

**PERLINDUNGAN HUKUM HAK ATAS MEREK PERUSAHAAN YANG
DI MERGER MENURUT KONSEPSI UNDANG-UNDANG NOMOR 15
TAHUN 2001 TENTANG MEREK**

DEWI FITRIANINGSI / D 101 09 317

ABSTRAK

Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual yang memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Merek dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang amat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana persaingan bebas.

Kepemilikan merek dapat beralih, salah satunya karena penggabungan atau pengalihan suatu perusahaan yang semula merupakan pemilik merek. Dengan demikian, dengan penggabungan perusahaan tersebut, kepemilikan merek dapat beralih kepada perusahaan-perusahaan tertentu yang memiliki modal pada perusahaan tersebut.

Penggabungan perusahaan atau juga di kenal dengan istilah merger merupakan suatu strategi bisnis yang diterapkan dengan menggabungkan antara dua atau lebih perusahaan yang setuju menyatukan kegiatan operasionalnya dengan basis yang relatif seimbang, karena mereka memiliki sumber daya dan kualitas yang secara bersama-sama dapat menciptakan keunggulan yang relatif lebih kuat.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Merek, Merger.

I.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya perdagangan internasional mengakibatkan adanya kebutuhan untuk

perlindungan merek secara internasional. Perlindungan merek tersebut secara internasional dimulai dengan disetujuinya

Konvensi Paris pada tahun 1883 di Brussels.

Dimana pada tahun tersebut dibentuk sebuah konvensi mengenai hak miliperindustrian, yang kemudian menjadi tonggak sejarah dimulainya perkembangan

peraturan merek secara internasional.¹

Indonesia dalam kacamata masyarakat internasional, merupakan lahan yang subur bagi pelaku bisnis curang dengan melakukan pembajakan, meniru ataupun memakai dari nama merek yang sudah cukup terkenal karena masih lemahnya sistem penegakan hukum atas HKI terutama pada merek, sehingga masyarakat maupun pihak lain menjadi sasaran atas tindakan oknum atau pihak-pihak yang beritikad buruk.

Berkaitan dengan hal tersebut pemegang hak eksklusif atas merek terdaftar merasa masih kurang mendapat perlindungan hukum, padahal merek memegang peranan yang sangat penting sehingga memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai. Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sejalan dengan perjanjian-perjanjian internasional

yang telah di ratifikasi Indonesia, serta pengalaman melaksanakan administrasi merek, diperlukan penyempurnaan Undang-Undang Merek yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 81) sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 31) yang disebut Undang-Undang Merek lama, dengan satu Undang-Undang Merek yang baru yang selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menyatakan bahwa merek merupakan tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Merek yang dilindungi hukum adalah merek yang terdaftar. Sehubungan dengan hal

¹. MuhamadDjumhana, dan R.Djubaedillah,Hak Milik Intelektual (Sejarah,Teori,dan Prakteknya di Indonesia),(edisi revisi) cetakan 11,PT.Citra Aditya Bakti,Bandung,1997,hlm 150.

tersebut di atas, Pasal 3 UU Merek Tahun 2001 menentukan bahwa 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.²

Kepemilikan merek dapat beralih, salah satunya karena penggabungan atau pengalihan suatu perusahaan yang semula merupakan pemilik merek. Dengan demikian, dengan penggabungan perusahaan tersebut, kepemilikan merek dapat beralih kepada perusahaan-perusahaan tertentu yang memiliki modal pada perusahaan tersebut.

² M. Yahya Harahap, Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung 1996, hlm 295.

³ Kartamagatri.wordpress.com/2011/06/22/menilai-keberhasilan-merger-dan-akuisisi-berdasarkan-performansi-perusahaan-2/di akses tgl 07-10-2014

Penggabungan perusahaan atau juga di kenal dengan istilah merger merupakan suatu strategi bisnis yang diterapkan dengan menggabungkan antara dua atau lebih perusahaan yang setuju menyatukan kegiatan operasionalnya dengan basis yang relatif seimbang, karena mereka memiliki sumber daya dan kualitas yang secara bersama-sama dapat menciptakan keunggulan yang relatif lebih kuat.³

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut di atas, maka permasalahan yang akan di kaji dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana status sebuah merek yang dimiliki oleh perusahaan setelah perusahaan tersebut melakukan merger ?
2. Bagaimana bentuk penyelesaian sengketa merek yang terjadi pada suatu perusahaan yang telah melakukan merger ?

II. PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Merek

Perkembangan hukum merek bermula pada abad pertengahan di Eropa pada saat perdagangan dengan dunia luar mulai berkembang. Semula fungsinya hanya untuk menunjukkan asal produk yang bersangkutan berasal. Secara etimologis istilah “merek” berasal dari bahasa Belanda sedangkan dalam bahasa daerah Jawa disebut ciri atau tengger. Dalam bahasa Belanda dikenal juga dengan *Mark*, atau *Brand* dalam bahasa Inggris, diatur dalam UU No. 15 Tahun 2001 yang merupakan perbaikan dan penyempurnaan dari UU No. 14 Tahun 1997 dan UU No. 19 Tahun 1992.⁴ Sejak Indonesia meratifikasikan perjanjian *WTO* dan *TRIPs* yang

merupakan lampirannya, Indonesia harus tunduk kepada aturan yang bersifat global tersebut⁵.

Secara yuridis dapat kita lihat pengertian merek di dalam Pasal 1 (ayat) 1 Undang - Undang No 15 Tahun 2001 dijelaskan bahwa adalah “tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Selain menurut batasan yuridis beberapa sarjana ada juga memberikan pendapatnya mengenai pengertian merek, yaitu:⁶

1. Sudargo Gautama :

“mengatakan bahwa perumusan pada *Paris Convention*, suatu *Trademark* atau merek pada umumnya didefinisikan sebagai

4 Rachmadi Usman, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung, 2003, hlm 9

5 H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, ctk keempat, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, Hlm 9.

6 Pipin Syarifin, Dedah Jubaedah, *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Pustaka Bani Quraisy Bandung, 2004 hlm 167-168.

suatu tanda yang berperan untuk membedakan barang-barang dari suatu perusahaan dengan barang-barang dari perusahaan lain”.

2. R.M.Suryodiningrat :

“mengatakan bahwa barang – barang yang dihasilkan oleh pabrik dengandibungkus dan pada bungkusnya itu dibubuhi tanda tulisan atau perkataan untuk membedakan dari barang sejenis hasil perusahaan lain, tanda inilah yang disebut merek perusahaan“.

Selain menggunakan Konvensi Paris, bidang merek juga membentuk bermacam – macam perjanjian Internasional, yaitu:⁷

1. Perjanjian Madrid 1891: *Madrid Agreement Concerning Repression of False Indications of Origin*. Perjanjian ini berkenaan dengan upaya penindakan terhadap pemalsuan indikasi atau sebutan asli suatu barang.
2. Perjanjian Nice 1957: *Nice Agreement Concerning the International Classification*

⁷Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Rineka Cipta, Bandung, 200, hlm 34.

of Goods and Service to Which Trademarks Apply. Perjanjian ini berkenaan dengan klasifikasi internasional mengenai merek barang atau jasa.

Dalam hubungan ini hak-hak yang timbul dari hak kekayaan intelektual, khususnya hak atas merek suatu produk akan menjadi sangat penting yaitu dari segi perlindungan hukum, karenanya untuk mendirikan dan mengembangkan merek produk barang atau jasa dilakukan dengan susah payah, mengingat dibutuhkannya waktu yang lama dan biaya yang mahal untuk mempromosikan merek agar dikenal dan memperoleh tempat di pasaran. Salah satu cara untuk memperkuat sistem perdagangan yang sehat dalam mengembangkan merek dari suatu produk barang atau jasa, yaitu dengan melakukan perlindungan hukum terhadap pendaftaran merek.

