

Perlindungan Hukum Produk Barang dan Jasa melalui Pendaftaran Merek

Septi Indrawati^{1*}

¹Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, Indonesia

*email: septi@umpwr.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.37729/amnesti.v5i2.4947>

Submitted: Juni 2023

Revision: Juli 2023

Accepted: Agustus 2023

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Perlindungan
Hukum, Barang dan
Jasa, Merek*

Dalam dunia perdagangan, merek sebagai salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) mempunyai peranan yang penting karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa. Merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan merek membuat harga suatu produk menjadi mahal. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum atas merek dalam perdagangan barang dan jasa. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana prosedur pendaftaran, bagaimana perlindungan hukum hak atas merek terdaftar, serta bagaimana perlindungan hukum atas merek dalam proses perdagangan barang dan jasa. Pendaftaran merek merupakan alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis. Hak atas merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar. Karena itu, pihak lain tidak dapat menggunakan merek terdaftar tanpa seizin pemiliknya. Merek sebagai aset perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan besar bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan manajemen yang baik. Dengan semakin pentingnya peranan merek ini maka terhadap merek perlu diletakkan perlindungan hukum yakni sebagai obyek yang terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk menjamin perlindungan hukum atas merek dalam proses perdagangan

barang dan jasa, maka para pemilik merek diharapkan dapat mendaftarkan mereknya guna mendapatkan kepastian hukum.

ABSTRACT

Keywords:

Legal Protection,
Good and Services,
Trademark

In the world of trade, brands as a form of intellectual property rights have an important role because brands are used to distinguish the origin of goods and services. A brand can be a very commercially valuable asset and a brand makes a product expensive. This study aims to provide legal protection for brands in the trade in goods and services. The research method used is normative juridical. The results of the study show how the registration procedure is, how is the legal protection of rights to registered marks, and how is the legal protection of trademarks in the process of trading in goods and services. Trademark registration is legal evidence of a registered mark. Trademark registration is useful as a basis for rejection of a mark that is the same in its entirety or is essentially the same as applied for by another person for similar goods or services. The right to a mark is a special right granted by the state to the owner of a registered mark. Therefore, other parties cannot use the registered mark without the permission of the owner. Brands as company assets will be able to generate large profits if they are utilized by paying attention to business aspects and good management. With the increasing importance of the role of this mark, it is necessary to put legal protection on the mark, namely as an object related to the rights of individuals or legal entities. From this research, it can be concluded that in order to guarantee legal protection of trademarks in the process of trade in goods and services, trademark owners are expected to register their trademarks in order to obtain legal certainty.

1. PENDAHULUAN

Dalam perdagangan barang atau jasa, merek sebagai salah satu bentuk karya intelektual yang penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Merek memiliki nilai yang strategis dan penting bagi produsen maupun konsumen. Penggunaan merek merupakan kunci dari suksesnya menggiatkan usaha perdagangan yang dilakukan oleh suatu korporasi dalam memenangkan persaingan usaha di pasar yang menjadi target dimana produk tersebut didistribusikan (Indrawati & Amnesti, 2019). Selain itu, fungsi dari merek sendiri merupakan selain dari suatu aspek dari hasil karya intelektual yang memiliki nilai ekonomis juga merupakan suatu simbol atau tanda yang menjadikan penanda dari suatu produk yang dihasilkan oleh suatu badan usaha ataupun perusahaan sehingga dapat dikenali oleh

masyarakat selaku konsumen atas produk tersebut (Indrawati & Setiawan, 2020).

Bagi konsumen, merek selain mempermudah pengidentifikasian juga menjadi simbol harga diri. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan pilihan barang dari merek tertentu, cenderung menggunakan barang dengan merek tersebut seterusnya dengan berbagai alasan karena sudah mengenal lama, terpercaya, kualitas produknya, dan lain-lain. Sehingga fungsinya merek sebagai jaminan kualitas semakin nyata, khususnya terkait dengan produk-produk bereputasi. Dari merek yang memiliki reputasi yang baik tersebut setidaknya mendapatkan perlindungan yang mumpuni guna menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dalam rangka pengakomodiran penggunaan merek pada suatu produk dagang.

