



SURAT TUGAS

Nomor: 1167-D/1387/FH-UNTAR/X/2024

Pimpinan Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara dengan ini menugaskan kepada:

Prof. Dr. Gunardi Lie, S.H., M.H.

Telah menjadi Penulis Jurnal JALAKOTEK: Journal of Accounting Law Communication and Technology E-ISSN: 3032-2758 P-ISSN: 3032-3495 Vol. 1 No. 2 Juli 2024 dengan judul "Sengketa Antara Monster Energy Company Vs Andria Thamrun".

Setelah 1 (satu minggu) acara dilaksanakan segera melaporkan kegiatan beserta dengan lampirannya.

Apabila tidak dilaporkan, maka penugasan kegiatan selanjutnya akan ditunda.

Demikian surat tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan baik.

Jakarta, 29 Oktober 2024

Dekan

Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kh., M.M.

Tembusan:

1. Kaprodi dan Sekprodi Pascasarjana Doktor FH
 2. Kabag. Tata Usaha FH
 3. Bagian Personalia FH
- Ca.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

Sengketa Antara Monster Energy Company Vs Andria Thamrun

Shafarra Octaviyanda¹ Gunardi Lie²

Jurusan Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI
Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

Email: shafarraoctaviyanda@gmail.com¹

Abstrak

Monster Energy merupakan produk yang terkenal dikalangan minuman energi dunia. Monster Energy kerap kali menjadi sponsor di berbagai acara internasional seperti F1, Motocross, Moto GP BMX dan masih banyak lagi lainnya. Monster Energy pertama kali rilis di tahun 2002 tepatnya di bulan April. Di tahun 2009, sosok pengusaha bernama Andrias Thamrun menciptakan sebuah produk dengan nama yang sama yakni Monster dan telah mendapat hak cipta oleh Pemerintah Indonesia. Andrias menciptakan berbagai jenis produk dengan label Monster yang disebarluaskan di seluruh wilayah Indonesia. Tak hanya offline, Andrias juga memasarkan produknya lewat online yakni di berbagai platform seperti OLX, Shopee, Tokopedia dan masih banyak lainnya. Seiring berjalannya waktu, Monster Energy mengetahui adanya merek dagang Monster di pasar Indonesia dan mengecam Andrias sebagai owner dari Monster yang Andrias ciptakan. Bagi Monster Energy, Andrias dikecam akan kasus hak cipta dikarenakan Andrias memproduksi produk tiruan miliknya yang kemudian mengajukan perkara ini ke Pengadilan Niaga. Hasil dari putusan Mahkamah Konstitusi mengatakan bahwa Monster Energy tidak berhak menuntut Andrias dikarenakan Monster Energy di kala itu produknya belum masuk ke Indonesia, sehingga status produk Monster Energy kala itu masih belum terdaftar. Disisi lain, Monster milik Andrias telah jauh lebih dahulu masuk ke pangsa pasar industri Indonesia dan status kepesertaan produk Andrias adalah legal dan terdaftar. Dalam hal ini, Monster Energy sudah jelas kalah dari segi hukum yang ada di Indonesia. Andrias Thamrun telah mendaftarkan produk minumannya dan mendapat kelegalan Kelas 5. Hukum di Indonesia mengatur bahwa barangsiapa yang mendaftarkan produknya ke Hak Cipta untuk pertama kalinya, maka produk tersebut yang diakui oleh pemerintah secara legal yang semuanya itu diatur dalam UU Merek Dagang 15 Tahun 2001.

Kata Kunci: Monster Energy, Monster, Andrias Thamrun, Merk

Abstract

Monster Energy is a product that is well known among energy drinks in the world. Monster Energy often sponsors various international events such as F1, Motocross, Moto GP BMX and many others. Monster Energy was first released in 2002, precisely in April. In 2009, a businessman named Andrias Thamrun created a product with the same name, namely Monster, and was copyrighted by the Indonesian government. Andrias creates various types of products with the Monster label which are distributed throughout Indonesia. Not only offline, Andrias also markets his products online, namely on various platforms such as OLX, Shopee, Tokopedia and many others. As time went by, Monster Energy became aware of the existence of the Monster trademark in the Indonesian market and criticized Andrias as the owner of the Monster that Andrias created. For Monster Energy, Andrias was criticized for a copyright case because Andrias produced imitation products of his own and then filed this case with the Commercial Court. The results of the Constitutional Court's decision stated that Monster Energy had no right to sue Andrias because Monster Energy's products had not yet entered Indonesia at that time, so the status of Monster Energy's products was still not registered. On the other hand, Andrias' Monster has entered the Indonesian industrial market much earlier and Andrias' product membership status is legal and registered. In this case, Monster Energy has clearly lost from a legal perspective in Indonesia. Andrias Thamrun has registered his beverage product and received Class 5 legality. Indonesian law regulates that whoever registers his product for Copyright for the first time, the product is legally recognized by the government, all of which is regulated in the Trademark Law 15 of 2001.