Dalam hal ini, merger dapat dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan dengan jenis merek yang berbeda, sehingga ketika perusahaan itu telah melakukan

penggabungan, maka ada suatu kesepakatan atau suatu perjanjian yang harus disepakati oleh perusahaan - perusahaan yang melakukan merger tersebut, di antaranya merek tersebut dapat berubah nama atau dapat menggunakan kembali merek yang telah ada.

Penggabungan atau merger perusahaan antara satu atau lebih perusahaan dengan bentuk badan hukum yang sama. Menurut pasal 1 angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 1994 mendefinisikan penggabungan sebagai perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu perseroan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perseroan lain yang telah ada dan selanjutnya perseroan yang menggabungkan diri menjadi bubar.

Oleh karena itu, pemerintah melakukan suatu bentuk dukungan dan memfasilitasi akan realisasi pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan membentuk suatu peraturan-peraturan yang akan menjadi

wadah dan pedoman dalam melakukan tindakan korporasi dalam merger ini. Adapun alasan-alasan pokok yang mendasari perusahaan dalam melakukan merger sebagai berikut :⁸

1. Pertumbuhan atau Diversifikasi
2. Sinergi
3. Meningkatkan Dana
4. Menambah ketrampilan manajemen dan teknologi

B. Gambaran Umum Tentang Merger

Merger adalah salah satu strategi ekspansi perusahaan atau restrukturisasi perusahaan dengan cara menggabungkan dua perusahaan atau lebih. Merger dalam bahasa Inggris berarti penggabungan sedangkan dalam bahasa Latin berarti bergabung bersama, menyatu, atau berkombinasi yang menyebabkan hilangnya identitas

⁸<http://hukum.ub.ac.id/wp-content/uploads/2013/05/Jurnal-Lukman-Kardiasa-0810110042.pdf> di Akses tgl 13-10-2014

karena terserap sesuatu. Dalam merger hanya ada satu perusahaan yang di biarkan hidup, sementara perusahaan lainnya di bubarkan tanpa likuidasi.

Merger dapat di gunakan sebagai salah satu pilihan terbaik untuk memperkuat fondasi perusahaan. Dengan melakukan merger, perusahaan – perusahaan dapat menciptakan pemusatan kekuatan ekonomi (sinergi) sehingga dapat memperbesar pangsa pasar sekaligus melakukan efisiensi perusahaan. Secara sederhana, merger dapat di artikan sebagai penggabungan dua perusahaan atau lebih dengan cara tetap mempertahankan berdirinya salah satu perusahaan dan membubarkan perusahaan lainnya. Perusahaan yang di pertahankan pada umumnya adalah perusahaan yang memiliki asset dan pangsa pasar yang lebih besar.

Sebagai contoh, penggabungan tiga perusahaan farmasi pada tahun 2005 yaitu PT Kalbe Farma Tbk, PT Dankos

Laboratories Tbk, dan PT Enseval. Dalam penggabungan ini, badan usaha yang di pertahankan adalah PT Kalbe Farma Tbk, sedangkan kedua perusahaan lainnya di bubarkan. Semua aset dan kewajiban perusahaan yang menggabungkan diri (PT Dankos dan Pt Enseval) selanjutnya akan beralih kedalam PT Kalbe Farma, karena Pt Kalbe Farma dan PT Dankos sudah menjadi perusahaanterbuka yang menjual sahamnya di Pasar Modal Indonesia, proses merger juga wajib dilakukan menurut aturan Badan Pengawasan Pasar Modal (Bapepam).⁹Dengan kata lain, bahwa merger adalah kesepakatan dua atau lebih perusahaan untuk bergabung, yang kemudian hanya ada satu perusahaan yang tetap hidup sebagai badan hukum, sementara yang lainnya menghentikan aktifitasnya atau bubar.

