

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Konseptual

1. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual

a. Definisi Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan suatu kajian terdapat dalam lingkup hukum perdata, dikarenakan ada segi dan sifat dari hukum tersebut yang termasuk ke dalam aspek hukum privat. Hukum perdata (privat) itu sendiri adalah hukum yang mengatur hubungan antar orang yang satu dan lainnya, yaitu dengan penekanan pada kepentingan pribadi. Hukum privat menatur hubungan antar individual untuk memenuhi keperluan mereka.

Menurut Rachmadi Usman, kekayaan intelektual dapat berarti sebagai kepemilikan karya ciptaan yang dapat dimunculkan atau dilahirkan yang dikarenakan kemampuan intelek manusia dalam sains dan ilmu teknologi. Karya yang telah dicipta adalah materi tak berwujud yang merupakan hasil dari intelektual manusia dan eksistensi manusia melalui adanya kreativitas, cita rasa dan karya, dimana nilai moral bersifat praktis dan ekonomi.

Dalam substansinya setiap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) selalu mempunyai kandungan 3 (tiga) elemen ataupun unsur, yaitu:¹

- 1) Termasuk suatu hak eksklusif diberi oleh hukum
- 2) Hak yang tersebut harus berketerkaitan dengan upaya manusia berdasar kemampuan intelektualitas
- 3) Kesanggupan intelek tersebut memiliki suatu nilai bersifat ekonomi.

Kekayaan intelektual adalah hasil pemikiran dalam bentuk pikiran atau pikiran dalam berbagai bentuk penemuan berwujud dan ekspresif, karya sastra dan artistik, desain, symbol dan atau tanda tertentu, pembuatan tata letak komponen semi konduktor dan hasil pemuliaan. Jika hak kekayaan intelektual ditangani melalui prosedur dan peraturan yang berlaku, ungkapan seperti itu akan menjadi kekayaan intelektual yang melekat dalam kekayaan intelektual, dan juga dapat disebut sebagai hak kekayaan intelektual (HKI) dalam literature peraturan hukum Anglo-Saxon untuk menjadikan kekayaan intelektual sebagai bentuk produk yang sah.

Hasil ini kemudian digunakan di dunia bisnis untuk menciptakan nilai ekonomi bagi penemu dan ataupun pencipta ciptaan. Dalam proses kekayaan intelektual menjadi produk kekayaan intelektual, diperlukan peraturan dan prosedur yang

¹ *Tinjauan Hak Atas Kekayaan Intelektual* <[http://repository.uin-suska.ac.id/7252/4/BAB III.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/7252/4/BAB%20III.pdf)> [accessed 27 February 2019].

berlaku sesuai dengan hukum dan peraturan pemerintah. Produsen kekayaan intelektual sering menganggap prosedur dan fase ini sulit dan kompleks, sehingga kekayaan intelektual belum menghadirkan banyak konsekuensi dari aset ini. Dampak dari situasi ini adalah bahwa produsen itu sendiri tidak sepenuhnya merasakan manfaat ekonomi dari kekayaan intelektual yang digunakan oleh publik.

Ketentuan hukum yang berkaitan dengan semua aspek kekayaan intelektual diatur untuk secara khusus membantu produsen kekayaan intelektual. Pembaca biasanya memahami teori, dasar hukum dan prosedur proses kekayaan intelektual dan kemudian meningkatkan ke negara HKI untuk membantu memberikan pemahaman dan Memahami kekayaan intelektual juga dapat mempromosikan produktivitas kekayaan intelektual Indonesia secara keseluruhan.²

Objek pengawasan kekayaan intelektual merupakan sebuah karya yang dihasilkan atau dilahirkan karena oleh kemampuan atas intelektual manusia. Sistem kekayaan intelektual adalah hak pribadi. Seseorang dapat dengan bebas mengajukan aplikasi atau mendaftarkan kekayaan intelektual, asalkan karyanya tidak dibuat-buat atau dijiplak dan memiliki nilai ekonomi. Keberadaan kekayaan intelektual berarti bahwa apresiasi terhadap pekerjaan (kreativitas) dan motivasi serta

² Hukum Atas Hak Kekayaan Intelektual, 2012.

perasaan orang lain dapat dikembangkan lebih lanjut, oleh karena itu, di bawah sistem kekayaan intelektual, kepentingan publik ditentukan oleh mekanisme pasar. Selain itu, keberadaan kekayaan intelektual membantu menjaga catatan yang baik dari semua bentuk kreativitas manusia, sehingga menghindari atau mencegah kemungkinan menghasilkan teknologi yang sama atau karya lain.

Hukum yang mengatur HKI mengandung sifat teritorial, yang dimana berarti bahwa proses penegakan serta pendaftaran atas HKI harusnya dilakukan dengan cara terpisah di setiap yurisdiksi yang disengketakan. Kekayaan intelektual Indonesia yang dilindungi adalah kekayaan intelektual yang terdaftar di Indonesia. Di Indonesia, badan yang mengesahkan pengelolaan kekayaan intelektual adalah Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) dibawah kekuasaan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

b. Pembagian Hak Kekayaan Intelektual

Secara garis besar HKI terbagi pula ke dalam 2 (dua) bagian yaitu:³

- 1) “ *Hak Cipta*
- 2) *Hak Kekayaan Industri, terbagi menjadi:*
 - a. *Hak Paten;*
 - b. *Hak Merek;*

³ ‘Pengertian HKI’.