Keywords: Monster Energy, Monster, Andrias Thamrun, Brand



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

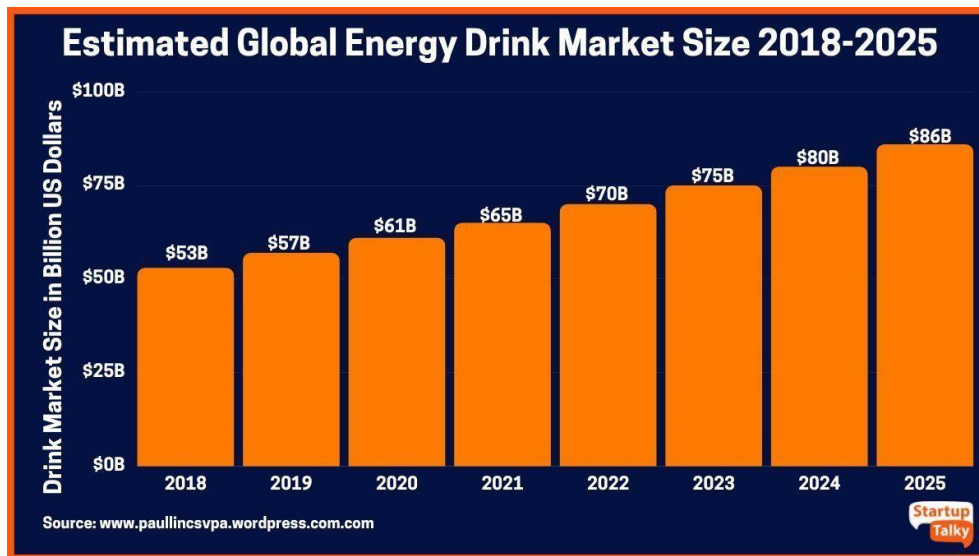
PENDAHULUAN

Monster Beverage Corporation adalah perusahaan minuman Amerika yang memproduksi minuman energi termasuk Monster Energy, Relentless, dan Burn. Didirikan sebagai Hansen's pada tahun 1935 di California Selatan yang menjual produk jus, perusahaan ini menjual jus, soda, dan minuman non-energi Hansen kepada The Coca-Cola Company pada tahun 2015. Coca-Cola Company saat ini memiliki 19,3% saham di Monster Energy Corporation. Pada tahun 2020, Monster memiliki 39% pangsa pasar dari pasar minuman energi AS senilai \$5,7 miliar, pangsa tertinggi kedua setelah Red Bull yang dimiliki secara pribadi. Monster memasarkan banyak olahraga ekstrem termasuk bersepeda, ski, seluncur salju, supercross, moto GP, NASCAR, Seni Bela Diri Campuran, selancar, balap drag, menunggang banteng, bersepeda BMX, AMA Motocross dan Olimpiade, juga sebagai artis musik, e-sports, dan acara lainnya. Monster memiliki portofolio merek yang besar di berbagai segmen non-alkohol dan kini berkembang dan melakukan diversifikasi ke merek-merek beralkohol termasuk bir craft dan hard seltzer. Penjualan bersih mencapai \$5,5 miliar pada tahun 2021 dan \$4,6 miliar pada tahun 2020, membuktikan kekuatan berkelanjutan dari portofolio ini. Monster juga menawarkan merek di segmen minuman energi premium dan terjangkau. Kemitraan strategis Monster dan kepemilikannya yang tumpang tindih dengan The Coca-Cola Company menciptakan persaingan yang kompetitif bagi perusahaan tersebut di dalam negeri dan internasional. Selain menawarkan akses ritel dan eksklusivitas yang tak tertandingi, kemitraan ini mendorong efisiensi dan mengurangi biaya.



