

**PERLINDUNGAN MEREK BAGI PEMEGANG HAK MEREK DITINJAU DARI  
UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK****YAYUK SUGIARTI****Dosen Fakultas Hukum Universitas Wiraraja Sumenep****Yayuksugiarti66@yahoo.co.id****ABSTRAK**

Setiap merek menampilkan wujud reputasi yang bernilai moral, material, dan komersial. Reputasi yang melekat pada merek merupakan suatu bentuk hak milik. Reputasi dalam dunia usaha yang dipandang sebagai kunci bagi sukses atau tidaknya suatu bisnis, khusus mengenai pelanggaran merek dari tahun ketahun makin meningkat dan tidak dapat dibendung lagi oleh aturan-aturan yang ada. Agar hal-hal tersebut tidak terjadi, tentunya diperlukan perlindungan khusus terhadap karya hakcipta yang berupa Merek.

Beberapa permasalahan yang diangkat dalam penulisan skripsi ini ialah upaya penyelesaian sengketa bagi pelanggaran pemegang hak merek dan perlindungan hukum bagi pemegang hak merek menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini ialah untuk mengetahui sebuah upaya penyelesaian sengketa bagi pelanggaran hak merek dan untuk mengetahui lebih jauh pentingnya perlindungan hukum terhadap hak merek.

**Kata kunci:** *Perlindungan Hak Merek.*

**A. PENDAHULUAN**

Merek berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya sebagai alat promosi sehingga dalam mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya sebagai jaminan atas mutu barangnya menunjukkan asal barang atau jasa yang dihasilkan.

Objek atas merek adalah karya-karya seseorang yang berupa tanda, baik tulisan, gambar, kombinasi tulisan dan gambar yang diciptakan dengan tujuan

untuk membedakan barang yang satu dengan yang lain tetapi yang sejenis.

Setiap merek menampilkan wujud reputasi yang bernilai moral, material, dan komersial. Reputasi yang melekat pada merek merupakan suatu bentuk hak milik. Reputasi dalam dunia usaha yang dipandang sebagai kunci bagi sukses atau tidaknya suatu bisnis, dimana banyak pengusaha yang berlomba-lomba untuk memupuk ataupun menjaga reputasinya dengan menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan. Bagi para pedagang atau pengusaha, merek merupakan salah satu media untuk memperoleh reputasi baik dan kepercayaan dari konsumen. Selain itu, perusahaan pencetus merek tersebut

dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dengan merek yang telah dipakai oleh perusahaan tersebut. Apabila suatu produk tidak memiliki merek, tentu produk tersebut tidak akan dikenal oleh konsumen.

Hal ini tentu tidak memberikan keuntungan bagi pihak perusahaan. Merek baik secara langsung maupun tidak langsung mewakili kualitas, imej, atau reputasi suatu produk. Oleh karena itu, merek mempunyai posisi penting bagi berkembangnya usaha atau bisnis para pedagang atau pengusaha yang terbaik bagi konsumen. Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk barang atau jasa yang ada di dalam pasaran.

Melalui merek, masyarakat sebagai konsumen akan dengan mudah mengenali suatu produk perusahaan tertentu. Merek biasanya dicantumkan pada barang atau pada kemasan atau bungkusan barang yang dijual atau dicantumkan secara tertentu pada hal-hal yang terkait dengan jasa yang dijual.

Hukum merek berfungsi melindungi pemilik merek tersebut dari pihak lain yang hendak mengambil keuntungan dengan cara tidak jujur. Dengan adanya Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek diharapkan dapat memenuhi kebutuhan para pedagang atau pengusaha atas adanya perlindungan

terhadap hak kekayaan intelektual (dalam hal ini merek) untuk memproduksi barang atau jasa sebagai komoditi dagang.

Saat ini Indonesia telah mempunyai Undang-undang Merek terbaru yaitu Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 yang diundangkan pada tanggal 1 Agustus 2001 seiring dengan telah diratifikasinya Konvensi Pembentukan *World Trade Organization* (WTO). Undang-undang ini menggantikan Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.

Setelah Undang-undang tersebut berlaku, pemerintah pun segera melakukan tindakan pembenahan dalam setiap hal yang berkaitan dengan merek. Hal ini untuk memberikan pelayanan bagi para pengusaha atau pedagang agar dalam mengembangkan usahanya, mereka memperoleh perlindungan hukum atas tenaga, pikiran, waktu dan biaya yang telah mereka korbankan dalam rangka membangun suatu reputasi perusahaan dalam wujud merek.

Di dalam konteks negara Indonesia, perlindungan hukum di bidang-bidang HAKI yang telah di atur dalam hukum Indonesia meliputi rahasia Dagang ( Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000,

Desain Industri (Undang-undang Nomor 31 Tahun 2000), Hak Paten (Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001), Hak Merek ( Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001), Hak Cipta (Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002), (Undang-undang HAKI, Tahun 2004.

Setelah Undang-undang tersebut berlaku, pemerintah pun segera melakukan tindakan pembenahan dalam setiap hal yang berkaitan dengan merek. Hal ini untuk memberikan pelayanan bagi para pengusaha atau pedagang agar dalam mengembangkan usahanya, mereka memperoleh perlindungan hukum atas tenaga, pikiran, waktu dan biaya yang telah mereka korbakan dalam rangka membangun suatu reputasi perusahaan dalam wujud merek.

Berbeda dengan hak cipta, merek harus didaftarkan terlebih dahulu di dalam Daftar Umum Merek. Agar setiap produsen atau pengusaha atau pedagang mempunyai jaminan perlindungan hukum terhadap hak atas merek barang dagangannya, Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mewajibkan merek tersebut didaftarkan. Dengan terdaftarnya merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-undang tersebut, barulah pemegang merek akan diakui atas kepemilikan merek produk dagangannya. Hal ini sesuai dengan prinsip yang dianut oleh Undang-undang Merek Indonesia, yakni. Pertama untuk

mangajukan, bukan datang pertama, kelur datang prinsip. Berdasarkan prinsip tersebut, maka seseorang yang ingin memiliki hak atas merek harus melakukan pendaftaran atas merek yang bersangkutan.

Agar setiap produsen atau pengusaha atau pedagang mempunyai jaminan perlindungan hukum terhadap hak atas merek barang dagangannya, Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mewajibkan merek tersebut didaftarkan. Dengan terdaftarnya merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-undang tersebut, barulah pemegang merek akan diakui atas kepemilikan merek produk dagangannya. Hal ini sesuai dengan prinsip yang dianut oleh Undang-undang Merek Indonesia, yakni *first to file principle*, bukan *first come, first out principle*. Berdasarkan prinsip tersebut, maka seseorang yang ingin memiliki hak atas merek harus melakukan pendaftaran atas merek yang bersangkutan (Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin. 2004: 85)

Ada beberapa faktor yang melatar belakangi para pedagang atau pengusaha tersebut mendaftarkan merek atas produknya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Demikian pula beberapa faktor yang menghambat para pedagang atau pengusaha tersebut mendaftarkan merek atas produknya

sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Merek sangat penting baik dalam dunia periklanan dan pemasaran. Oleh karena itu, maka suatu produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen bila dilekati dengan suatu merek yang merupakan ciri dari produk yang dijual tersebut. Selain itu, apabila produsen barang tersebut ingin agar merek yang diciptakannya terhindar dari pihak lain yang berperilaku curang terhadap merek dagangannya, maka merek tersebut harus didaftarkan dalam Daftar Umum Merek. Dengan terdaftarnya suatu merek dalam Daftar Umum Merek, maka pemilik merek akan memperoleh hak atas merek yang bersifat eksklusif dari negara.

Berdasarkan pada hal di atas, maka permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut Bagaimanakah upaya perlindungan bagi pemegang merek menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek Serta Bagaimanakah penyelesaian sengketa bagi pelanggaran Merek.

## **B. PEMBAHASAN**

Merek merupakan salah satu wujud karya intelektual seseorang yang dilindungi oleh Undang-undang Merek di Indonesia. Merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-

angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut sebagai identitas dari suatu produk (meliputi ruang lingkup, atribut, kualitas, dan penggunaan) kepada konsumen yang memiliki daya pembeda, yaitu membedakan sebuah produk barang atau jasa yang dihasilkan pihak yang satu dengan pihak yang lain (kompetitor) dengan kriteriakriteria yang ada di dalamnya. Merek tersebut lama-kelamaan dapat menjadi asset dari suatu perusahaan.

Menurut Suteti, Andrian (2009: 98) Perlindungan Merek adalah salah satu bentuk kepastian hokum yang dibutuhkan investor, baik dalam maupun luar negeri.

Setelah Indonesia meratifikasi Konvensi tentang Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia atau *World Trade Organization (WTO)* guna mengesahkan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia atau *Agreement Establishing the WTO*, dilakukan pembenahan dalam berbagai peraturan perundang-undangan tentang Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia.

Lahirnya Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memberikan warna baru dalam dunia usaha di Indonesia. Merek menjadi salah satu unsur penting yang dapat mewakili

produsen untuk memperkenalkan identitas produknya kepada masyarakat luas. Melalui merek dapat digambarkan kualitas masing-masing merek yang dijual. Turut-sertanya Indonesia dalam era globalisasi menimbulkan tingkat persaingan yang semakin meninggi. Dalam persaingan usaha yang cukup ketat, timbul banyak kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menjatuhkan kompetitor usahanya, misalnya dengan melakukan pemalsuan merek atau pemakaian merek milik orang lain secara tanpa izin. Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek yang sebenarnya apabila kualitas yang dijual tidak sama dengan kualitas yang asli. Selain itu juga menimbulkan kebingungan bagi masyarakat luas.

Undang-undang Merek diciptakan guna mengantisipasi hal-hal tersebut di atas. Namun, agar merek tersebut bisa memperoleh perlindungan hukum harus memenuhi persyaratan-persyaratan yang diatur dalam Undang-undang Merek dan peraturan-peraturan lain yang mengatur tentang merek. Merek yang tertera pada kemasan yang dijual di Jalan termasuk merek dagang. Hal ini dikarenakan merek tersebut digunakan dalam rangka memperdagangkan yang dilakukan oleh perseorangan atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum. Merek yang tertera pada kemasan yang dijual

tersebut menjadi pembeda dari produk-produk lainnya. Pengertian merek dagang diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang berbunyi sebagai berikut “Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya”

Hukum merek Indonesia menganut sistem *”first to file”*, sehingga yang mendaftarkan pertama kali adalah yang berhak atas kepemilikan suatu merek. Agar merek-merek tersebut dapat dilindungi hukum, khususnya hukum merek di Indonesia, maka merek tersebut harus didaftarkan ke Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia - Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sehingga terdaftar dalam Daftar Umum Merek dan pemilik merek yang sebenarnya akan mendapat sertifikat merek sebagai tanda bukti hak/kepemilikan atas merek dagang produk. Bila tidak, maka pemilik merek yang sebenarnya akan sulit membuktikan haknya apabila suatu ketika merek tersebut digunakan pihak lain atau digugat oleh pihak lain. Mengenai hak atas merek tersebut diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek berbunyi sebagai berikut.

Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Merek merupakan salah satu wujud karya intelektual seseorang yang dilindungi oleh Undang-undang Merek di Indonesia. Merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut sebagai identitas dari suatu produk (meliputi ruang lingkup, atribut, kualitas, dan penggunaan) kepada konsumen yang memiliki daya pembeda, yaitu membedakan sebuah produk barang atau jasa yang dihasilkan pihak yang satu dengan pihak yang lain (kompetitor) dengan kriteria-kriteria yang ada di dalamnya. Merek tersebut lama-kelamaan dapat menjadi asset dari suatu perusahaan.

Berkembangnya dunia perdagangan yang pesat dan sejalan dengan laju pertumbuhan ekonomi di masing-masing negara, tentunya akan memberikan dampak dibidang perdagangan terutama karena adanya kemajuan di bidang teknologi, informasi, komunikasi dan transportasi yang mana sebagai bidang tersebut merupakan faktor yang memicu

globalisasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI).

Produk atau jasa yang bermerek saling lebih dahulu diiklankan dan dijual, walaupun produk atau jasa tersebut secara fisik belum tersedia di pasaran Negara tertentu. Media penyebaran dan periklanan modern menjadi semakin tidak di batasi oleh batas-batas nasional mengingat canggihnya komunikasi teknologi dan frekuensi orang bepergian atau mengadakan perjalanan melintas dunia. pemilik produk atau jasa yang bermerek banyak memanfaatkan berbagai event-event yang banyak di tonton orang untuk memasarkan merek mereka sehingga orang yang melihat merasa tertarik untuk membeli produk atau menggunakan jasa dari suatu merek yang diiklankan tersebut.

Ditinjau dari aspek hukum masalah merek menjadi sangat penting, sehubungan dengan persoalan perlu adanya perlindungan hukum dan kepastian hukum bagi pemilik atau pemegang merek dan perlindungan hukum terhadap masyarakat sebagai konsumen atas suatu barang atau jasa yang memakai suatu merek agar tidak terkecoh oleh merek-merek lain, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa masalah penggunaan merek terkenal oleh pihak yang tidak berhak, masih banyak terjadi di Indonesia dan kenyataan tersebut benar-benar disadari oleh pemerintah.

Hal itu tidak dapat dilepaskan dari sisi historis masyarakat Indonesia yang sejak dahulu adalah masyarakat agraris, sehingga terbiasa segala sesuatunya dikerjakan dan dianggap sebagai milik bersama, bahkan ada anggapan dari para pengusaha rumah industri bahwa merek adalah mempunyai fungsi sosial. Pada satu sisi keadaan tersebut berdampak positif tetapi pada sisi lain justru yang anggapan demikian itu menyebabkan masyarakat kita sering berpikir kurang ekonomis dan kurang inofatif.

Sebagai Negara penandatangan persetujuan umum tentang tarif dan perdagangan (*General Agreement On Tariff and Trade*) dalam putaran Uruguay (*Uruguay Round*), Indonesia telah meratifikasi paket persetujuan tersebut dengan UU No. 7 Tahun 1994 tentang Ratifikasi Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing The World Trade Organization*). Sejalan dengan itu maka pemerintah membuat kebijakan baru dengan melakukan perubahan dan penyempurnaan UU No. 19 Tahun 1992 dengan UU No. 14 Tahun 1997 dan diubah dan disempurnakan lagi dengan undang undang No. 15 Tahun 2001. Tujuan dari penyempurnaan tersebut tidak lain adalah mengakomodasikan ketentuan-ketentuan yang sudah menjadi komitmen internasional mengenal Hak atas Kekayaan Intelektual.

Di dalam rangka memberikan perlindungan hukum kepada pemilik terdaftar, hakim pengadilan negeri/pengadilan niaga dapat menetapkan penetapan sementara pengadilan. Pasal 80 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa berdasarkan bukti yang cukup pihak yang haknya dirugikan dapat meminta hakim pengadilan niaga untuk menerbitkan surat penetapan sementara tentang :

- a. Pencegahan masuknya barang yang berkaitan dengan pelanggaran hak merek. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mencegah kerugian yang lebih besar pada pihak yang haknya dilanggar, sehingga pengadilan niaga diberi kewenangan untuk menerbitkan kewenangan sementara guna mencegah berlanjutnya pelanggaran dan masuknya barang yang diduga melanggar hak atas merek ke jalur perdagangan termasuk tindakan importisasi.
- b. Penyimpanan alat bukti yang berkaitan dengan pelanggaran merek tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah pihak pelanggar menghilangkan barang bukti. Permohonan penetapan sementara diajukan secara tertulis kepada pengadilan niaga dengan persyaratan sebagai berikut :

- a. Melampirkan bukti kepemilikan merek yaitu sertifikat merek atau surat pencacatan perjanjian lisensi bila pemohon penetapan adalah penerima lisensinya
- b. Melampirkan bukti adanya petunjuk awal yang kuat atas pelanggaran merek
- c. Keterangan yang jelas mengenai jenis barang dan atau dokumen yang diminta, dicari, dikumpulkan dan diamankan untuk keperluan pembuktian
- d. Adanya kekhawatiran bahwa pihak yang diduga melakukan pelanggaran merek akan dapat dengan mudah menghilangkan barang bukti
- e. Membayar jaminan berupa uang tunai atau jaminan bank, yang besarnya harus sebanding dengan nilai barang atau nilai jasa yang dikenai penetapan sementara.

Disamping ada gugatan perdata dalam hal pelanggaran merek dan persaingan curang, menurut Soenandar, Taryana (2007: 92) hukum mengancam barangsiapa yang melakukan kebohongan atau memberikan informasi bohong, atau pernyataan bohong, baik secara lisan maupun secara tertulis, atau bentuk kebohongan lainnya sehingga mendapat izin dari Kantor Paten untuk mendaftarkan merek dan nama perusahaan atau menyatakan dirinya

sebagai pemilik dari merek atau nama perniagaan itu, atau menggunakan merek-merek tersebut.

Sama halnya dengan penyelesaian sengketa paten, penyelesaian sengketa atas hak merek juga dapat dilakukan di luar pengadilan, baik menggunakan arbitrase atau alternative penyelesaian sengketa. Dalam Pasal 84 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dinyatakan bahwa selain penyelesaian gugatan melalui Pengadilan Niaga, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa.

### **C. PENUTUP**

Didalam perlindungan merek merupakan upaya yang dapat menjamin adanya kepastian hukum, sehingga dapat memberikan perlindungan hukum yang bersangkutan atau yang melakukan tindakan hukum. Pelaksanaan perlindungan hukum merek berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, khususnya Pasal 3, yaitu mengenai pemberian hak eksklusif oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek terhadap produk makanan belum dapat terlaksana dengan efektif.

Bagi mereka yang sudah memiliki sertifikat merek mengatakan bahwa mereka merasa lebih tenang dalam menjalankan usahanya ke depan. Selain

itu, dengan adanya sertifikat merek, mereka merasa lebih mudah membuktikan hak atas kepemilikan merek yang mereka gunakan, sehingga dalam usahanya tidak lagi mencemaskan apabila suatu ketika ada yang menggugat merek yang mereka gunakan. Justru bagi mereka, sertifikat merek yang dimiliki bisa dijadikan alat untuk menggugat pihak lain yang dengan tanpa izin memproduksi dan menjual dengan merek yang sama sehingga merugikan konsumen yang sudah menjadi langganan. Sertifikat merek merupakan tanda bukti bahwa merek tersebut telah didaftarkan dalam Daftar Umum Merek.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya. Hak eksklusif ini memberikan jaminan perlindungan hukum atas merek yang mereka gunakan. Hak eksklusif ini melarang produsen lain menggunakan merek dengan tulisan ataupun gambar yang sama pada kemasannya. Akan tetapi hak tersebut tidak diberikan kepada para produsen yang belum memiliki sertifikat merek. Dalam kelanjutan usahanya, merek yang mereka gunakan bisa digunakan oleh orang lain.

Didalam penyelesaian sengketa Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek telah menyediakan 2 (dua) sarana hukum, yang dapat dipergunakan sekaligus untuk menindak

pelaku pelanggaran terhadap hak merek, yakni sarana hukum Pidana dan hukum Perdata. Selaian adanya pidana dan perdata juga penyelesaian dibidang hak merek dapat di lakukan diluar pengadilan melalui arbitrase atau alternative penyelesaian sengketa.

Terhadap pelanggaran hak merek si pelanggaran selain dikenakan sanksi pidana juga secara keperdataannyadapat dituntut oleh pemilik hak merek dan/atau pemegang hak merek yang haknya di langgar. Mereka dapat mengajukan gugatan untuk menuntut ganti rugi kepada pihak yang dianggap melanggar haknya, sehingga hak untuk mengajukan gugatan perdata sama sekali tidak mengurangi hak Negara sehingga untuk melakukan upaya penuntutan pidana atas pelanggaran Merek tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2004, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Suteti, Andrian, 2009, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Soenandar, Taryana, 2007, *Perlindungan Hak Milik Intelektual Di Negara-Negara ASEAN*. Jakarta, Sinar Grafika.
- Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, 2003, Sinar Grafika, Jakarta
- Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Hak Paten, 2003, Sinar Grafika, Jakarta

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001  
Tentang Merek, 2003, Sinar Grafika,  
Jakarta

Undang-undang Perlindungan Hak Atas  
Kekayaan Intelektual, 2004, Citra  
Aditya Bakti, Jakarta