Penggabungan usaha merupakan salah satu strategi

⁹

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl5497/pengalihan-atas-merek>

untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan. Penggabungan dua perusahaan atau lebih akan menjadi lebih mungkin untuk saling menunjang kegiatan usaha. Dengan demikian keuntungan yang di peroleh akan lebih besar di banding jika melakukan usaha sendiri. Penggabungan perusahaan tersebut dalam bentuk merger merupakan salah satu bentuk yang di pilih oleh banyak perusahaan yang bertujuan untuk memenangkan persaingan pasar, merger juga merupakan suatu alternatif untuk perluasan usaha. Adapun jenis – jenis merger, yaitu :

1. Merger Horizontal
2. Merger Vertikal
3. Merger Konglomerat

Selain jenis, merger juga memiliki manfaat, yaitu :

1. Menutup kelemahan finansial
2. Pengikisan menejemen yang tidak efektif
3. Peningkatan penguasaan pasar

C. Tujuan Perusahaan Melakukan Merger

Keberhasilan suatu merger di akui sangat bergantung pada ketepatan analisis dan penelitian yang menyeluruh terhadap faktor-faktor penyalaras atau kompabilitas antara organisasi yang akan bergabung. Di dasarkan atas hal tersebut maka terdapat beberapa faktor yang mendorong suatu perusahaan melakukan merger, yaitu sebagai berikut :¹⁰

1. Faktor pasar dan pemasaran
2. Faktor teknologi
3. Faktor budaya organisasi
4. Faktor keuangan

D. Status Sebuah Merek Yang Di Miliki Oleh Sebuah Perusahaan Setelah

Perusahaan Tersebut Melakukan Merger

Terjadinya penggabungan atau mergernya suatu perusahaan

¹⁰Ridwan Khairandy, Perseroan Terbatas, Doktrin, Peraturan Perundang-Undangan, dan Yurisprudensi, Edisi Revisi, Penerbit Kreasi Total Media, Yogyakarta, 2009, Hlm 291 – 295.

tidak hanya menyangkut aspek bisnis tetapi menyangkut usaha, organisasi, manajemen, keuangan maupun aspek hukumnya. Bagi perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan dan terancam kepailitan, maka perusahaan tersebut dapat memilih untuk menggabungkan perusahaan miliknya dengan perusahaan lainnya, maka dengan memutuskan untuk melakukan penggabungan tersebut suatu perusahaan dapat terhindar dari kesulitan yang di tanggung oleh perusahaan.

Suatu perusahaan dapat melakukan merger atau penggabungan dengan beberapa metode di antaranya, yaitu :¹¹

1. Metode *Statutory Merger*

Beberapa perusahaan yang menerima penggabungan dan perusahaan yang di gabungkan membuat kesepakatan untuk melakukan penggabungan dan setuju untuk menyepakati

perjanjian penggabungan perusahaan (perjanjian Merger).

2. Metode *cash Merger*

Metode ini pada dasarnya adalah pengembangan dari metode pelaksanaan *statutory merger*. Namun, perbedaan antara keduanya adalah dalam metode ini seluruh pemegang saham perusahaan yang di gabungkan menerima kompensasi berupa uang tunai atas saham-saham di perusahaan yang di gabungkan. Metode ini juga menggambarkan bahwa perusahaan sebagai penerima penggabungan tidak memiliki keinginan menerima pemegang saham perusahaan yang di gabungkan beralih menjadi pemegang saham di perusahaan penerima penggabungan.

3. Metode *Triangular Merger*

Metode *Triangular Merger* mencakup tiga perseroan, yakni perusahaan induk, anak perusahaan, dan perusahaan yang akan di gabungkan. Dengan metode ini, di mana perusahaan

¹¹Ibid

induk terlebih dulu membentuk perseroan atau perusahaan baru (sebagai anak perusahaan). Anak perusahaan ini mendapat uang tunai atau saham yang cukup dari perusahaan induk untuk melakukan penggabungan dengan perusahaan yang di gabungkan. Maksud di pilihnya metode ini adalah agar tanggung jawab atas perusahaan yang menggabungkan diri tidak beralih ke perusahaan induk dari perusahaan penerima penggabungan, melainkan hanya beralih menjadi tanggung jawab anak perusahaan.

Prosedur pelaksanaan penggabungan perusahaan berdasarkan Undang – Undang Perseroan Terbatas dan peraturan pelaksanaannya bersifat mengikat dan dengan pelaksanaan penggabungan tersebut sudah di sebutkan di atas sebagian metode – metode yang di kenal dalam melakukan penggabungan. Namun, dalam penggabungan suatu perusahaan hanya menganut satu metode yaitu metode *statutory merger*.