Gambar 1. Logo Monster Energy

Monster beroperasi di ceruk pasar minuman energi yang sangat bergantung pada pemasaran identitas yang terkait dengan investasi dalam olahraga ekstrem, olahraga motor, Olimpiade, musik, dan acara. Dikombinasikan dengan kebiasaan konsumsi minuman energi, bisnis inti Monster didorong oleh loyalitas pelanggan yang kuat, pembelian berulang, dan pemasaran identitas gaya hidup. Monster Beverage Corporation memiliki rekam jejak kesuksesan yang terbukti selama dua puluh tahun dengan terus berinovasi melalui lini produk baru, pemasaran agresif, dan diversifikasi ke lini bisnis yang jauh melampaui segmen inti minuman energi asli. Kepemimpinan Monster dalam kategori minuman energi AS dan global yang sedang berkembang, pertumbuhan penjualan sebesar 20,5% YOY, peningkatan biaya penjualan yang pesat, hubungan distribusi dengan Coca-Cola, dan status yang dikabarkan sebagai target akuisisi menjadikannya menarik meskipun barubaru ini memperoleh keuntungan. Ekspansi ke minuman beralkohol di bawah label CANarchy, potensi memasukkan minuman terkait ganja, serta potensi merger dan akuisisi, semuanya memberikan alasan tambahan untuk bersikap optimis



Gambar 2. Prediksi Pasar dari Monster Energy

Dibandingkan dengan para pesaingnya, Monster Energy sangat terdiversifikasi dengan baik pada minuman energi inti, minuman energi yang berfokus pada kebugaran, minuman seltzer, minuman energi yang terjangkau untuk pasar global, merek produk berdasarkan pemasaran identitas yang unik untuk berbagai sub-budaya baik olahraga ekstrem, kebugaran, olahraga motor, pekerja kerah biru, klub dansa, dll. Dan sekarang Monster telah menunjukkan niat untuk melakukan diversifikasi lebih jauh ke dalam minuman beralkohol, membuka pertumbuhan pada minuman keras dan bir tradisional. Karena industri minuman lama yang lebih besar haus akan potensi pertumbuhan, posisi Monster Energy sebagai perusahaan minuman energi publik terbesar dengan pangsa pasar terbesar di belakang perusahaan swasta Red Bull menjadikannya target yang menarik, bahkan berpotensi menimbulkan perang penawaran antara Coke dan Pepsi.

Di tahun 2009, sosok pengusaha Bernama Andrias Thamrun menciptakan sebuah produk dengan nama yang sama yakni Monster dan telah mendapat hak cipta oleh Pemerintah Indonesia. Andrias menciptakan berbagai jenis produk dengan label Monster yang disebarluaskan di seluruh wilayah Indonesia. Tak hanya offline, Andrias juga memasarkan produknya lewat online yakni di berbagai platform seperti OLX, Shopee, Tokopedia dan masih banyak lainnya. Seiring berjalannya waktu, Monster Energy mengetahui adanya merek dagang Monster di pasar Indonesia dan mengecam Andrias sebagai owner dari Monster yang Andrias ciptakan. Andrias Tharun teleah mendaftarkan produknya sebagai minuman yang mengandung suplemen tubuh yang banyak berkhasiat untuk kesehatan tubuh, ada pula minuman yang memang berkonsen untuk penyembuhan, minuman untuk bidang media dan lainnya yang terdaftar dalam minuman Kelas 5. Pemerintah pun juga mengakui dan melegalkan produk milik Andrias Thamrun sesuai undangundang yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan pendaftaran di atas, merek dagang Monster yang dikenalkan oleh Andrias dikelompokkan menjadi kelompok tertentu yakni menjadi makanan, minuman, dan obat-obatan. Lebih tepatnya di Surabaya, pengusaha lokal Andrias Thamrun digugat Monster Energy Company di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Pada tahun 2014, Andrias Thamrun digugat oleh Monster Energy Company di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat. Oleh karena itu, artikel ini mengkaji lebih detail sengketa merek dagang "MONSTER" Andrias Thamrun dengan Monster Energy. Rumusan Masalah: Bagaimana solusi terbaik dari sengketa antara Monster milik Andrias Thamrun dengan Monster Energy Company?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian hukum. Penelitian hukum dilakukan untuk mencari solusi atau permasalahan hukum yang timbul, yaitu membuat peraturan tentang apa yang harus dilakukan terhadap permasalahan yang diangkat. Menurut Peter Marzuki, pengertian penelitian hukum adalah proses penentuan norma hukum, asas hukum, dan doktrin hukum untuk menyelesaikan permasalahan hukum yang dihadapi. Penelitian ini mengkaji mengenai hukum. Penelitian ini berfungsi untuk menemukan solusi yang tepat dalam kajian hukum yang telah diterapkan di Indonesia mengenai suatu permasalahan yang diambil. Riset mengenai hukum tentu tidak jauh dari asas hukum, norma hukum yang berlaku serta undang-undang yang ada. Riset hukum diklasifikasikan menjadi dua yaitu melalaui pendekatan hukum dan pendekatan konseptual. Pendekatan hukum kerap kali dikenal dengan Statutory Approach. Statutory Approach melakukan kajian dengan bersumber dari undang-undang yang ada. Kajian dalam Statutory Approach tentu berfokus pada kesesuaian hukum yang ada, relevansi terhadap undang-undang dalam menyelesaikan suatu masalah. Lain halnya dengan pendekatan konseptual, pendekatan ini kerap kali dikenal dengan Statutory Approach. Statutory Approach berfokus pada pakar-pakar hukum yang memang telah lama bergelut dalam dunia hukum. Pendapat para ahli dalam Statutory Approach menjadi pertimbangan yang komprehensif dalam memutuskan suatu perkara yang ada. Dalam riset ini segala sumber hukum menjadi acuan dalam pemecahan masalah, segala literatur pendukung baik dari standar hukum, peraturan hukum, dokumen pendukung, undang-undang, pendapat para ahli dijadikan pedoman untuk mencapai keputusan yang mufakat yang nantinya dibahas, dikumpulkan, disimpulkan menjadi keputusan mutlak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menjadi mutlak di Indonesia. Perlindungan hukum tentu saja segala sesuatu yang berkenaan dengan hukum yang ada. Perlindungan hukum tentu berfokus pada suatu hukum yang telah ada, baik yang sifatnya tertulis maupun tidak tertulis. Perlindungan hukum mengacu pada undang-undang dan sifatnya saling keterikatan. Hukum sifatnya tentu saja harus melindungi, tidak ada pihak yang dirugikan semua didasarkan atas keadilan yang ada. Dalam perlindungan hukum tentu saja terdapat aparat yang menjaga jalannya perlindungan hukum. Aparat hukum bersikap melindungi sesama di berbagai aspek kehidupan yang kesemuanya tertuang dalam undang-undang. Dalam proses perlindungan hukum diperlukan Kerjasama yang baik antara aparat hukum, para pelaku hukum, masyarakat dan semua lapisan masyarakat tanpa membedakan satu dengan yang lainnya.