Dalam dunia perdagangan sendiri setidaknya terdapat pengkategorian dari merek-merek dagang, pengkategorian tersebut merupakan bentuk tingkat level dari terkenalnya suatu merek oleh konsumen, tingkat merek tersebut diantaranya adalah merek yang memiliki standaritas pengenalan biasa (*normal mark*), selanjutnya merek dengan standaritas pengenalan terkenal (*well-known mark*) dan yang ketiga yaitu merek dengan standaritas pengenalan termasyhur (*famous mark*) (Lobo & Wauran, 2021). Dari ketiga pengkategorian merek tersebut sejatinya memiliki kedudukan yang berbeda di pandangan masyarakat atas sikap konsumerisme dari produk dagang yang memiliki reputasi pengenalan merek yang berbeda-beda pula menurut 3 standaritas pengenalan merek tersebut.

Merek dagang dari suatu produk dengan jenis barang ataupun jasa tertentu sudah menjadi terkenal dengan statusnya di masyarakat sebagai bentuk hirarkis kedudukan suatu produk di mata pelanggannya (Sukro, n.d.), dari hal itu dan ketiga kategori tersebut juga membuat para pelaku usaha memacu aktivitas bisnisnya dalam meningkatkan level dan status merek dagang mereka di mata masyarakat sehingga menjadikan merek tersebut termasyhur dan meningkatkan produksi atas suatu barang dan jasa. Kebutuhan adanya perlindungan hukum terhadap merek semakin berkembang dari masa ke masa setelah berkembang dan bervariasi juga bentuk pelanggaran atas merek dagang tersebut dalam dimensi persaingan usaha tidak sehat oleh pelaku usaha perdagangan.

Reputasi tinggi yang dimiliki oleh merek dagang terkenal (*well-known or famous mark*) tersebut dapat memicu tindakan-tindakan pelanggaran merek,

seperti terjadinya pemalsuan merek (Riviyusnita & Kesuma, 2021). Oleh karena itu, permasalahan tentang perlindungan hukum atas merek menjadi menarik untuk dibahas, mengingat dunia akan terus berkembang, dan didalamnya merek mempunyai peran yang cukup diperhitungkan khususnya dalam proses perdagangan barang dan jasa di era global.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian yuridis normatif, yaitu dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka untuk menemukan aturan hukum, prinsip hukum maupun doktrin hukum guna menjawab permasalahan yang ada (Marzuki, 2011). Bahan-bahan hukum yang digunakan diperoleh dari penelitian kepustakaan dan terdiri dari bahan-bahan hukum primer, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bahan-bahan hukum sekunder yaitu literatur-literatur, karya-karya ilmiah hukum.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Prosedur Pendaftaran Merek di Indonesia

Merek adalah bagian penting dalam kegiatan usaha yang merupakan aset berharga bagi perusahaan. Merek adalah identitas produk yang menggambarkan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan sehingga merek menjadi faktor yang sangat penting dalam proses pemasaran barang dan jasa. Oleh karena itu, pengusaha perlu mendaftarkan merek dagang dan jasa mereka agar mendapatkan perlindungan hukum dari negara sehingga dapat menghindari plagiarisme terhadap merek yang dimiliki (Indrawati & Rachmawati, 2021).

Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek (Semaun, 2016). Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Direktorat Jendral HKI adalah instansi pendaftaran merek yang ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek. Pendaftaran merek dilakukan dengan memenuhi syarat-syarat sebagaimana telah ditentukan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

Proses pendaftaran merek berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 adalah sebagai berikut:

- a. Pemohon atau kuasanya mengisi dan menandatangani formulir permohonan pendaftaran, melampirkan, paling sedikit, dokumen bukti pembayaran, surat pernyataan kepemilikan merek, dan label merek serta mengajukannya ke Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Menkumham);
- b. Permohonan pendaftaran merek yang telah diterima Menkumham kemudian diperiksa formalitas kelengkapannya;
- c. Apabila ada kekurangan kelengkapan persyaratan, maka dalam jangka waktu 30 hari kerja sejak tanggal penerimaan permohonan, pemohon atau kuasanya diberi waktu untuk melengkapinya dalam jangka waktu 2 bulan sejak tanggal pengiriman surat pemberitahuan untuk melengkapi persyaratan;
- d. Apabila tidak dilengkapi sampai dengan jangka waktu habis, permohonan dianggap ditarik kembali;
- e. Permohonan yang telah memenuhi persyaratan minimum diberikan tanggal penerimaan dan dalam waktu paling lama 15 hari kerja sejak tanggal penerimaan, permohonan merek akan memasuki tahap pengumuman dalam berita resmi merek;
- f. Permohonan merek memasuki tahap pengumuman selama 2 bulan, dan setiap pihak bisa mengajukan keberatan/oposisi secara tertulis kepada Menkumham atas permohonan tersebut disertai dengan alasannya;
- g. Alasan tersebut adalah merek yang dimohonkan pendaftarannya adalah merek yang menurut UU MIG tidak dapat didaftar atau harus ditolak. Dalam jangka waktu 14 hari kerja sejak tanggal penerimaan keberatan, salinan keberatan dikirimkan ke pemohon atau kuasanya;
- h. Jika ada keberatan/oposisi, maka pemohon atau kuasanya berhak mengajukan sanggahan terhadap keberatan paling lama 2 bulan sejak tanggal pengiriman salinan keberatan dari Menkumham.

3.2 Perlindungan Hukum Hak atas Merek Terdaftar

Merek merupakan suatu tanda pengenal dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis dan sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibandingkan dengan produk barang atau jasa sejenis yang dibuat pihak lain. Merek tersebut bisa merek dagang atau bisa juga merek jasa. Merek dagang diperuntukkan sebagai pembeda bagi barang-barang yang sejenis yang dibuat perusahaan lain, sedangkan merek jasa diperuntukkan sebagai pembeda pada

perdagangan jasa yang sejenis (Arifin & Iqbal, 2020). Seseorang dengan melihat, membaca atau mendengar suatu merek, seseorang sudah dapat mengetahui secara persis bentuk dan kualitas suatu barang atau jasa yang akan diperdagangkan oleh pembuatnya.

Merek mempunyai masa berlaku selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang lagi dengan jangka waktu yang sama 10 (sepuluh) tahun. Proses perpanjangan merek dapat dilakukan langsung oleh pemilik merek atau kuasanya baik melalui elektronik maupun non elektronik. Proses perpanjangan dapat dilakukan 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya masa berlakunya merek, dan 6 (enam) bulan sejak masa berlakunya merek habis dengan membayar denda yang telah ditetapkan. Perlindungan hukum yang diberikan oleh negara terhadap hak atas merek meliputi perlindungan merek dalam negeri maupun merek luar negeri sebagaimana tersebut dalam prinsip timbal balik, dimana setiap anggota wajib memberikan perlindungan yang sama terhadap kekayaan intelektual warga anggota lain seperti perlindungan yang diberikan kepada anggotanya sendiri.

Menurut Pasal 2 ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Merek yang dilindungi terdiri atas tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimerisi, 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.

Hal lain yang sangat penting dalam perlindungan merek adalah bahwa merek tidak dapat didaftarkan atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik. Ukuran iktikad baik ini menjadi ukuran yang sulit untuk diukur secara kasat mata, bahkan seringkali sengketa muncul karena niat buruk untuk mendaftarkan merek dengan ciri-ciri yang mirip atau bahkan sama dengan cara memalsukan merek dan desain bungkusnya. Oleh karena itu, pendaftaran dengan iktikad baik ini merupakan salah satu upaya melindungi merek terkenal. Lebih lanjut Undang-undang merek juga telah berupaya memberikan perlindungan bagi merek terkenal yang mengatur bahwa permohonan harus ditolak apabila: (a) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang telah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa yang sejenis, (b) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang terkenal milik pihak lain atau barang dan/atau jasa yang sejenis.