- c. *Hak Desain Industri;*
- d. *Indikasi Geografis;*
- e. *Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu;*
- f. *Informasi Rahasia termasuk Rahasia Dagang dan Data Test; dan*
- g. *Varietas Tanaman Baru. ”*

2. Tinjauan Umum Tentang Hak Merek

a. Definisi Hak Merek

Merek ataupun merek dagang merupakan sebuah nama ataupun simbol yang terkait dengan produk atau layanan dan menciptakan makna atau asosiasi psikologis. Menurut KBBI (Kamus Bahasa Indonesia), sebuah merek adalah “ *tanda bahwa pengusaha (pabrik, produsen, dll.) memproduksi sebagai produk identifikasi, sebuah tanda (mark), yang menjadi pengidentifikasi untuk nama identifikasi, dan sebagainya.* ” sedangkan Kartajaya (2010) percaya bahwa merek didefinisikan sebagai “ *aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghormati kualitas.* ”

Dunia ekonomi kini telah mengalami perkembangan yang pesat dengan lahirnya berbagai jenis barang atau jasa yang diproduksi sesuai keahlian masing-masing oleh para produsen dalam bidangnya tersendiri. Terhadap barang atau jasa yang akan diproduksi tentunya produsen akan menciptakan dan memberikan ciri khas dengan tujuan memberikan perbedaan

produk terhadap produk lainnya. Ciri khas yang paling sering diberikan adalah label dan nama atau dengan istilah lain dapat dikatakan sebagai Merek.

Dalam sebuah Merek terdapat beberapa elemen yang berhubungan yaitu diantaranya seperti nama merek (*brand name*) yang berupa sebuah bagian dari merek yang dapat diucap atau dilafalkan, dan hendaknya mudah untuk disebutkan.

Disamping itu juga terdapat elemen tanda merek (*brand mark*) yaitu bahagian juga daripada sebuah merek yang dapat dikenal namun tidak dapat dibacakan ataupun diucap, yaitu berupa tanda seperti lambang atau logo. Tanda seperti ini juga hendaknya bersifat menarik, unik, dan kaya akan visualisasi sehingga sebisa mungkin dapat menarik perhatian dari masyarakat untuk dikonsumsi.⁴

Setiap merek menunjukkan reputasi untuk etika, bahan, dan nilai bisnis. Reputasi inheren merek adalah bentuk kepemilikan. Reputasi di dalam dunia perbisnisan terpandang sebagai sebuah kunci atas adanya keberhasilan ataupun kegagalan dari perusahaan, dan banyak pengusaha bersaing untuk mempromosikan atau mempertahankan reputasi mereka dengan mempertahankan kualitas produk dan memberikan layanan. Melalui merek, komunitas sebagai konsumen akan

⁴ 'Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, Dan Manfaatnya Yang Harus Anda Ketahui - Jurnal Blog' <<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-pengertian-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding-yang-perlu-anda-ketahui/>> [accessed 2 March 2019].

dengan mudah mengidentifikasi produk-produk dari perusahaan tertentu.

Merek pada biasanya terdaftar di barang dagangan atau paket yang dijual atau ditentukan dalam keadaan tertentu yang terkait dengan penjualan layanan. Merek sangat penting dalam arena pemasaran dan juga iklan. Oleh karena itulah, jika produk yang dijual melekat pada merek unggulan dari produk yang dijual, produk tersebut akan lebih mudah dikenal oleh konsumen.

Sebuah merek akan menjadi terkenal serta mencapai jaminan atas suatu reputasi serta kualitas yang bagus untuk produk yang membutuhkan waktu lama. Maka dari itulah merek-merek terkenal akan berperan menjadi asset atau kekayaan atas sebuah perusahaan. Namun, reputasi merek akan mendorong produsen lain untuk mengikutinya. Merek sebagai kekayaan intelektual memiliki perlindungan hukum yang mendorong produsen untuk menciptakan dan mengembangkan kreasi masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan perdagangan dan investasi meningkat dan mendukung lingkungan investasi.

Merek adalah bentuk karya intelektual untuk orang yang terlindungi oleh hukum atas merek dagang di Indonesia. Merek adalah suatu rupa gambar, nama, kata, huruf, angka, pengaturannya warna atau kombinasi dari elemen-elemen ini, sebagai identifikasi produk bagi para konsumen dengan karakteristik

berbeda, ini adalah pesta Barang atau jasa yang dihasilkan dibedakan dari standar yang diproduksi oleh pihak lain (pesaing). Merek akhirnya bisa menjadi aset perusahaan.