Sejarah Merek di Indonesia

Pada Abad Pertengahan, sebelum terjadinya revolusi industri, merek dikenal dalam berbagai bentuk atau istilah sebagai tanda pengenal untuk membedakan milik seseorang dengan milik orang lain. Sebelumnya, peran guild dalam memberikan tanda pengenal pada kerajinannya adalah untuk memantau produk yang dibuat oleh anggota guild lainnya, yang pada akhirnya menghasilkan penemuan atau penemuan. Di Inggris, merek mulai dikenal sebagai merek resmi (distingtive mark) sebagai sistem merek resmi bagi para pembuat perhiasan, perajin perak, dan alat pemotong terus digunakan untuk membedakannya secara efektif dengan produk serupa dari produsen lain. Persoalan branding sebenarnya bukan hal baru di Indonesia. Di era modern saat ini, seiring dengan berkembangnya industri dan perdagangan, peranan tanda pengenal yang berkaitan dengan produk dan barang industri menjadi semakin penting. Hal ini sebenarnya sudah ada sebelum peran guild di Abad Pertengahan, yang memperkenalkan tanda pengenal pada kerajinan mereka untuk mengontrol

keluarnya barang-barang yang dihasilkan oleh karya anggota guild lainnya. Dengan memberikan tanda pengenal pada produk yang dihasilkan tenaga kerja, muncullah cara sederhana untuk memasarkan produk. Merek dagang adalah tanda identifikasi komersial atas barang atau jasa serupa dan juga jaminan kualitas atas produk barang atau jasa serupa yang diproduksi oleh pihak lain. Merek ini dapat berupa merek dagang atau merek layanan. Merek dagang dimaksudkan untuk membedakan produk serupa yang dihasilkan oleh perusahaan lain, sedangkan merek jasa dimaksudkan untuk membedakan kegiatan komersial di bidang jasa serupa. Dengan melihat, membaca, atau mendengar suatu merek dagang, seseorang dapat mengetahui secara pasti tampilan dan kualitas barang atau jasa yang dibawa produsen tersebut ke pasar.

Monster Energy California

"Monster Energy California" juga merupakan salah satu sponsor utama olahraga balap motor di dunia, Moto GP. Dalam kegiatan olahraga ini. Merek penggugat Monster adalah salah satu dari 4.444 sponsor pembalap legendaris Italia Valentino Rossi. Selain aktivitasnya sebagai sponsor Moto GP, brand Monster telah aktif selama bertahun-tahun sebagai sponsor tunggal ajang motorsport paling bergengsi " Isle of Man Tourist Trophy". Di dunia ini. Selain kegiatan motorsport di atas, brand "MONSTER" juga menjadi salah satu dari sponsor ajang balap mobil F1 (Grand Prix Formula One) yang saat ini menjadi ajang balap mobil paling bergengsi yang dihadiri penonton. Puluhan juta pemirsa setiap minggu di seluruh dunia.



