integrasi Ekonomi*. Kencana Prenada Media Group.
- Kodrat, D. S. (2020). *Kodrat, David Sukardi*. Prenada Media Group.
- Makkawaru, Z., Kamsilaniah, & Almusawir. (2021). *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, dan Merek*. Farha Pustaka.
- Pahlevi, R. W. (2020). *TATA KELOLA PERUSAHAAN PERSPEKTIF ISLAM Implementasi Tata Kelola Perusahaan yang Sesuai Syariah Islam*. Stelkendo Kreatif.
- Prahara, S. (2021). *HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL : PERLINDUNGAN FOLKLOR DALAM KONTEKS HAK KEKAYAAN KOMUNAL YANG BERSIFAT SUI GENERIS*. LPPM Universitas Bung Hatta.
- Pratiwi, A. A. (2021). *Analisa Sengketa Merek Dagang Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Antara Geprek Benu dengan I Am Geprek Benu (Studi Kasus Putusan Pengadilan Nomor 57/PDT.susHKI/MEREK/2019/PN Niaga JKTPST)*. Universitas Sumatera Utara.
- Saidin. (2019). *Aspek hukum hak kekayaan intelektual*. Rajawali Pers.
- Silondae, A. A., & Ilyas, W. B. (2018). *Pokok-Pokok Hukum Bisnis*. Salemba Empat.

- Soekanto, Soerjono & Mamudji, Sri. (2001). *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Rajawali Pres.
- Sudjana. (2021). *Istilah, Pengertian dan Ruang Lingkup, Prinsip dan Teori Pelindungan, Sifat Khusus, Tindak Pidana, dan Sejarah Kekayaan Intelektual serta Ketentuan Internasional di Bidang Kekayaan Intelektual*. Universitas Terbuka.
- Suharson, A. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMK/MAK Kelas XI Semester 1*. Andi Publisher.
- Sumarwan, U. (2021). *Model Keputusan Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- Syafrinaldi. (2017). *Hukum Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Menghadapi Era Global*. UIR Press.
- Tarifu, L., Ridwan, H., Nurhaliza, W. O. S., Hereyah, Y., Fahrimal, Y., Affandi, N. R. D., Segarwati, Y., Patonah, S., Setianti, Y., Komariah, K., Wardiana, D., Anita, S. B., Prihatini, L., A., B. M., Supriyadi, D., Sukarjo, E. I., Daherman, Y., Qurniawati, E. F., Nurrahmawati, ... Pahlemy, W. (2017). *KOMUNIKASI, MEDIA DAN NEW MEDIA DALAM PEMBANGUNAN DAERAH*. Buku Litera Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi Publisher.
- Zamroni, M. (2019). *PENAFSIRAN HAKIM DALAM SENGKETA KONTRAK KAJIAN TEORI DAN PRAKTIK PENGADILAN*. Scopindo Media Pustaka.

Copyright holder:

Levira Leo Gunawan (2023)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