Menurut Suteti, Andrian (2009) “ *perlindungan merek adalah suatu bentuk kepastian hukum yang disyaratkan oleh investor domestik dan asing.* ”⁵

Pesatnya perkembangan dunia bisnis dan laju pertumbuhan ekonomi di setiap negara tentu akan berdampak pada sektor perdagangan, terutama karena kemajuan teknologi, informasi, komunikasi dan transportasi, yang merupakan faktor yang memicu globalisasi kekayaan intelektual.⁶

Industri pangan sekarang ini juga sangat ketat dengan berbagai macam strategi yang diunggulkan oleh masing-masing industri. Persaingan seperti ini yang menjadi hambatan untuk industri pangan baru masuk ke pasar, apabila industri baru tersebut tidak memiliki keunggulan tertentu atau produknya sama dengan produk yang sudah ada di pasar. Keunggulan produk bisa dilihat lewat aspek harga, kualitas, kuantitas, promosi, dan sebagainya Industri-industri yang sudah ada juga harus memperbaiki dirinya untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan ini. Produk atau layanan bermerek mempromosikan

⁵ Dosen Fakultas and others, ‘PERLINDUNGAN MEREK BAGI PEMEGANG HAK MEREK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK YAYUK SUGIARTI’, 2016
<<https://media.neliti.com/media/publications/135593-ID-perlindungan-merek-bagi-pemegang-hak-mer.pdf>> [accessed 14 February 2019].

⁶ Hukum Atas Hak Kekayaan Intelektual.

dan menjual satu sama lain walaupun produk atau layanan di pasar tertentu belum tersedia. Mengingat pertukaran teknologi canggih dan frekuensi perjalanan atau perjalanan di seluruh dunia, komunikasi media modern dan periklanan semakin dibatasi oleh batas-batas nasional. Pemilik produk atau layanan bermerek menggunakan berbagai kegiatan yang banyak orang tonton untuk mempromosikan merek mereka agar orang-orang mereka tertarik untuk membeli produk atau menggunakan layanan bermerek iklan.

Dari sudut pandang hukum masalah merek, menjadi sangat penting bagi pemilik atau pemilik merek untuk memiliki masalah kepastian dan perlindungan hukum beserta kepentingan atas perlindungan hukum publik sebagai konsumen barang ataupun jasa yang dirasa perlu memakai merek, sehingga Mereka tidak dibodohi oleh merek lain, tidak dapat dipungkiri bahwa mereka yang tidak memiliki hak untuk menggunakan merek terkenal, masih banyak hal yang terjadi di Indonesia, yang benar-benar disadari oleh pemerintah. Hal ini tidak dapat dipisahkan dari aspek historis masyarakat Indonesia yang selalu menjadi masyarakat agraris, sehingga mereka terbiasa melakukan segala sesuatu dan dipandang sebagai berbagai properti, bahkan jika pengusaha keluarga industri berspekulasi bahwa merek memiliki fungsi sosial. Di satu sisi, situasi ini memiliki dampak positif, tetapi di sisi lain asumsi inilah yang

sering dianggap masyarakat kita tidak ekonomis dan kurang inovasi.

Hak merek dagang merujuk pada hak eksklusif pemilik merek dagang yang tentu sudah mendaftarkan pemilik merek dagang selama periode waktu yang sudah ditentukan dengan memakai merek dagang itu sendiri atau dengan mengizinkan pihak lain untuk memakai merek dagang tersebut.⁷ Hak eksklusif ini melindungi hukum atas merek yang akan digunakan. Hak eksklusif ini memberi larangan pada produsen lain yaitu untuk memakai teks atau gambar yang sama pada kemasan, namun produsen tanpa sertifikat merek tidak memiliki hak ini.

Hak atas merek yang juga sebagai hak kebendaan dengan sifat bergerak dan tanpa berwujud juga memberi suatu kontrol penuh bagi siapapun pemegang merek tersebut untuk berlaku bebas atas hak kepemilikan, dimana hal ini dicerminkan dari sifat eksklusif terkhusus yang tentunya terdapat dalam hak atas merek itu sendiri. Hak khusus itu mengandung 2 (dua) bentuk hak yakni hak untuk mempergunakan merek pada suatu barang dan atau jasa yang diproduksinya dan juga hak untuk memberi perizinan kepada pihak lainnya untuk menggunakan mereknya. Hak yang bersifat spesial ini tentu memberi peluang bagi pemilik suatu merek untuk menikmati hasil atau kegunaan suatu

⁷ Agung Hidayat Mazkuri, 'Hak Atas Merek: Kajian Normatif Hak Merek Dagang Sebagai Bagian Hak Kekayaan Intelektual'.

benda, serta hak untuk berlaku bebas terhadap hak atas merek tersebut seperti melakukan lisensi, hibah, dan lain sebagainya.

Dalam konteks ini berarti bahwa seorang pemilik hak merek memiliki kebebasan untuk melakukan penjualan, penghibahan, atau penyerahan benda yang dimiliki kepada siapa pun juga, dengan catatan tidak terdapat unsur memaksa dan atau pelanggaran atas kepentingan umum serta pemenuhan hak orang lain. Hak yang melekat itu pada dasarnya berarti yang sama dengan hak milik yang memberi beberapa manfaat bagi pemilik yaitu antara lain:⁸

- 1) Hak untuk merasakan fungsi dan kegunaan daripada suatu benda tersebut.
- 2) Hak untuk berlaku bebas terhadap kepemilikan kebendaan tersebut disertai adanya kendali penuh.

Berdasarkan hubungan antar subject dan object hukum yang diciptakannya terdapat 2 (dua) jenis hak yang berlaku yakni hak absolute dan hak relative. Hak absolute sendiri merupakan suatu hubungan antar subject dan object hukum yang dimana secara langsung dapat menimbulkan sesuatu kewajiban pada tiap orang lainnya untuk memberi rasa hormat dan respect atas hubungan itu sendiri. Sedangkan hak relative ialah suatu hubungan dimana antar subject hukum tertentu lainnya dengan perantara berupa benda mati yang menciptakan suatu tindak

⁸ Agung Sujatmiko, 'Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek', 177.2.

kewajiban. Hak relative merupakan suatu hak mengenai termasuk klaim dan hanya satu pihak saja yang memiliki hak untuk orang yang telah ditentukan. Hak relative hanyalah berlaku bagi pihak yang melangsungkan perjanjian.⁹

Pada keadaan dasarnya suatu sifat kebendaan dapat terpenuhi pada setiap Hak Kekayaan Intelektual, dikarenakan telah dikategorikan sebagai benda imaterial yang tidak berwujud oleh sebab tidak dapat terlihat kasat mata dan tidak dapat disentuh. (Pasal 499 KUH Perdata).

b. Pembagian Merek

Berdasar pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Merek terbagi menjadi beberapa macam yakni sebagai berikut:¹⁰

- 1) Merek Dagang yaitu sebuah Merek yang dicantumkan pada barang yang nantinya akan dijual atau diperdagangkan oleh satu atau lebih orang, dan ataupun badan hukum yang digunakan untuk memberi perbedaan barang serupa lainnya.
- 2) Merek Jasa yaitu sebuah Merek ataupun badan hukum yang dipergunakan dalam suatu layanan dimana terdapat satu atau lebih orang secara bersama berdagang untuk membedakannya dari layanan serupa lainnya.
- 3) Merek Kolektif yaitu sebuah Merek atas barang dan atau jasa yang dipergunakan pada barang dan atau jasa yang

⁹ *Konsep Hak Kekayaan Intelektual.*

¹⁰ *Pengertian Merek (Brand).*

lain, dimana karakter umum dan kualitas, dan juga jenis pengawasan yang secara bersama-sama dijual atau diperdagangkan banyak orang maupun juga badan hukum untuk memberi perbedaan antara suatu barang atau layanan yang serupa lainnya. Suatu merek tidak dapat disebut sebagai merek berjenis baru karena penggunaannya digunakan secara kolektif ataupun kombinasi.

c. Fungsi Merek

Pada dasarnya, sebuah merek ialah tanda ataupun sebagai identitas yang digunakan untuk memberi perbedaan transaksi antar barang atau jasa daripada barang atau jasa yang lainnya. Dengan kehadiran merek ini, suatu barang atau layanan dapat dipersonalisasi dan berbeda dari barang atau layanan lain. Merek memiliki kemampuan untuk membedakan barang atau jasa dari barang atau jasa lain, terutama jenis barang atau jasa yang sama.¹¹ Secara umum, orang dapat memahami dan membedakan antara merek terkenal dan merek tidak terkenal. Berikut adalah beberapa kegunaan dari merek tersebut:¹²

- 1) Tanda Pengenal (*product identity*) yaitu tanda yang digunakan untuk mengubah produksi yang dihasilkan

¹¹ Mazkuri, 'Hak Atas Merek: Kajian Normatif Hak Merek Dagang Sebagai Bagian Hak Kekayaan Intelektual'.

¹² Ahmad Universitas Sebelas Maret. Jurusan Manajemen. and Pram Suryanadi, *Fungsi Merek Berupa Jaminan, Fokus Manajerial* (Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, 2017), XIII <<https://jurnal.uns.ac.id/fokus-manajerial/article/view/11366>> [accessed 27 February 2019].

oleh satu atau beberapa orang bersama, atau suatu badan hukum untuk menghasilkan orang lain atau badan hukum lainnya. Ini juga berfungsi sebagai penghubung antara barang atau jasa dan produsen, sebagai jaminan terhadap tingkat reputasi hasil dari bisnis, dan kemudian akan dijual atau didagangkan.

2) Sarana Promosi Dagang (*means of trade promotion*)

yaitu selaku alat promosi terhadap barang dan atau jasa yang diperdagangkan sehingga dapat juga melakukan promosi bagi produknya hanya dengan penyebutan nama mereknya saja. Promosi ini dilakukan melalui

produsen atau pengusaha iklan barang dan atau jasa yang diperdagangkan. Merek adalah cara untuk menarik perhatian para konsumen, yang merupakan

simbol bagi pengusaha untuk mengembanguaskan produk mereka untuk produk atau produk mereka.

3) Jaminan Mutu Barang atau Jasa (*quality guarantee*)

yang dimana hal seperti ini tidak hanya menguntungkan bagi produsen pemilik merek itu sendiri, tetapi juga melindungi kualitas barang atau jasa bagi mereka yang kemudian bertindak sebagai konsumen.

4) Penunjukan Asal Barang atau Jasa (*source of origin*),

yaitu merek juga sebagai tanda atas pengenalan dari

mana asal muasal barang dan atau jasa itu dengan daerah atau tempatnya pertama kali muncul atau tempat asal muasalnya.

Sebuah merek juga dapat dibedakan sebagai komoditas atau produk layanan dari suatu produk atau produk layanan yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan seseorang atau badan hukum lainnya. Hal ini digunakan untuk membedakan barang atau jasa serupa yang diproduksi oleh perusahaan lain, sehingga merek tersebut dianggap mempunyai fungsi yang berbeda. Selain fungsi yang membedakan, ditemukan juga dalam berbagai literature bahwa merek memiliki berbagai fungsi lainnya:¹³

- 1) Menjaga sehatnya kondisi persaingan usaha;
- 2) Melindungi dan memberi kepastian hukum bagi setiap konsumen;
- 3) Menjadi sarana untuk pengusaha atau produsen dalam memperluas bidang usahanya;
- 4) Menjadi sarana untuk dapat memberi penilaian terhadap kualitas barang;
- 5) Mengenalkan barang dan atau jasa yang dihasilkan sesuatu produk; serta
- 6) Mengenalkan identitas perusahaan yang menghasilkan barang dan atau jasa itu sendiri.

¹³ Deni Setyawan and Astuti Hapsari, 'Pengaruh Manfaat Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, Dan Keunikan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen', 1-17.

d. Pendaftaran Merek

Dalam aturan hukum merek di Indonesia dianut sistem "first to file", sehingga orang yang pertama kali terdaftarlah yang memiliki hak untuk kepemilikan merek tersebut.¹⁴ Jika tidak terdaftar, pihak pemilik merek yang sebenar-benarnya tentu akan merasa sulit untuk membuktikan hak atas kepemilikannya, jika suatu hari merek tersebut digunakan ataupun bahkan dituntut oleh pihak lain.

Sebuah merek dapat diartikan sebagai sesuatu (gambar atau nama) yang dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan dalam pasar penjualan. Pengusaha sering mencoba untuk melakukan pencegahan atas orang lain untuk menggunakan merek miliknya, karena dengan menggunakan merek, pedagang dapat memperoleh reputasi dan kepercayaan yang baik dari konsumen dan membangun hubungan reputasi dan merek yang sering digunakan perusahaan. Registrasi merek ini sebenarnya sangat penting dalam pemasaran produk mereka dan dikenal luas.¹⁵

Jika merek terdaftar dengan agen resmi, merek tersebut akan dilindungi secara hukum. Dalam Undang-Undang Indikasi Merek dan Geografis Nomor 20 Tahun 2016, pendaftaran dapat diajukan ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia

¹⁴ PROGRAM STUDI Ilmu Hukum and others, 'PERLINDUNGAN HUKUM HAK MEREK BAGI PENDAFTAR PERTAMA (First to File) DI INDONESIA (Analisis Putusan Nomor : 304 K / Pdt . Sus-HKI / 2014)', 2016.

¹⁵ Iffan Alif Khoironi, 'Bentuk Perlindungan Hukum Merek', *Unnes Law Journal*, 2, 2 (2013), 129–36.

Indonesia secara elektronik atau non-elektronik. Regulasi merek juga dirancang untuk melindungi masyarakat, terutama konsumen, sehingga mereka tidak keliru mendapatkan barang yang berkualitas lebih rendah dari produk aslinya. Selain itu, bertujuan untuk melindungi produsen sebagai pemegang hak properti hukum.¹⁶

Dalam proses mengajukan suatu permohonan merek, terdapat beberapa langkah dan prosedur yang harus diikuti, yaitu:¹⁷

1) Permohonan

Sebagai langkah yang pertama, pemohon diharuskan mengirim formulir pendaftaran merek bersangkutan yang sudah dilengkapi isinya, termasuk informasi kontak perusahaan, deskripsi citra merek yang dimiliki (harus ada spesifikasi tertentu), deskripsi barang dan layanan produk dan atau jasa, ataupun perusahaan yang ingin mendaftarkan mereknya dan kemudian membayar biaya.

2) Pemeriksaan Formal

3) Kantor HKI melakukan pemeriksaan dokumen terkait permintaan untuk memastikan kembali bahwa permohonan tersebut sudah lengkap dan sesuai

¹⁶ 'Kesadaran Hukum Pendaftaran Merek' <[http://eprints.ums.ac.id/55000/11/Naskah Publikasi OKKKK.pdf](http://eprints.ums.ac.id/55000/11/Naskah_Publikasi_OKKKK.pdf)> [accessed 4 March 2019].

¹⁷ Barbara Hintermann Geneva, *WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION Pengantar Merek Untuk Usaha Kecil Dan Menengah Intellectual Property for Business Series MEMBUAT SEBUAH MEREK 1 Number* <www.wipo.int/sme/> [accessed 2 March 2019].

persyaratan formalitas dan administrasi, misalnya seperti pengisian formulir pendaftaran dan juga terkait biaya pendaftaran.

4) Pemeriksaan Substantif

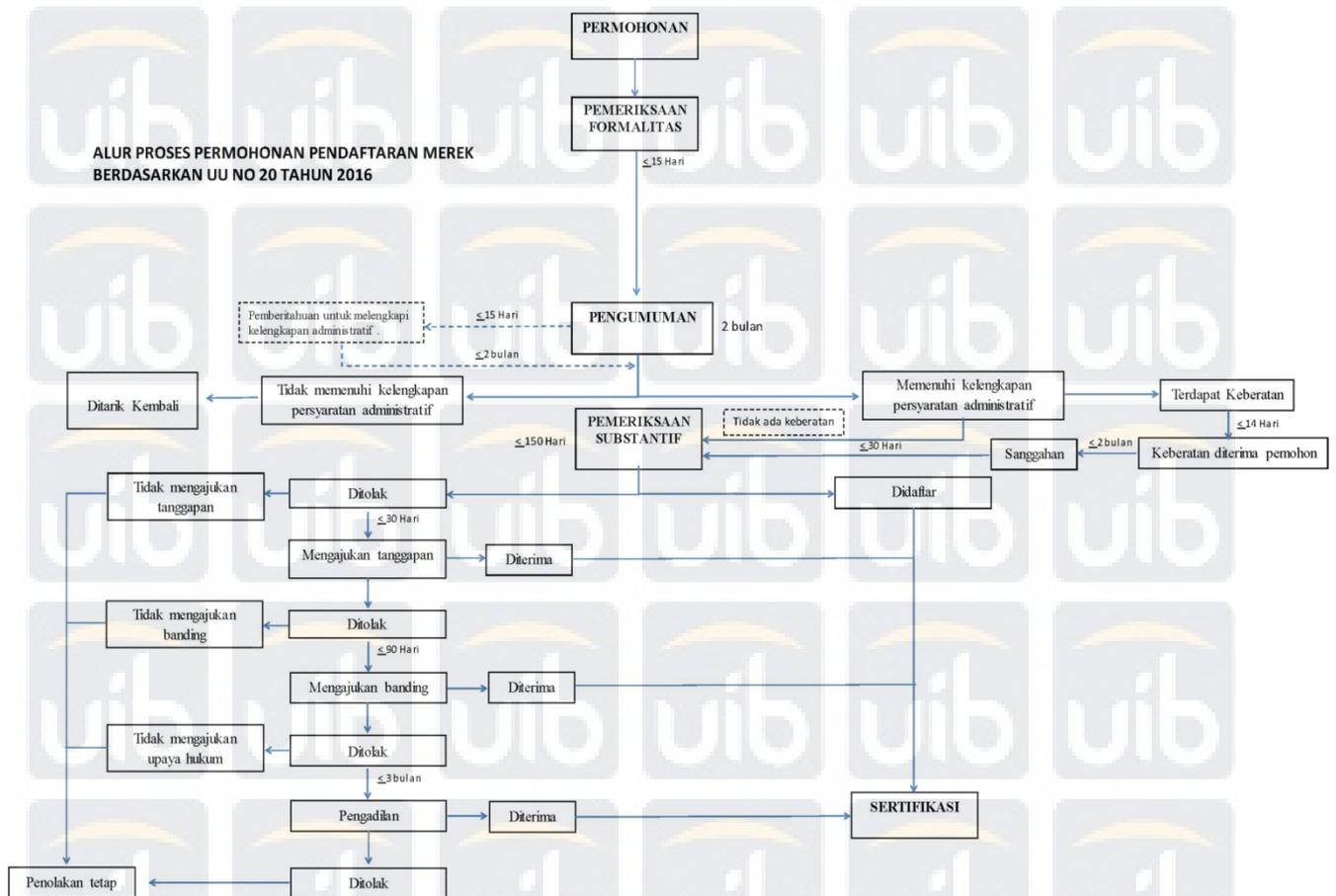
5) Kantor HKI mengadakan pemeriksaan terhadap syarat permintaan atau permohonan yakni dengan tujuan untuk memperjelas apakah permohonan tersebut telah memenuhi persyaratan substantif, seperti kategori permohonan.

6) Publikasi dan Oposisi

7) Terhadap Merek yang didaftarkan nantinya akan dilakukan publikasi ke dalam sebuah jurnal, dengan rentang waktu yang diberikan untuk pihak ketiga guna mengajukan oposisi atau keberatan (penolakan) atas pendaftaran tersebut.

8) Pendaftaran

9) Jika sudah terputuskan bahwa tidak ada lagi alasan untuk mengajukan dan melakukan penolakan, maka merek tersebut telah dapat didaftarkan, dan sertifikat pendaftaran akan dikeluarkan dengan masa berlaku selama 10 tahun bagi pemilik merek terdaftar.



Gambar 1.1: Prosedur Permohonan Merek (sumber:

<http://www.dgip.go.id/prosedur-diagram-alir-permohonan-merek/>)

Menurut UU Nomor 67 Tahun 2016 dan Menteri Hak Asasi Manusia (Permenkumham), aplikasi untuk pendaftaran merek dagang diajukan oleh pemohon atau agennya ke Kantor Kekayaan Intelektual dengan terlebih dulu mengisi rangkap 2 (dua) dokumen dalam bahasa Indonesia..¹⁸

Permohonan terhadap pendaftaran merek ini dapat dilakukan dan diajukan baik itu didaftarkan secara elektronik maupun secara nonelektronik, dimana berisikan dengan

¹⁸ Menteri Lingkungan, Hidup Dan, and Kehutanan Republik, 'Berita Negara', 2016.

peraturan didalamnya yang paling sedikit memuat mengenai beberapa hal berikut dibawah ini.¹⁹

- a. *“Kelengkapan data tanggal, bulan, tahun permohonan*
- b. *Nama lengkap, status kewarganegaraan, dan alamat lengkap pemohon*
- c. *Nama lengkap dan alamat lengkap kuasa (apabila diajukan melalui kuasa)*
- d. *Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang diajukan pertama kali dengan hak prioritas dalam hal permohonan*
- e. *Label atau logo Merek*
- f. *Warna, apabila pada Merek yang dipermohonkan pendaftarannya terdapat unsur warna*
- g. *Kelas dari barang dan atau jasa serta uraian atas jenis barang dan atau jasa tersebut.”*

e. Hapusnya Merek

Merek-merek yang telah terdaftar dalam Daftar Umum Merek Dagang mungkin masih diharuskan untuk membatalkan pendaftaran merek. Pencabutan pendaftaran merek dagang bermerek dagang dapat dilakukan atas inisiatif Administrasi Umum Kekayaan Intelektual, atau dapat didasarkan pada persyaratan pemilik merek dagang yang relevan atau

¹⁹ *LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA* <www.peraturan.go.id> [accessed 27 February 2019].

berdasarkan tuntutan hukum terhadap pendaftaran merek dagang yang diajukan oleh pihak ketiga.²⁰

Merek terdaftar dilindungi secara hukum dalam waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan, dan periode dapat diperpanjang ke periode yang sama. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa merek terdaftar benar-benar digunakan untuk barang atau jasa dan masih memproduksi dan atau memperdagangkan barang serta jasa.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dagang dan indikasi geografis tidak memberikan perlindungan hukum untuk merek yang hanya terdaftar untuk kegiatan produksi dan juga ataupun perdagangan. Apabila merek dagang yang relevan belum digunakan untuk perdagangan barang dan atau layanan selama tiga (3) tahun, pihak ketiga yang relevan juga dapat mengajukan penghapusan merek terdaftar ke pengadilan komersial melalui proses pengadilan yang terakhir terdaftar atau digunakan.

Sebuah Merek dapat memenuhi kebutuhan produsen untuk mempermudah para konsumen, dalam hal memberikan suatu pembeda atau tanda pengenal antara satu produk dengan produk lainnya.

²⁰ Agus Mardianto, *PENGHAPUSAN PENDAFTARAN MEREK BERDASARKAN GUGATAN PIHAK KETIGA* <<http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/viewFile/137/85>> [accessed 18 February 2019].

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa merek memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan perdagangan barang atau jasa, karena bidang yang sama melibatkan sejumlah besar produk atau layanan, sehingga dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah membedakan produk ini dalam dunia persaingan bebas. Melihat betapa kuat dan pentingnya peran merek, merek itu sendiri melekat pada perlindungan hukum, yang terkait dengan hak-hak individu dan badan hukum.

3. Tinjauan Umum Tentang Distributor

a. Definisi Distributor

Berdasarkan kepada aturan dalam Pasal 1319 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), arti distributor dapat dikelompokkan ke dalam peraturan mengenai perjanjian yang tidak bernama (*innominaat*).²¹ Dalam KUH Perdata memiliki berapa ketentuan yang mengurus mengenai perjanjian bernama yang sebagaimana telah dinyatakan dalam Pasal 1338 bahwa:

“ Semua perikatan yang dibuat sesuai dengan Undang-Undang maka berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

Distributor adalah orang yang mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen dengan jalan cara yaitu membeli, menyimpan, dan memasarkan. Segala sesuatu yang berkaitan dengan properti dealer adalah tanggung jawabnya sendiri.

²¹ Ari Wahyudi, 'Aspek Hukum Perjanjian Distributor' <<http://jhp.ui.ac.id/index.php/home/article/viewFile/150/88>> [accessed 15 February 2019].

Distributor juga berhak untuk secara bebas memasarkan atau menjual beberapa produk lain tanpa izin pabrik. Karena semua risiko ditanggung oleh dealer.

Berdasarkan penyalurannya, distributor terbagi menjadi beberapa jenis yaitu antara lain sebagai berikut:²²

1. Distributor adalah produsen yang menyediakan produk mereka langsung ke konsumen. Contoh: Petani sayur menjual produk mereka langsung ke konsumen.
2. Distributor tidak langsung adalah mereka yang mendistribusikan produk melalui grosir, agen, pengecer, dan akhirnya ke konsumen. Contoh: Pabrik ban tidak dapat menjual barangnya langsung ke konsumen, tetapi menjualnya melalui perantara seperti agen atau pengecer. Akhirnya dibagikan kepada konsumen.

B. Landasan Yuridis

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

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016 yang dimana telah diresmikannya pada tanggal 25 November 2016, dan termuat dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252 (LN), yang disalin sesuai dengan keasliannya oleh Kementerian Sekretaris Negara Republik Indonesia.

²² Lex Privatum, 'Perjanjian Keagenan Dan Distributor Dalam Perspektif Hukum Perdata', 2015.

Undang-Undang ini disahkan sebagai pengganti dari yang sudah terlebih dahulu ada dan dipakai sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dikarenakan sudah tidak lagi sejalan dengan peraturan dalam penyelenggaraan yang ada sekarang.

Beberapa hal yang mengalami perubahan antara lain judul, perluasan tipe merek, perubahan alur dalam proses pendaftaran merek, dan juga ketentuan pidana. Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis secara yuridis menitikberatkan beberapa kemudahan diantaranya biaya serta jangka waktu proses pendaftaran merek yang lebih terjangkau dan efisien, dan juga diperluasnya objek jenis barang yang akan didaftarkan karena dapat mendaftarkan merek-merek yang bersifat non-konvensional.

Adapun beberapa pasal berdasar UU Merek yang hendak digunakan dalam menjalankan penelitian ini ialah sebagai berikut:

a) Pasal 1 ayat 1

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

b) Pasal 2 ayat 3

“Merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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.”

c) Pasal 3

“Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar.”

d) Pasal 21

“Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

- a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis
- b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dari/atau jasa sejenis
- c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
- d. Indikasi Geografis terdaftar.

(1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:

- a) merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak
- b) merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
- c) merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

(2) Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik.

(3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan Permohonan Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.”

e) Pasal 35

- (1) *“Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan.*
- (2) *Jangka waktu perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.*
- (3) *Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diajukan secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya.*
- (4) *Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) masih dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.”*

f) Pasal 36

“Permohonan perpanjangan disetujui jika Pemohon melampirkan surat pernyataan tentang:

- a. *Merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana dicantumkan dalam sertifikat Merek tersebut; dan*
- b. *barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam huruf a masih diproduksi dan/ atau diperdagangkan.”*

2. Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun

2016 Tentang Pendaftaran Merek

Peraturan Menteri ini mulai diberlakukan terhitung sejak Januari 2017. Di dalam Permenkumham ini terdapat point-point penting terkait daftarnya merek, diantaranya permohonan yang disampaikan pada menteri penyelenggara pengurus pemerintahan didalam bidang hukum, tanggal permohonan yang sudah memenuhi persyaratan minimum, syarat apa saja yang

dibutuhkan terkait proses permohonan merek itu sendiri, dan juga mengenai hal penolakan permohonan.

Adapun beberapa pasal yang hendak dipergunakan dalam menjalankan penelitian yakni berikut ini:

a) Pasal 1 Permenkumham Pendaftaran Merek

- (1) *“ Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.*
- (2) *Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.*
- (3) *Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. ”*

b) Pasal 2 Permenkumham Pendaftaran Merek

“ Ruang lingkup Peraturan Menteri ini terdiri atas:

- a. Syarat dan tata cara permohonan;*
- b. Kelas barang atau jasa;*
- c. Penolakan Permohonan;*
- d. Perbaikan sertifikat Merek terdaftar;*
- e. Syarat dan tata cara permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan Merek terdaftar;*
- f. Syarat dan tata cara permohonan pencatatan perubahan nama dan/atau alamat;*
- g. Syarat dan tata cara permohonan pencatatan pengalihan Hak atas Merek; h. permohonan pendaftaran Merek Kolektif; dan i. petikan resmi sertifikat.”*

c) Pasal 3 Permenkumham Pendaftaran Merek

(1) *“Permohonan diajukan dengan mengisi formulir rangkap 2 (dua) dalam bahasa Indonesia oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri.*

(2) *Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:*

- a. *Tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;*
- b. *Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;*
- c. *Nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;*
- d. *Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas;*
- e. *Label Merek;*
- f. *Warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna; dan*
- g. *Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.”*

C. Landasan Teoritis

1. Teori Perlindungan Hukum

Ahli Satjipto Rahardjo menyatakan bahwa menurutnya suatu hukum lahir dan diberlakukan dalam hidup masyarakat yakni sebagai intregasi dan kordinasi terhadap kepentingan yang memiliki kemungkinan untuk dapat berbentrok antar sesamanya.²³ Kordinasi antar tiap keperluan itu diberlakukan dengan memberi batas dan perlindungan atas keperluan itu sendiri.

Hukum memberi kekuatan untuk menggunakan hak dan kepentingannya, sehingga melindungi kepentingan individu. Pemberian kekuasaan, atau biasa disebut sebagai hak, dilakukan dengan cara yang terukur, luas dan mendalam.

²³ Ari Wahyudi, ‘Aspek Hukum Perjanjian Distributor’.

Pada tahun 1945, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD 1945) memberikan perlindungan hukum bagi setiap warga negara Indonesia tanpa kecuali, karena setiap produk yang dihasilkan oleh legislatif harus selalu memberikan perlindungan hukum bagi semua orang, dan bahkan harus dapat menangkap perkembangan di masyarakat. Keinginan hukum dan keadilan. Ini bisa dilihat dalam regulasi status hukum yang sama dari setiap warga negara. Di Republik Indonesia Serikat (NKRI), konsep perlindungan hukum tidak dapat dipisahkan dari perlindungan hak asasi manusia, tetapi konsep aturan hukum, istilah yang menerjemahkan dua istilah dan aturan hukum.

Berdasar kepada penjelasan dalam UUD 1945 sebelum adanya amandemen disebutkan bahwa, “Negara Indonesia berdasar atas hukum (*rechtsstaat*), tidak berdasarkan kekuasaan belaka (*machtsstaat*)”. Teori ini memberi contoh cita-cita negara hukum yang terkandung dalam UUD 1945, bukan hanya negara yang berdasarkan hukum apa pun. Hukum yang didambakan bukan hanya hukum yang didasarkan pada keputusan kekuasaan, tetapi dapat mencerminkan kekuatan absolut atau otoriter, karena itu bukan hukum yang adil dan tidak dapat digunakan sebagai dasar nilai keadilan sosial. Keberadaan perlindungan hukum tentu saja tidak dapat dipisahkan dari gagasan memberikan pengakuan hak asasi manusia.