Gambar 3. Monster Energy di Ajang F1

Pada tahun 1930-an, Hubert Hansen dan putra-putranya memulai bisnis penjualan jus segar yang tidak dipasteurisasi di Los Angeles, California. Pada tahun 1977, Tim Hansen, salah satu cucu Hubert Hansen, merasakan permintaan akan jus alami dan campuran jus alami yang dipasteurisasi dan membentuk Hansen Foods, Inc. ("HFI"). HFI memperluas lini produknya dari jus hingga memasukkan soda merek Natural Soda Hansen. Pada tahun 1990, California CoPackers Corporation (d/b/a Hansen Beverage Company) ("CCC") mengakuisisi aset tertentu HFI, termasuk hak untuk memasarkan nama merek Hansen. Pada tahun 1992, Hansen Natural Corporation mengakuisisi bisnis soda alami dan jus apel merek Hansen dari CCC. Di bawah kepemilikan Monster Energy Drinks, bisnis minuman Hansen berkembang secara signifikan hingga mencakup berbagai macam minuman dalam kategori minuman "alternatif" yang sedang berkembang termasuk, khususnya, minuman energi. Pada tahun 2012, Monster Energy Drinks mengubah nama Monster Energy Drinks dari Hansen Natural Corporation menjadi Monster Beverage Corporation. Pada tahun 2015, Monster Energy Drinks mengakuisisi berbagai merek energi dari TCCC dan melepaskan bisnis minuman non-energi Monster Energy Drinks. Pada tahun 2016, Monster Energy Drinks menyelesaikan akuisisi Monster Energy Drinks atas pemasok rasa dan mitra bisnis lama AFF.



Gambar 4. Produk Monster Energy

Minuman energi monster adalah rangkaian minuman energi berkarbonasi. Minuman Energi Monster Minuman Energi Monster mengandung vitamin, mineral, nutrisi, herbal, dan bahan lainnya (secara kolektif disebut "Suplemen").

Sejarah Monster Energy California

Monster Energy sangat familiar dengan inisial M, logonya pun menggunakan inisial M berwarna hijau stabilo yang kerap kali menjadi sponsor-sponsor di even dunia. Hansen merupakan pencetus terciptanya produk Monster Energy tepatnya pada tahun 2002 silam. Produk ini telah diakui dunia dan menjadi legal yang pelegalannya diterbitkan di NASDAQ tepatnya di California. Hampir semua olahraga dunia menjadi sorotan produk Monster Energy untuk dibidik menjadi ajang pengenalan produk Monster Energy itu sendiri. Hansen juga telah banyak menggaet berbagai produk lain seperti Pepsi Kanada. Tak hanya itu, masih banyak lainnya yang bekerjasama dengan Monster Energy seperti Coca-Cola yang tentu saja kerja sama antar kedua perusahaan itu menguntungkan semua pihak yang membuat Monster Energy yang perusahaan yang digaetkan lebih banyak dikenal oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia. Tak hanya negara di Amerika, Kanada saja melainkan pada 2010 Monster Energy telah mengekspansi negara Jerman untuk pengenalan produk minumannya.

Monster Energy Drinks telah mengadakan perjanjian dengan berbagai pembotolan/distributor yang mengatur pendistribusian produk Monster Energy Drinks selama jangka waktu awal hingga Monster Energy Drink, yang mungkin akan diperbarui menjadi Monster Energy Drinks setelahnya untuk jangka waktu tambahan mulai dari satu hingga lima tahun, tunduk pada syarat dan ketentuan tertentu yang mungkin berbeda tergantung pada bentuk perjanjian. Perjanjian tersebut tetap berlaku untuk jangka waktu yang berlaku pada saat itu selama produk Minuman Energi Monster didistribusikan, namun tunduk pada hak pengakhiran tertentu yang dimiliki oleh masing-masing pihak, yang dapat mencakup, misalnya, dan bergantung pada bentuk perjanjian, pengakhiran atas: kesepakatan bersama; pelanggaran material terhadap perjanjian oleh, atau kebangkrutan salah satu pihak; jalan buntu; perubahan kendali; perubahan kondisi hukum atau peraturan dan penghentian perjanjian terkait tertentu. Selain itu, Monster Energy Drinks berhak mengakhiri perjanjian distribusi tertentu kapan saja tanpa alasan setelah membayar biaya pengakhiran, termasuk sejumlah perjanjian distribusi terbatas dengan pembotolan jaringan TCCC yang ditandatangani kembali oleh Monster Energy Drinks sebelum tahun 2015.