Dalam ketentuan Pasal 40 ayat (1) Undang - Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, disebutkan bahwa Hak atas Merek Terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena pewarisan, wasiat, hibah, perjanjian, dan sebab - sebab lain yang di benarkan oleh peraturan perundang - undangan. Maksud dari “sebab - sebab lain yang di benarkan peraturan perundang - undangan”, misalnya karena pembubaran badan hukum atau meleburnya suatu badan hukum yang masing - masing sebagai pemilik merek, yang mempunyai tujuan sama dalam hal peningkatan serta dapat memberikan keuntungan bagi pemilik masing - masing perusahaan tersebut.¹²

Pengalihan Hak atas Merek ini di lakukan dengan menyertakan dokumen yang mendukungnya, antara lain Sertifikat Merek serta bukti-bukti lain yang mendukung kepemilikan tersebut, kemudian wajib di

¹²Op. Cit H. OK. Saidin, Hlm 381.

mohonkan pencatatannya kepada Direktorat Merek untuk di catakan dalam Daftar Umum Merek yang di maksudkan untuk memudahkan pengawasan dan mewujudkan kepastian hukum.¹³

Perusahaan yang melakukan merger atau penggabungan biasanya memiliki merek yang berbeda, yang kemudian telah di sepakati untuk di gabungkan menjadi satu, perusahaan yang telah di gabungkan tersebut dapat memilih nama merek perusahaan yang mana harus di gunakan atau dapat juga menggunakan nama merek baru, dan hal – hal tersebut sudah di sepakati oleh kedua perusahaan yang melakukan penggabungan, dalam praktik terlihat, biasanya perusahaan yang memiliki saham yang paling besar termasuk perusahaan yang di merger akan menggunakan merek yang paling depan.

Contoh perusahaan yang melakukan merger atau penggabungan dengan

menggabungkan mereknya adalah perusahaan Sony dan Ericsson yang bergabung pada Agustus Tahun 2000, dengan menandatangani syarat – syarat penggabungan yang di sepakati oleh kedua perusahaan dan di umumkan pada April Tahun 2001, dan akhirnya terbentuklah sebuah perusahaan besar yang namanya sudah tidak asing hingga saat ini yaitu Sony Ericsson pada Oktober Tahun 2001 dengan nama lengkap Sony Ericsson Mobile Communication AB dan menjadi perusahaan terbesar ke enam setelah Nokia, Samsung, LG, Research in Motion, dan Apple. Contoh berikutnya adalah PT Astra Honda Motor yang merupakan perusahaan merger dari PT Showa Manufacturing Indonesia, PT Honda Astra Engine Manufacturing dan PT Federal Izumi Mfg. Adapun contoh lain perusahaan yang melakukan merger dengan menggunakan nama merek yang baru yaitu Bank Mandiri yang juga merupakan perusahaan merger dari Bank Bumi Daya (

¹³Ibid.

BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim) dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo).¹⁴

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa status sebuah merek yang di miliki oleh sebuah perusahaan setelah perusahaan tersebut melakukan merger, yaitu dapat menggunakan kembali merek yang di gabungkan oleh ke dua perusahaan atau dapat juga menggunakan merek baru, namun harus sesuai dengan kesepakatan yang telah di setuju oleh perusahaan yang melakukan merger.

E. Penyelesaian Sengketa Merek Pada Perusahaan Yang Telah Melakukan Merger.

Sebagaimana yang telah di bahas sebelumnya, bahwa merek memiliki peranan penting dalam sebuah usaha atau bisnis, dan dapat juga di katakan bahwa

merek adalah suatu asset penting bagi perusahaan.

Merek yang di tiru biasanya merek yang sudah di kenal di masyarakat karena barang yang di perdagangkan terlihat laku keras di pasaran. Adapun motivasi perbuatan tersebut tidak lain untuk membonceng ketenaran merek orang lain dan untuk memperoleh keuntungan secara tidak wajar. Sengketa – sengketa merek dapat muncul karena pelanggaran terhadap ketentuan Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dalam Pasal 4 tentang pemilik merek beritikad tidak baik, dan Pasal 5 tentang merek yang tidak dapat di daftar, serta Pasal 6 tentang merek yang di tolak untuk di daftar.

Berkaitan dengan penyelesaian sengketa, maka Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dalam Pasal 57 dan Pasal 76, menjelaskan bahwa pemilik merek terdaftar dapat mengajukan

¹⁴Op.Cit<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl5497/pengalihan-atas-merek>

gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa :

- a. Gugatan ganti rugi, dan/atau
- b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Dari bunyi Pasal 76 ayat (1) ini, dapat di ketahui jenis bentuk gugatan perdata atas pelanggaran merek terdaftar, maksud dari gugatan ganti rugi dapat berupa ganti rugi materiil dan ganti rugi immateriil, ganti rugi materiil berupa kerugian yang nyata dan dapat di nilai dengan uang, sedangkan ganti rugi immateriil berupa tuntutan ganti rugi yang di sebabkan oleh penggunaan merek dengan tanpa hak, sehingga pihak yang berhak, menderita kerugian secara moral. Menurut penjelasan Pasal 78 ayat (1) Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek bahwa selama masih dalam pemeriksaan dan

untuk mencegah kerugian yang lebih besar, atas permohonan pemilik merek selaku penggugat, dapat memerintahkan tergugat untuk menghentikan produksi, peredaran dan/atau perdagangan barang atau jasa yang menggunakan merek tersebut secara tanpa hak.

Selain penyelesaian dengan mengajukan gugatan, para pihak yang bersengketa dapat juga menyelesaikan sengketa tersebut melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian sengketa menurut Pasal 84 Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, alternatif penyelesain sengketa yang di maksud adalah Negosiasi, Mediasi, Konsiliasi dan sebagainya.

Dalam hal ini, Pengadilan Niaga yang memiliki kewenangan untuk mengadili sengketa merek dan di beri mandat menyelenggarakan kekuasaan kehakiman dan memiliki kewenangan menyelenggarakan peradilan secara jujur dan adil, menurut Ketentuan Undang –

Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang di maksudkan agar pemeriksaan perkara merek dapat berjalan lebih cepat dan singkat.¹⁵ Penggunaan Pengadilan Niaga untuk menyelesaikan sengketa HKI perkara merek, bertujuan agar pihak – pihak yang bersengketa bisa segera mendapatkan keadilan.¹⁶

Penyelesaian sengketa Merek di Pengadilan Niaga diatur dalam Bab XI Undang- Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, akan tetapi Undang- Undang Merek ini, hanya menjelaskan tentang tata cara gugatan pembatalan pendaftaran merek (Pasal 80), meskipun dalam Pasal 81 disebutkan bahwa ketentuan Pasal 80 juga berlaku secara mutatis mutandis terhadap gugatan atas pelanggaran merek (Pasal 76), padahal sengketa yang terdapat dalam ketentuan Undang- Undang Merek No 15 Tahun 2001

tidak hanya masalah gugatan pembatalan merek dan gugatan atas pelanggaran merek saja. Hal ini merupakan salah satu kekurangan dari UU Merek No.15 Tahun 2001 yang perlu sekiranya menjadi perhatian dari pemerintah (pembuat undang–undang).¹⁷

Berkaitan dengan kekurangan dari Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dan dengan adanya sarana Pengadilan Niaga yang di pandang dapat memahami kriteria sengketa HKI termaksud Merek, sehingga di harapkan keadilan benar – benar tercapai dan memuaskan, idealnya setiap putusan hakim mengandung tiga unsur, yaitu Unsur Kepastian Hukum, Unsur Kemanfaatan, Unsur Keadilan.

III. PENUTUP

A.Kesimpulan

1. Perusahaan yang melakukan merger atau penggabungan biasanya memiliki merek

¹⁵ www.pn-medankota.go.id/v2/index.php/publikasi/artikel/125-penyelesaian-haki di akses tgl 28 okt 2014

¹⁶ Ibid

¹⁷ www.muhamadarifudin.blogspot.com di akses tgl 28 okt 2014.

yang berbeda, yang kemudian telah di sepakati untuk di gabungkan menjadi satu. Perusahaan yang telah digabungkan tersebut dapat memilih merek perusahaan yang mana harus di gunakan atau dapat juga menggunakan nama merek baru. Dalam praktik terlihat, biasanya perusahaan yang memiliki saham yang paling besar mereknya akan di tempatkan di awal, lalu di ikuti oleh merek perusahaan berikutnya.

2. Berkaitan dengan penyelesaian sengketa, yang terjadi pada merek perusahaan yang sudah di merger, berdasarkan Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang termuat dalam Pasal 57 dan Pasal 76, serta pasal 84 menjelaskan bahwa ketika terjadi suatu sengketa merek maka pihak – pihak yang merasa di rugikan dapat mengajukan gugatan berupa ganti rugi dan/atau

penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut, atau dapat juga menyelesaikan sengketa tersebut melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.

B.Saran

Perkembangan industri yang terjadi hampir di semua negara, telah mendorong para pelaku usaha untuk berkompetisi lebih ketat dalam mempertahankan atau mengembangkan usahanya. Dalam kondisi tersebut tidak menutup kemungkinan terjadi persaingan curang seperti pelanggaran. Untuk menghindari hal tersebut pelaku usaha atau pelaku bisnis dapat melakukan penggabungan atau merger, dengan menggabungkan merek perusahaan menjadi satu atau memilih menggunakan merek baru, yang sudah terkenal. Dengan demikian keuntungan yang diperoleh akan lebih besar. Namun apabila terjadi sengketa yang ditimbulkan oleh pihak lain, Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang

Merek telah mengatur cara arbitrase atau alternatif penyelesaian penyelesaiannya atau dapat melalui sengketa.

DAFTAR PUSTAKA

A.BUKU – BUKU

Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Rineka Cipta, Bandung, 2000

H. OK. Saidin, S.H, M.Hum, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, ctk keempat, PT. RajaGrafindoPersada, Jakarta 1995

MuhamadDjumhana, dan R.Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual(Sejarah,Teori,dan Prakteknya di Indonesia)*,(edisi revisi) cetakan 11,PT.Citra AdityaBakti,Bandung,1997

M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996

PipinSyarifin, DedahJubaedah, *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Pustaka Bani Quraisy, Bandung,2004

Rachmadi Usman, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni,Bandung, 2003

Ridwan Khairandy, *Perseroan Terbatas, Doktrin, Peraturan Perundang – Undangan, danYurisprudensi*, Edisi Revisi, PT. Kreasi Total Media, Yogyakarta, 2009

B.INTERNET

Kartamagatri.[wordpress.com/2011/06/22/menilai-keberhasilan-merger-dan-akuisisi-berdasarkan-performansi-perusahaan-2/](http://www.wordpress.com/2011/06/22/menilai-keberhasilan-merger-dan-akuisisi-berdasarkan-performansi-perusahaan-2/)

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/c15497/pengalihan-atas-merek>
www.pn-medankota.go.id/v2/index.php/publikasi/artikel/125-penyelesaian-haki

www.muhammararifudin.blogspot.com

<http://arihaz99.wordpress.com/2012/11/21/409/>

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/c15497/pengalihan-atas-merek>

C.UNDANG - UNDANG

Undang-Undang No. 19 Tahun 1992(Lembar Negara Tahun 1992 Nomor 81)

Undang – Undang Nomor 14 Tahun 1997 (Lembar Negara Tahun 1997 Nomor 31)

Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2001 Tentang Perseroan Terbatas.

Undang - Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

BIODATA



Nama : Dewi Fitrianiingsi
TTL : Malonas, 28 Desember 1987
Agama : Islam
Alamat : Jl. RE. Martadinata, Tondo
No. Telp : 085241204510
Alamat E-mile : dfitrianingsi@yahoo.co.id