Adanya perlindungan hukum adalah sebagai bentuk telah bekerjanya fungsi hukum yang harus memberikan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Berlakunya perlindungan hukum atas merek terdaftar akan mendorong investasi dan meningkatkan kepercayaan investor dalam menjalankan usahanya di Indonesia. Jika perlindungan hukum atas merek terdaftar tidak berjalan maka minat investor dalam menanamkan modal dan menjalankan usahanya di Indonesia akan melemah, dan ini sangat tidak menguntungkan bagi perekonomian Indonesia.

Alasan mengapa Hak Kekayaan Intelektual (HKI) perlu dilindungi oleh hukum sebagai berikut:

- a. Alasan yang “bersifat non ekonomis”, menyatakan bahwa perlindungan hukum akan memacu mereka yang menghasilkan karya-karya intelektual tersebut untuk terus melakukan kreativitas intelektual. Hal ini akan meningkatkan self actualization pada diri manusia. Bagi masyarakat hal ini akan berguna untuk meningkatkan perkembangan hidup mereka.
- b. Alasan yang “bersifat ekonomis”, adalah untuk melindungi mereka yang melahirkan karya intelektual tersebut berarti yang melahirkan karya tersebut mendapat keuntungan materiil dari karya-karyanya. Di lain pihak melindungi mereka dari adanya peniruan, pembajakan, penjiplakan maupun perbuatan curang lainnya yang dilakukan oleh orang lain atas karya-karya yang berhak.

3.3 Perlindungan Hukum atas Merek dalam Proses Perdagangan Barang dan Jasa

Merek mempunyai peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan penanaman modal. Merek dengan *brand imagenya* dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas dari suatu produk. Di Indonesia, hak atas merek didasarkan atas pemakaian pertama dari merek tersebut. Bagi mereka yang mendaftarkan mereknya dianggap oleh undang-undang sebagai pemakai merek pertama dari merek tersebut (Marwiyah, 2010).

Sistem pendaftaran merek di Indonesia adalah cara pendaftaran dengan pemeriksaan terlebih dahulu ke Dirjen HKI. Maksudnya sebelum didaftarkan, merek tersebut terlebih dahulu diperiksa mengenai merek itu sendiri dan suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah

memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalitas maupun substantif yang telah ditentukan oleh Undang-Undang Merek, yaitu tentang adanya pembeda.

Bentuk perlindungan merek ada dua macam (Faradz, 2008). *Pertama*, perlindungan hukum preventif merupakan sebuah bentuk perlindungan yang mengarah pada tindakan yang bersifat pencegahan. Tujuannya adalah meminimalisasi peluang terjadinya pelanggaran merek dagang. Langkah ini difokuskan pada pengawasan pemakaian merek, perlindungan terhadap hak eksklusif pemegang hak atas merek dagang terkenal asing, dan anjuran-anjuran kepada pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya agar haknya terlindungi.

Adapun faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam upaya preventif adalah faktor hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 bertujuan untuk lebih memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek. Selanjutnya faktor aparat Direktorat Merek. Aparat Direktorat Merek, Direktorat Jenderal HKI bertugas untuk memeriksa permohonan pendaftaran merek. Hal yang paling mendasar yang perlu dicermati oleh aparat Direktorat Merek yaitu: Terjadinya pendaftaran suatu merek tertentu yang sama dan menyerupai dengan merek terkenal milik pihak lain dapat terjadi, salah satunya disebabkan kelemahan dari aparat Direktorat Merek dalam melakukan proses filterisasi di awal pengajuan merek tersebut oleh masyarakat. Kemudian penguasaan bahasa asing di lingkungan aparat Direktorat Merek perlu terus ditingkatkan, persoalan ini menjadi problematika tersendiri ketika dilakukan pemeriksaan merek, penguasaan teknologi di era sekarang ini juga harus menjadi bahan perhatian serius Direktorat Merek seperti Penggunaan internet online kepada masyarakat tentunya sangat memudahkan bagi pihak yang ingin melakukan pendaftaran merek untuk segera dapat mengetahui apakah merek yang akan didaftarkannya tersebut telah dimiliki oleh pihak lain atau belum.

Kedua, perlindungan hukum represif. Perlindungan represif adalah perlindungan yang dilakukan untuk menyelesaikan atau menanggulangi suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi, yaitu berupa pelanggaran hak atas merek. Dengan demikian peranan lebih besar berada pada lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya seperti Kepolisian, Pejabat Pegawai Negeri Sipil (PPNS), dan Kejaksaan untuk melakukan penindakan terhadap pelanggaran merek. Dalam perlindungan hukum yang sifatnya represif, maka pemberian sanksi yang jelas dan tegas bagi pelaku pelanggaran merek sesuai dengan Undang-Undang Merek yang berlaku, juga harus dilaksanakan oleh aparat

penegak hukum secara konsisten. Ini akan memberikan jaminan kepastian hukum khususnya bagi pemegang hak atas merek terkenal.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar dan sesuai dengan sistem pendaftar *first to file principle*. Yang artinya, merek yang didaftar adalah yang memenuhi syarat dan sebagai yang pertama. Merek merupakan suatu tanda pengenal dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis dan sekaligus merupakan jaminan mutunya bila dibandingkan dengan produk barang atau jasa sejenis yang dibuat pihak lain. Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Direktorat Jenderal HKI adalah instansi pendaftaran merek yang ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek. Merek mempunyai masa berlaku selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang lagi dengan jangka waktu yang sama 10 (sepuluh) tahun. Proses perpanjangan merek dapat dilakukan langsung oleh pemilik merek atau kuasanya baik melalui elektronik maupun non elektronik. Proses perpanjangan dapat dilakukan 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya masa berlakunya merek, dan 6 (enam) bulan sejak masa berlakunya merek habis dengan membayar denda yang telah ditetapkan. Pengaturan mengenai perpanjangan merek diatur dalam Pasal 35, 36, 37, 38, 39 dan 40 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Adapun yang menjadi syarat dalam proses perpanjangan merek sebagaimana diatur dalam Pasal 36 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 adalah bahwa merek harus dipergunakan sebagaimana tercantum dalam sertifikat merek, artinya penggunaan merek barang/jasa harus sesuai dengan sertifikat dalam merek. Adanya perlindungan hukum adalah sebagai bentuk telah bekerjanya fungsi hukum yang memberikan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Berlakunya perlindungan hukum atas merek terdaftar akan mendorong investasi dan meningkatkan kepercayaan investor dalam menjalankan usahanya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47–65.
- Faradz, H. (2008). Perlindungan Hak Atas Merek. *Jurnal Dinamika Hukum*, 8(1), 38–43.
- Indrawati, S., & Amnesti, S. K. W. (2019). Perlindungan Hukum Merek Pada Produk Usaha Kecil di Kabupaten Kebumen. *Amnesti: Jurnal Hukum*, 1(1), 29.
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231–241.
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Extension of Legal Awareness for the Protection of UMKM Product in Kebumen Regency through Trademark Registration. *Surya Abdimas*, 4(2), 37–43.
- Lobo, L. P., & Wauran, I. (2021). Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) dalam Hukum Merek Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 50(1), 70–83.
- Marwiyah, S. (2010). Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal. *De Jure, Jurnal Syariah Dan Hukum*, 2(1), 39–50.
- Marzuki, P. M. (2011). *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Media Group.
- Riviyusnita, R., & Kesuma, D. A. (2021). Perlindungan Hukum Merek Asing Terkenal Terhadap Peniruan Merek Ynag Menyebabkan Persaingan Curang Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek. *Disiplin : Majalah Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Sumpah Pemuda*, 27(2), 74–83.
- Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa. *Jurnal Hukum Diktum*, 14(1), 107–123.
- Sukro, Y. (n.d.). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Terkenal Atas Tindakan Passing Off Pada Praktek Persaingan Usaha. *Syiar Hukum Jurnal Ilmu Hukum*.