Penjualan dan pemasaran Monster Energy Drinks untuk semua minuman Monster Energy Drinks adalah memfokuskan upaya Monster Energy Drinks pada pengembangan kesadaran merek melalui program peningkatan citra dan pengambilan sampel produk. Monster Energy Drinks menggunakan kendaraan bermerek Monster Energy Drinks dan kendaraan promosi lainnya pada acara dimana Monster Energy Drinks menawarkan sampel produk Monster Energy Drinks kepada konsumen. Monster Energy Drinks menggunakan metode “push-pull” untuk meningkatkan eksposur rak dan ruang pajangan di outlet penjualan (termasuk rak, pendingin, dan pendingin barel), periklanan, promosi di dalam toko, dan penempatan bahan point-of-sale di dalam toko ke encMonster Minuman Energi seiring bertambahnya permintaan konsumen terhadap produk Minuman Energi Monster. Monster Energy Drinks juga mendukung merek Monster Energy Drinks dengan promosi hadiah, promosi harga, kompetisi, dukungan dari publik dan tokoh olahraga terpilih, dukungan kepribadian olahraga, pengambilan sampel dan sponsorship dari atlet, tim, seri, band, esports, tujuan dan acara terpilih. Poster di dalam toko, poster luar ruangan, media sosial, konser, iklan cetak, radio dan televisi (secara langsung dan melalui sponsor dan dukungan Monster Energy Drinks) dan kupon juga dapat digunakan untuk mempromosikan merek Monster Energy Drinks. Monster Energy Drinks percaya bahwa salah satu kunci sukses dalam industri minuman adalah diferensiasi, menjadikan merek dan produk Monster Energy Drinks menarik secara visual dan berbeda dari minuman lain di rak pengecer. Monster Energy Drinks meninjau produk dan kemasan Monster Energy Drinks secara berkelanjutan dan, jika memungkinkan, berupaya menjadikannya berbeda dan unik. Label dan gambar untuk banyak produk Minuman Energi Monster didesain ulang dan diperbarui dari waktu ke waktu untuk memaksimalkan visibilitas dan identifikasinya, di mana pun produk tersebut ditempatkan di toko, yang terus dievaluasi ulang oleh Minuman Energi Monster dari waktu ke waktu.

Monster Milik Andrias Thamrun

Monster telah mendapatkan sertifikat merek oleh Direktur Departemen Kekayaan Intelektual sejak tahun 2009. Seperti diketahui, merek Monster milik Andrias Thamrun didaftarkan untuk minuman mengandung obat, sirup mengandung obat, minuman kesehatan, suplemen, minuman energi bubuk dan suplemen. minuman, tonik kuat, minuman bernutrisi isotonik, air mineral untuk keperluan medis, teh obat, susu mengandung putih telur, susu mengandung albumin, suplemen nutrisi untuk keperluan medis, gula obat, gula dan permen kari untuk keperluan medis, tablet hisap yang mengandung kembang gula obat, daun mint untuk keperluan farmasi, anggur obat, makanan dan minuman diet untuk keperluan medis, vitamin, obat oral, tanaman obat. Berdasarkan pendaftaran di atas, merek dagang “Monster” milik Andrias Thamrun dapat diklasifikasikan menjadi makanan, minuman, dan obat-obatan.

Hak Cipta

Hak Cipta memiliki peranan yang cukup penting bagi suatu karya seseorang. Semenjak tahun 1945 Indonesia telah mengatur keberadaan hak cipta guna membantu pembangunan yang ada serta masyarakat menjadi lebih sejahtera. Hak Cipta di Indonesia telah banyak mengalami resolusi mengikuti adanya perkembangan teknologi yang cukup pesat. Undang-undang yang mengatur adanya Hak Cipta tentu berpihak pada suatu karya yang memiliki tingkat keotentikan yang memang benar-benar terjaga keorisinalannya (Patterson, 1991). Pencipta suatu karya tentu saja memiliki hak yang diterima sebagai penciptanya yaitu dinamakan dengan Hak Cipta, Hak cipta dimunculkan guna menjaga keotentikan suatu karya sehingga orang lain tidak dapat melakukan plagiat atas karya seorang pencipta yang telah mengurus Hak Cipta (Hiariej, 2016). Sejalan dengan itu, menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul dengan

sendirinya berdasarkan asas deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata dengan tidak mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hak Cipta terdiri dari hak ekonomi dan hak moral (Sirvinskaite, 2010). Hak ekonomi adalah hak untuk memperoleh manfaat ekonomi dari hasil karya dan produk hak yang terkait. Pencipta atau pemegang hak cipta mempunyai hak ekonomi untuk menerbitkan ciptaan, Menggandakan ciptaan dalam segala bentuknya, Menerjemahkan ciptaan, mengadaptasi, menyusun, atau mengubah ciptaan, Mendistribusikan ciptaan atau menyalinnya; Pertunjukan ciptaan, Pengumuman ciptaan, Komunikasi ciptaan, dan Penyewaan ciptaan. Pada dasarnya untuk melindungi hak cipta tentunya harus didaftarkan. Jika seseorang ingin kekayaan intelektualnya dilindungi undang-undang, ia harus bersedia mengikuti prosedur pendaftaran yang ditetapkan negara.

Fungsi dari adanya peraturan yang mengharuskan seorang pencipta karya mendaftarkan Hak Cipta adalah dilatar belakangi oleh adanya perkembangan arus teknologi yang semakin pesat dan semakin tidak kenal akan batasan oleh karena itu sebuah produk yang memiliki nilai kerap kali dibidik menjadi sasaran yang bersifat komersial karena diminati (Hanifah, 2015). Tiap-tiap pencipta memiliki hak yang bernama hak moral. Hak moral merupakan hak yang tentu saja sudah ada pada tiap-tiap pencipta yang sifatnya permanen kecuali hak ciptanya dialihfungsikan kepada orang lain. Hak moral adalah hak yang bersifat permanen dan melekat pada pencipta untuk terus mengkredit atau membatalkan kredit atas salinannya sebagai bagian dari penggunaan umum atas ciptaannya; Gunakan nama samaran atau nama samaran; Ubah kreasi Anda agar sesuai dengan masyarakat; Mengubah judul dan subjudul karya dan; Lindungi hak-hak Anda jika karya tersebut terdistorsi, dimutilasi, dimodifikasi, atau tindakan lain apa pun yang merugikan kehormatan atau reputasi pribadi Anda. Adapun mengenai penerapan hukum hak cipta, merupakan suatu hal yang otonom dan tidak bergantung pada penerapan hukum umum (Tambunan, 2023).

Putusan Pengadilan terkait Monster Energy California VS Monster Andrias Thamrun

Bukti hasil penelitian Balai Penelitian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. Selain melakukan penelitian di Badan POM, Monster Energy California juga melakukan penelitian di Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, sebuah organisasi yang diberi wewenang oleh Majelis Ulama Indonesia untuk Memfasilitasi penerbitan sertifikasi Halal. Hasil penelitian yang dilakukan Balai Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika. Majelis Ulama Indonesia juga menunjukkan bahwa produk bermerk Monster Energy California tidak didaftarkan oleh Majelis Ulama Indonesia sebagai salah satu produk bersertifikat halal. Tidak ada catatan sertifikasi halal untuk produk bermerk Monster Energy California yang terdaftar di Majelis Ulama Indonesia, hal ini jelas merupakan indikasi kuat bahwa merek Monster Energy California tidak digunakan dalam kegiatan komersial. Sementara itu, permohonan dan pendaftaran merek "Monster" di berbagai kelas merupakan bukti yang meyakinkan bahwa pemohon mempunyai niat yang tulus untuk berinvestasi di Indonesia. Namun niat Monster Energy California untuk melakukan investasi signifikan di Indonesia terhalang oleh pendaftaran merek dagang Monster Energy California.

Pemohon kasasi mempunyai kepentingan yang nyata dan langsung terhadap penghapusan merek tergugat "Monster" dari daftar umum merek. Mahkamah Agung menilai alasan Monster Energy California tidak dapat dipertahankan, karena setelah mengkaji secara cermat berkas kasasi 7 April 2015, tanggapan terhadap berkas kasasi tertanggal 26 Mei 2015 sehubungan dengan pertimbangan *Judex Facti* dalam perkara ini. Dalam hal ini, putusan Pengadilan Niaga pada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat adalah benar dan tidak salah dalam menerapkan hukum dengan pertimbangan sebagai berikut, yaitu karena masih belum ada putusan Komisi yang belum diputuskan. Banding merek harus selalu merupakan keputusan

tanggungan, sehingga gugatan penggugat terlalu dini untuk menerima gugatan penggugat. Gugatan penggugat penghapusan pendaftaran merek tergugat belum diajukan karena tergugat harus menunggu terlebih dahulu keputusan Dewan Banding Merek agar tidak terjadi tumpang tindih keputusan. Pencarian juga dilakukan dengan menggunakan browser Google (yang dapat ditemukan di www.google.com), khusus menggunakan kata kunci "Monster + Indonesia", kata kunci "Monster + Andrias Thamrun" atau kata kunci "Monster + Produk Indonesia + Andrias Thamrun" atau tidak memberikan referensi yang menunjukkan bahwa merek dagang "Monster" yang dimiliki oleh Monster Energy California sebenarnya digunakan dalam perdagangan di Internet. Begitu pula dengan pencarian melalui situs perdagangan digital Indonesia, OLX (sebelumnya bernama Toko Bagus), yang tersedia di www.olx.co.id. dimana jika anda mencari dengan kata kunci "Indonesian Monster", kata kunci "Monster + Drink" atau kata kunci "Monster + Energy Drink" atau kata kunci "Monster + Produk Indonesia + Andrias Thamrun". Tidak ada hasil pencarian yang menunjukkan keberadaan produk Monster yang menggunakan merek dagang "MONSTER" milik Monster Energy California dan dipasarkan di www.olx.co.id.

Selain pencarian www.olx.co.id di atas, Monster Energy California juga mencari situs komersial lainnya yaitu Berniaga.com (alamat www.berniaga.com) atau jika mencari dengan kata kunci "Monster Indonesia", dari kata kunci "Monster + Minuman" atau kata kunci "Monster + Minuman Energi" atau kata kunci "Produk Monster + Indonesia + Andrias Thamrun". itu juga tidak akan menampilkan produk bermerek Monster Energy California "Monster" Monster Energy California juga mencari di kaskus.co.id, di mana (di www.kaskus.co.id) atau jika Anda mencari berdasarkan kata kunci "Monster". Monster + Drink" atau kata kunci "Monster + Energy Drink", hasil pencarian akan menampilkan produk dengan merk "Monster" milik Monster. Andrias Thamrun dan bukan produk bermerek dagang "Monster" dimiliki oleh Monster Energy California. Hasil pencarian internet digital di atas dengan jelas dan meyakinkan menunjukkan bahwa produk merek "Monster" milik Monster Energy California tidak dipasarkan di situs Internet komersial untuk wilayah Indonesia; Putusan Pengadilan Niaga Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dalam perkara ini tidak bertentangan dengan undang-undang dan/atau undang-undang, oleh karena itu permohonan kasasi diajukan oleh pemohon kasasi Perusahaan Monster Energy yang dahulu bernama (Perusahaan Minuman Hansen), akan ditolak berdasarkan ketentuan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Undang-undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kehakiman, Undang-undang Nomor 14 Tahun 1985 tentang Mahkamah Agung sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 5 Tahun 2004 dan Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2004. 3 Tahun 2009, serta ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

KESIMPULAN

Monster California menggugat Monster Surabaya di Pengadilan Niaga. Intinya, putusan hakim yang berwenang dalam perkara ini menyatakan gugatan penggugat (Monster Energy Company) terlalu dini dan tidak dapat diterima. Saat itu Monster Energy Company belum pernah mendaftarkan merek dagangnya di Indonesia. Pemilik pertama merek dagang "Monster" di Indonesia adalah Andrias Thamrun yang mendapatkan pendaftaran merek dagang untuk produk kelas 5. Perlu diingat bahwa sistem pemilik merek dagang yang mulai berlaku di Indonesia pada saat itu adalah pemilik pertama/pertama yang tercatat diarsipkan berdasarkan UU Merek Dagang 15/2001. Pertimbangan tersebut kurang tepat karena berdasarkan uraian tersebut merek Monster Energy merupakan merek dagang yang berhak didaftarkan di Indonesia karena merek ini merupakan merek dagang pertama yang didaftarkan merek Monster di Indonesia dan Monster Energy merupakan merek terkenal. Departemen Umum

Merek perlu meningkatkan kapasitas teknologi informasi Departemen Umum Merek untuk menghindari duplikasi pendaftaran merek terdaftar dan tidak terdaftar yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanifah, M. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Hasil Tenun Songket Melayu Menurut Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Jurnal Ilmu Hukum*, 6(2), 183–188.
- Kesuma, Ibnu Editya. (2017). Perlindungan Merek Monster Energy Yang Telah Dipergunakan Lebih Dahulu Dalam Perdagangan Barang Di Luar Negeri (Studi Putusan Nomor 491 K/Pdt. Sus-HKI/2015)
- M Tambunan. (2023). Legal Protection of Copyright Based on Law Number 28 of 2014 Concerning Copyright. 1356. 2, 4., March 2023-2022. Monster Beverage Corporation. Washington, D.C. 20549
- Patterson, L. R. (1991). The nature of copyright: A law of users' rights. University of Georgia Press
- Putusan Mahkamah Agung Nomor 491 K/Pdt. Sus-HKI/2015
- Sirvinskaite, I. (2010). Toward Copyright Europeanification: European Union Moral Rights. *J. Int'l Media & Ent. L.*, 3, 263.
- Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta