

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK BERDASARKAN  
UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001  
TENTANG MEREK  
(STUDI TERHADAP PRODUK MAKANAN KHAS – WINGKO BABAT DI  
KOTA SEMARANG)**



**Tesis  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S2**

**Magister Kenotariatan**

**Vonarya, SH**

**B4B005246**

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER KENOTARIATAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2007**

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK BERDASARKAN  
UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001  
TENTANG MEREK  
(STUDI TERHADAP PRODUK MAKANAN KHAS – WINGKO BABAT DI  
KOTA SEMARANG)**



**Tesis  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S2**

**Magister Kenotariatan**

**Vonarya, SH**

**B4B005246**

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER KENOTARIATAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2007**

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK BERDASARKAN  
UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001  
TENTANG MEREK  
(STUDI TERHADAP PRODUK MAKANAN KHAS – WINGKO BABAT DI  
KOTA SEMARANG)**

Tesis  
Magister Kenotariatan (S2)

**Disusun oleh:  
VONARYA, SH  
B4B005246**

Telah Disetujui:  
Tanggal.....2007

Pembimbing Utama,

Ketua Program Studi,

**Dr. BUDI SANTOSO, SH., MS.**

**H. MULYADI, SH., MS.**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini, saya menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, Juli 2007

**VONARYA, SH**

## **ABSTRAK**

Guna memperoleh perlindungan hukum atas merek, wajib dilakukan pendaftaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Pasal tersebut mengharuskan adanya merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek agar pemilik merek tersebut dapat memperoleh hak eksklusif atas mereknya. Apabila suatu merek belum terdaftar dalam Daftar Umum Merek yang dibuktikan dengan adanya sertifikat merek, maka akan sulit memperoleh perlindungan hukum atas suatu merek.

Tujuan dari penyusunan tesis ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang dan mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi didaftarkan dan tidak didaftarkan merek atas produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang oleh para produsennya.

Metode yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah metode pendekatan yuridis empiris karena penelitian hukum ini menggunakan data dari bahan-bahan pustaka (data sekunder) dan data yang diperoleh langsung dari masyarakat (data primer). Spesifikasi penulisan adalah deskriptif analitis, yaitu memberikan gambaran secara rinci, menyeluruh, dan sistematis mengenai kenyataan yang terjadi, yaitu mengenai pelaksanaan perlindungan hukum atas merek bagi pemilik yang berhak atas suatu merek berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa tidak semua merek wingko babat yang dijual di Jalan Pandanaran Semarang mempunyai sertifikat merek. Pendaftaran wajib dilakukan produsen wingko babat yang sudah memakai merek pada kemasannya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Faktor utama yang melatarbelakangi didaftarkan merek tersebut oleh pemiliknya adalah untuk memperoleh kepastian hukum. Sedangkan faktor yang melatarbelakangi tidak didaftarkan merek tersebut oleh pemiliknya adalah karena biaya yang mahal.

Kata kunci: merek dagang, pendaftaran merek, dan sertifikat merek.

## **ABSTRACT**

In order to achieve the law protection on the brand, there is an obligation to complete the brand registration as governed upon Section 3 Code Number 15 Year 2001 on the Brand. The Section governs the registered brand within the Brand Public List in order to make the brand owner to have the exclusive right on the brand. If the brand is not registered upon the Brand Public List that is proved by the existence of the brand certificate, it will be difficult to achieve the law protection on the brand.

The purpose of the thesis is to acknowledge the execution of the law protection againts the brand owner of the special culinary product of wingko babat in Semarang City and to acknowledge the background factors of the completion willingness of the registration of the brand on the special culinary product of wingko babat in Semarang City by the producer.

The thesis used juridical empirical as the approach method since the research used literature (secondary data) and the society direct data (primary data). The writing specification was descriptive analytical which provided detail, complete, and systematic description upon the present reality that was upon the execution of the law protection on the brand for the justified owner of the brand based upon the Code Number 15 Year 2001 on the Brand.

The research result shows that not entire product of wingko babat sold in Pandanaran Street has the certificate of the brand within the package. Registration is an obligation for the producer of the product of wingko babat that has brand within the package based upon Section 3 Code Number 15 Year 2001 on the Brand. The main factor what makes the owner of the brand to registrate their product brand is to get the legal certainty. While, the factor what makes the other owner of the brand not to registrate their product brand is because of the expensive cost.

Keywords: trademark, brand registration, and brand certificate.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas berkat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis ini diberi judul **“Perlindungan Hukum atas Merek Berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi terhadap Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang)”**. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang.

Tersusunnya tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Rektor Prof. Dr. dr. Soesilo Wibowo, MedSc, SpAnd.
2. Bapak H. Mulyadi, SH, MS, selaku Ketua Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan izin penelitian serta dorongan dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan.
3. Bapak Yunanto, SH, MHum, selaku Sekretaris Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan masukan kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Budi Santoso, SH, MS, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sabar dan banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan masukan-masukan sehingga tesis saya dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dwi Purnomo, SH, MH, selaku Dosen Wali.
6. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Pengajar di Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang.
7. Para staff pengajaran Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang.

8. Papa, Mama, dan kedua adikku yang selalu memberikan doa dan dukungan semangat.
9. Keluarga Om yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan penulisan tesis ini.
10. Bapak Ridwan yang telah memberikan bantuan dan semangat selama penulisan.
11. Seseorang yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
12. Njoo, Anne, Fika, Kiki, Hanum, Olive, Vivi, Wati, Fio, Ria, Nidya, Andre, Mbak Sutami, Mbak Isti, Mbak Dah, Mbak Dewi, Mbak Icha, Mbak Via, Mbak Wanti, Mas Indra, Mas Rudi, Mbak Maya dan Mbak Atik atas doa, dukungan, dan bantuannya selama penulisan tesis ini.
13. Bapak Koospindiharjo, Ibu Sri Hartati, Bapak Indra, Bapak Suryadi, Bapak Moel, Bapak Sumardi, Bapak Fendi, dan Ibu Siswanto atas kesediaannya memberikan informasi sehubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.
14. Teman-teman Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang angkatan 2005.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Semarang, Juli 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Pengaturan Merek dalam Hukum Hak Kekayaan Intelektual.....	12
B. Perkembangan Hukum Merek di Indonesia.....	14
C. Pengertian Merek, Hak atas Merek dan Pemilik Merek.....	17
1. Pengertian Merek.....	17
2. Pengertian Hak atas Merek dan Pemilik Merek.....	19
D. Jenis dan Bentuk Merek.....	21

1. Jenis Merek.....	21
2. Bentuk Merek.....	22
E. Persyaratan Merek dan Syarat Itikat Baik.....	23
F. Fungsi dan Manfaat Merek.....	28
G. Pendaftaran Merek.....	30
1. Permohonan Pendaftaran Merek.....	30
2. Pemeriksaan Kelengkapan Persyaratan Pendaftaran Merek.....	33
3. Pemeriksaan Substantif.....	34
4. Pengumuman Permohonan.....	36
5. Keberatan dan Sanggahan.....	37
6. Pemeriksaan Kembali.....	39
7. Permohonan Banding kepada Komisi Banding Merek.....	40
H. Penghapusan dan Pembatalan Pendaftaran Merek.....	40
I. Perlindungan terhadap Merek Dagang dan Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar.....	41
J. Pelanggaran Merek dan Penyelesaian Sengketa Merek.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
A. Metode Pendekatan.....	44
B. Spesifikasi Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel.....	45
1. Populasi.....	45
2. Sampel.....	46

D. Responden.....	47
E. Metode Pengumpulan Data.....	48
F. Metode Analisis Data.....	49
G. Metode Penyajian Data.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Pelaksanaan Perlindungan Hukum terhadap Pemilik Merek Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang.....	51
2. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Didaftarkannya dan Tidak Didaftarkannya Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya.....	64
B. Pembahasan.....	72
1. Pelaksanaan Perlindungan Hukum terhadap Pemilik Merek Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang.....	71
2. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Didaftarkannya dan Tidak Didaftarkannya Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya.....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	94

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk barang atau jasa yang ada di dalam pasaran.<sup>1</sup> Melalui merek, masyarakat sebagai konsumen akan dengan mudah mengenali suatu produk perusahaan tertentu. Merek biasanya dicantumkan pada barang atau pada kemasan atau bungkus barang yang dijual atau dicantumkan secara tertentu pada hal-hal yang terkait dengan jasa yang dijual.

Istilah merek telah dikenal sejak tahun 1912, yaitu pada saat penjajahan Belanda di Indonesia sebagaimana diatur dalam *Reglemen Industrielee Eigendom* Tahun 1912 yang dimuat dalam Staatblat 1912 jo. Staatblat 1913 Nomor 214. Reglemen tersebut diganti dengan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek. Kemudian, Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek tersebut diganti dengan 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.

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*

---

<sup>1</sup> Insan Budi Maulana, Ridwan Khairandy dan Nur Jihad, 2000, *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Pusat Studi Hukum UII, hal 91.

*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 korbakan dalam rangka membangun suatu reputasi perusahaan dalam wujud merek. Adanya pengaturan tentang merek diharapkan dapat mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya, serta keterjaminan bahwa produk itu original.<sup>2</sup> Hal ini tertuang dalam konsiderans Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek bagian menimbang butir a yang berbunyi:

“bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat;”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> H. OK. Saidin, 2004, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hal 329.

<sup>3</sup> Republik Indonesia, 2003, *Undang-undang HAKI Hak atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Sinar Grafika, hal 134.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek mendefinisikan merek secara lebih detail yaitu dalam Pasal 1 angka 1 yang berbunyi sebagai berikut:

“Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.”<sup>4</sup>

Merek harus memiliki unsur pembeda (*capable of distinguishing*) karena pendaftaran merek tersebut mengkaitkan pemberian monopoli atas nama atau simbol (atau dalam bentuk lain). Agar mempunyai daya pembeda, merek harus dapat memberikan penentuan pada barang atau jasa yang bersangkutan. Para pejabat hukum di seluruh dunia enggan memberikan pelaku dagang hak eksklusif atas suatu merek. Keengganan ini disebabkan pemberian hak eksklusif tadi akan menghalangi orang lain untuk menggunakan merek tersebut. Oleh karena itu, suatu merek harus dapat membedakan barang atau jasa si pelaku dagang tersebut dari barang atau jasa pelaku dagang lain di bidang yang sama.<sup>5</sup>

Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menyebutkan 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

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hal. 135.

<sup>5</sup> Asian Law Group Pty Ltd, 2001, *Intellectual Property Rights (Elementary) 2001*, Indonesia Australia: AusAID, hal. 159.

memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan. Berbeda dengan hak cipta, merek harus didaftarkan terlebih dahulu di dalam Daftar Umum Merek.<sup>6</sup>

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.<sup>7</sup>

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.

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

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hal. 152.

<sup>7</sup> Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2004, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hal. 85.

menyebut mereknya; sebagai jaminan atas mutu barangnya; menunjukkan asal barang atau jasa yang dihasilkan.

Setiap merek menampilkan wujud reputasi (*goodwill*) yang bernilai moral, material, dan komersial. Reputasi (*goodwill*) yang melekat pada merek merupakan suatu bentuk hak milik (*as a form of property*). Reputasi (*goodwill*) 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 yang terbaik bagi konsumen.

Bagi para pedagang atau pengusaha, merek merupakan salah satu media untuk memperoleh reputasi baik (*goodwill*) dan kepercayaan dari konsumen. Selain itu, perusahaan pencetus merek tersebut dapat membangun hubungan antara reputasi (*goodwill*) 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. Merek merupakan salah satu bentuk karya intelektual yang mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi, terutama di bidang perdagangan dan jasa, khususnya untuk membedakan dengan produk lain yang sejenis maupun yang tidak sejenis.

Meskipun reputasi (*goodwill*) adalah benda yang tidak berwujud (*intangible*), namun oleh hukum dipandang sebagai suatu harta atau kekayaan yang harus dilindungi.

Merek dikonstruksikan sebagai salah satu bagian dari Hak Milik Industri (*Industrial Property Rights*) yang pengaturannya terdapat dalam ilmu hukum dan dinamakan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Hak Kekayaan Intelektual (HKI) meliputi suatu bidang hukum yang membidangi hak-hak yuridis dari karya-karya atau ucapan-ucapan hasil olah pikir manusia. Bidang yang dicakup Hak Kekayaan Intelektual (HKI) cukup luas, termasuk di dalamnya semua kekayaan intelektual yang terdiri dari hak cipta (*copyright*) yang terdiri atas ciptaan, sastra, seni, dan ilmu pengetahuan serta hak milik industrial (*industrial property right*) yang terdiri atas paten, merek, desain industri, rahasia dagang, dan desain rangkaian listrik terpadu.

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.

Hukum merek berfungsi melindungi pemilik merek atau *goodwill* tersebut dari pihak lain yang hendak mengambil keuntungan dengan cara tidak jujur (*unfair competition*). 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.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sudah berlaku sejak tanggal diundangkannya yaitu tanggal 1 Agustus 2001, namun tidak semua produsen atau pedagang yang memiliki merek atas produk dagangannya melakukan pendaftaran, dalam hal ini adalah produsen-produsen wingko babat yang diperdagangkan di Jalan Pandanaran Kota Semarang.

Saat ini sudah terdapat puluhan merek wingko babat yang dijual di Pusat Oleh-oleh Khas Semarang Jalan Pandanaran Semarang. Akan tetapi dari puluhan merek yang ditemukan, hanya terdapat dua (2) merek wingko babat yang sudah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) selain merek “KERETA API”.<sup>8</sup>

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

---

<sup>8</sup> Pra-survey penulis tanggal 20 Maret 2007.

Permasalahan tersebutlah yang akan penulis angkat sebagai bahan penulisan Tesis Strata 2 (S2). Oleh karena itu, penulis akan melakukan penulisan tesis dengan judul:

**“PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK (STUDI TERHADAP PRODUK MAKANAN KHAS – WINGKO BABAT DI KOTA SEMARANG)”**.

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang?
2. Faktor-faktor apa yang melatarbelakangi didaftarkannya dan tidak didaftarkannya merek atas produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang oleh para produsennya?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam tesis ini adalah sebagai berikut.

1. Mengkaji pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang.

2. Mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi didaftarkan dan tidak didaftarkan merek atas produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang oleh para produsennya.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kegunaan teoritis yaitu agar dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan, misalnya dalam hukum bisnis, hukum Hak Kekayaan Intelektual, dan berbagai bidang ilmu pengetahuan yang lain.
2. Kegunaan praktis, yaitu agar dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi masyarakat pada umumnya dan para pelaku usaha pada khususnya.

#### **E. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Perumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Kegunaan Penelitian
- E. Sistematika penulisan

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

- A. Pengaturan Merek dalam Hukum Hak Kekayaan Intelektual
- B. Perkembangan Hukum Merek di Indonesia
- C. Pengertian Merek, Hak atas Merek dan Pemilik Merek
- D. Jenis dan Bentuk Merek
- E. Persyaratan Merek dan Syarat Itikad Baik
- F. Fungsi dan Manfaat Merek
- G. Pendaftaran Merek
- H. Penghapusan dan Pembatalan Merek
- I. Perlindungan terhadap Merek dan Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar
- J. Pelanggaran Merek dan Penyelesaian Sengketa Merek

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

- A. Metode Pendekatan
- B. Spesifikasi Penelitian
- C. Populasi dan Sampel
- D. Responden
- E. Metode Pengumpulan Data
- F. Metode Analisa Data
- G. Metode Penyajian Data

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN,**

- A. Hasil Penelitian

B. Pembahasan

1. Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemilik merek produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang.
2. Faktor-faktor yang melatarbelakangi didaftarkannya dan tidak didaftarkannya merek atas produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang oleh para produsennya.

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengaturan Merek dalam Hukum Hak Kekayaan Intelektual**

Hak kekayaan intelektual adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena intelektualita manusia yang dapat berupa karya-karya di bidang teknologi atau ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan oleh manusia melalui kemampuan intelektualnya (daya cipta, rasa, dan karsa).

Pasal 1 dan 2 *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs) menyebutkan bahwa kekayaan intelektual yang dilindungi terdiri atas dua (2) bagian besar, yaitu:

1. *Copyright* (hak cipta) dan *Related Rights* (hak-hak yang berkaitan dengan hak cipta);
2. *Industrial Property Rights* (hak milik industrial) yang terdiri dari:
  - a. *Patent* (paten), *Utility Rights* (paten sederhana);
  - b. *Trademarks* (merek dagang);
  - c. *Industrial Design* (desain industri);
  - d. *Undisclosed Information Including Trade Secrets* (rahasia dagang);
  - e. *Layout Design of Integrated Circuits* (desain rangkaian listrik terpadu).

Karya-karya intelektual tersebut perlu dilindungi karena karya-karya tersebut dilahirkan dengan pengorbanan tenaga, waktu, dan biaya. Karya-karya

tersebut mempunyai 'nilai' khususnya dalam bidang ekonomi yang pada akhirnya dapat menjadi aset perusahaan.

Indonesia secara resmi telah memasuki globalisasi perdagangan dengan diberlakukannya *Convention Establishing The World Trade Organization* (Konvensi WTO) termasuk di dalamnya *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPs). Hal itu ditindaklanjuti dengan meratifikasi Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia atau *Agreement Establishing The WTO*. Dalam konvensi tersebut dimuat persetujuan mengenai aspek-aspek dagang dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang tertuang dalam TRIPs. Pasal 7 dari Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa perlindungan dan penegakan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) bertujuan untuk mendorong timbul dan berkembangnya inovasi, pengalihan, dan penyebaran untuk memanfaatkan ekonomi bangsa-bangsa di dunia.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) terpisah dari kepemilikan benda berwujud. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan kekayaan pribadi yang bisa dimiliki dan dialihkan termasuk dijual dan dilisensikan kepada orang lain. Dalam hal ini, merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang merupakan kekayaan pribadi seseorang dan dilindungi oleh Undang-undang.

## **B. Perkembangan Hukum Merek di Indonesia**

Pengaturan hukum merek di Indonesia sudah ada sejak zaman Pemerintahan Hindia Belanda yang dituangkan dalam *Reglement Industriële Eigendom* (Reglemen Milik Perindustrian) dengan S.1912 Nomor 545. Reglemen ini hanya terdiri dari 27 pasal yang merupakan duplikat Undang-undang Merek Belanda (*Merkenwet*).<sup>9</sup>

Pada tanggal 5 Agustus 1984, Indonesia meratifikasi Konvensi Paris Versi London atau *London Act 1984* yang lazim disebut Uni Paris Versi London. Karenanya, Indonesia harus menerima dan mengakui berbagai ketentuan yang terutama menyangkut hak perlindungan terhadap merek asing yang masuk ke Indonesia berdasar atas “hak perlakuan yang sama” atau “*the right of the same treatment*” serta prinsip “hak prioritas” atau “*priority right*”.<sup>10</sup>

Indonesia mulai membentuk Undang-undang Merek pada tahun 1961 yaitu Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (disebut juga Undang-undang Merek). Undang-undang Merek yang baru ini merupakan pengganti dan pembaharuan dari Hukum Merek yang diatur dalam Reglemen. Pertimbangan lahirnya Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek ini adalah untuk melindungi khalayak ramai dari tiruan barang-barang yang memakai suatu merek yang sudah dikenalnya sebagai merek barang-barang yang bermutu baik. Selain itu, Undang-undang Nomor 21 Tahun

---

<sup>9</sup> Yahya Harahap, 1996, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, hal. 54.

<sup>10</sup> *Ibid*, hal. 55.

1961 tentang Merek ini juga bermaksud melindungi pemakai pertama dari suatu merek di Indonesia. Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 mengenal pengolongan barang-barang dalam 35 kelas yang sejalan dengan klasifikasi internasional berdasarkan persetujuan pendaftaran merek di Nice, Perancis pada tahun 1957 yang diubah di Stockholm tahun 1961 dengan penyesuaian kondisi di Indonesia.<sup>11</sup>

Pada tanggal 28 Agustus 1992 diundangkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek yang berlaku efektif pada tanggal 1 April 1993. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek ini menggantikan dan memperbaharui Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek. Untuk menindaklanjuti berlakunya Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek tersebut dibuatlah berbagai surat keputusan administratif yang terkait dengan prosedur pendaftaran merek. Berkaitan dengan kepentingan reformasi Undang-undang Merek, Indonesia turut serta meratifikasi Perjanjian Internasional Merek *World Intellectual Property Organization (WIPO)*.<sup>12</sup>

Tahun 1997, Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek diubah dengan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Perubahan ini dilakukan dengan mempertimbangkan pasal-pasal dari Perjanjian Internasional tentang

---

<sup>11</sup> Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual – Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Bandung: PT Alumni, hal. 306-307.

<sup>12</sup> Tim Lindsey (eds.), 2002, *Hak Kekayaan Intelektual – Suatu Pengantar*, Bandung: PT Alumni, hal. 132.

Aspek-aspek yang Dikaitkan dengan Perdagangan dari Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs – GATT). Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 ini menentukan bahwa pengguna merek pertama di Indonesia berhak untuk mendaftarkan merek tersebut sebagai merek.<sup>13</sup>

Pengaturan tentang ketentuan merek yang terbaru dituangkan dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang mulai berlaku sejak tanggal 1 Agustus 2001 sehingga terjadi perubahan secara menyeluruh pada peraturan tentang ketentuan merek sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mengantisipasi perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang telah mendukung kegiatan di sektor perdagangan semakin meningkat secara pesat, mempertahankan iklim persaingan usaha yang sehat, serta menampung beberapa aspek dalam Persetujuan TRIPs yang belum dimuat dalam Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek.<sup>14</sup>

Pada bagian ‘menimbang’ dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, terdapat tiga (3) hal yang menjadi dasar pertimbangan dibentuknya yaitu sebagai berikut.

- a. bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat;

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 132.

<sup>14</sup> Rachmadi Usman, *op. cit.*, hal. 314.

- b. bahwa untuk hal tersebut di atas diperlukan pengaturan yang memadai tentang Merek guna memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut pada huruf a dan huruf b, serta memperhatikan pengalaman dalam melaksanakan Undang-undang Merek yang ada, dipandang perlu untuk mengganti 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.

Ketiga dasar pertimbangan tersebut melahirkan satu Undang-undang Merek (Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001) yang telah mencakup seluruh pengaturannya sekaligus menggantikan Undang-undang Merek yang lama. Dalam hal ini, ketentuan-ketentuan yang tidak diubah dituangkan dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

### **C. Pengertian Merek, Hak atas Merek dan Pemilik Merek**

#### **1. Pengertian Merek**

Pasal 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menyebutkan:

“Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang

memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.”

Dari pengertian merek tersebut, maka merek adalah:

- a. tanda dalam bentuk gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut;
- b. mempunyai daya pembeda dengan merek lain yang sejenis;
- c. digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa.

Wikipedia Indonesia mengartikan merek atau merek dagang sebagai berikut.

“Merek atau merek dagang adalah tanda pembeda yang digunakan suatu badan usaha sebagai penanda identitasnya dan produk barang atau jasa yang dihasilkannya kepada konsumen dan untuk membedakan usaha tersebut maupun barang atau jasa yang dihasilkannya dari badan usaha lain. Merek merupakan kekayaan industri, yaitu termasuk kekayaan intelektual. Secara konvensional, merek dapat berupa nama, kata, frasa, logo, lambang, desain, gambar atau kombinasi dua atau lebih unsur tersebut.”<sup>15</sup>

Sedangkan A.B. Susanto mendefinisikan merek sebagai berikut.

“Merek adalah aset tak berwujud (*intangibled asset*) yang semakin mahal saja harganya. Merek dapat dikatakan sebagai sebuah nama,

---

<sup>15</sup> Internet, 14 Mei 2007, WWW: <http://wikipediaindonesia.com>

logo, dan simbol-simbol lain yang membedakan sebuah produk atau layanan dari kompetitor dengan kriteria-kriteria yang ada di dalamnya. Tetapi merek lebih luas lagi cakupannya dan mengarah kepada apa yang disebut sebagai identitas.”<sup>16</sup>

Merek merupakan identitas dari suatu produk yang memberikan pembedaan terhadap produk yang satu dengan produk lainnya yang sejenis. Identitas merek merupakan seperangkat asosiasi merek yang unik yang diciptakan oleh para penyusun strategi merek.<sup>17</sup>

Jadi merek atau merek dagang 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 menjadi aset dari suatu perusahaan dan merupakan salah satu bagian dari hak kekayaan intelektual yang dilindungi oleh Undang-undang.

## **2. Pengertian Hak atas Merek dan Pemilik Merek**

---

<sup>16</sup> Internet, 14 Mei 2007, WWW: <http://jakartaconsulting.com/art-01-16.htm>

<sup>17</sup> *Ibid.*

Pengertian hak atas merek menurut Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang 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. Yang dimaksud dengan pihak dalam pasal ini adalah adalah seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum, kecuali secara tegas dinyatakan lain. Hal ini dapat dilihat dalam Penjelasan Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang berbunyi:

“Kecuali secara tegas dinyatakan lain, yang dimaksud dengan pihak dalam pasal ini dan pasal-pasal selanjutnya dalam undang-undang ini adalah *seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum.*”

Hak eksklusif yang diberikan tersebut berfungsi sebagai alat monopoli sehingga hak tersebut mutlak ada pada pemilik merek dan dapat dipertahankan terhadap pihak manapun. Selain itu hak atas merek ini hanya diberikan kepada pemilik merek yang beritikad baik sehingga orang lain atau badan hukum lain tidak boleh menggunakan merek tersebut tanpa izin. Maka, dengan adanya pendaftaran atas suatu merek barang atau jasa baru tercipta hak atas merek, yaitu suatu hak eksklusif yang artinya orang lain tidak dapat memakai merek yang sama untuk jenis barang yang serupa.

Sesuatu dapat disebut merek apabila memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Undang-undang Merek yang berlaku dan permohonan pendaftarannya dilakukan oleh pemilik merek yang beritikad baik. Oleh karena itu, aspek perlindungan hukum tetap diberikan kepada mereka yang beritikad baik.

Pemilik merek adalah pihak yang mengajukan permohonan pendaftaran merek. Mereka bisa sebagai:

- a. orang (*person*) atau perseorangan;
- b. badan hukum (*recht person*); atau
- c. beberapa orang atau badan hukum (pemilikan bersama atau merek kolektif).

## **D. Jenis dan Bentuk Merek**

### **1. Jenis Merek**

Berdasarkan Pasal 2 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, merek dapat dibagi dalam dua (2) jenis, yaitu sebagai berikut.

- a. Merek Dagang

Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang-barang sejenis lainnya.

b. Merek Jasa

Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

Sedangkan Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin menambahkan jenis merek kolektif selain merek dagang dan merek jasa tersebut. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.<sup>18</sup>

## **2. Bentuk Merek**

Merek merupakan bentuk yang menyatakan wujud merek yang digunakan pada barang atau jasa. Ada berbagai macam bentuk merek yang digunakan untuk barang dan jasa, yaitu:

a. Merek lukisan

---

<sup>18</sup> Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *op. cit.*, hal. 85.

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud lukisan atau gambar antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Contoh: merek cat “Kuda Terbang”, yaitu lukisan atau gambar kuda bersayap yang terbang.

b. Merek kata

Merek ini mempunyai daya pembeda dalam bunyi kata antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis.

Contoh: “Rexona” untuk deodorant, “Bodrex” untuk obat flu, “Daihatsu” untuk mobil.

c. Merek huruf atau angka

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud huruf atau angka antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis.

Contoh: “ABC” untuk kecap dan sirup, “555” untuk buku tulis.

d. Merek nama

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud nama antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis.

Contoh: “Louis Vuiton” untuk tas, “Vinesia” untuk dompet.

e. Merek kombinasi

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud lukisan/gambar dan kata antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis.

Contoh: jamu “Nyonya Meneer” yang merupakan kombinasi gambar seorang nyonya dan kata-kata “nyonya Meneer”.<sup>19</sup>

Selain bentuk-bentuk merek di atas, terdapat pula merek dalam bentuk tiga (3) dimensi (*three dimensional trademark*) seperti merek pada produk minuman ‘Coca Cola’ dan ‘Kentucky Fried Chicken’.<sup>20</sup>

#### **E. Persyaratan Merek dan Syarat Itikad Baik**

Syarat mutlak yang sekaligus menjadi ciri utama suatu merek adalah harus memiliki daya pembeda yang cukup karena merek sangat berarti dalam mengidentifikasi atau memberi ciri pada suatu produk barang atau jasa yang berasal dari produsen tertentu dan untuk membedakan produk barang atau jasa tertentu dengan produk barang atau jasa lain yang sejenis. Syarat mutlak suatu merek bahwa harus memiliki daya pembeda harus dipenuhi oleh setiap orang ataupun badan hukum yang ingin memakai suatu merek agar merek itu dapat diterima dan dipakai sebagai merek atau cap dagang. Sebagaimana dikemukakan Prof. Mr. Dr. Sudargo Gautama mengenai daya pembeda berikut ini:

---

<sup>19</sup> H. OK. Saidin, *loc. cit.*, hal. 346

<sup>20</sup> *Ibid*, hal. 347.

“Untuk mempunyai pembedaan ini, maka adalah syarat mutlak bahwa merek bersangkutan ini harus dapat memberikan penentuan atau “*individualisering*” daripada barang yang bersangkutan. Pihak ketiga akan melihat juga dan dapat membedakan karena adanya merek ini barang-barang hasil produksi seseorang dari hasil produksi orang lain.”<sup>21</sup>

Selanjutnya Prof. Mr. Dr. Sudargo Gautama juga mengemukakan bahwa:

“Merek ini harus merupakan suatu tanda. Tanda ini dapat dicantumkan pada barang yang bersangkutan atau bungkusan dari barang itu. Jika suatu barang hasil produksi suatu perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembedaan dianggap sebagai tidak cukup mempunyai kekuatan pembedaan dan karenanya bukan merupakan merek atau misalnya bentuk, warna, atau ciri lain dari barang atau pembungkusannya. Bentuk yang khas atau warna, warna dari sepotong sabun atau suatu *doos, tube*, dan botol. Semua ini tidak cukup mempunyai daya pembeda untuk dianggap sebagai suatu merek, tetapi dalam praktiknya kita saksikan bahwa warna-warna tertentu yang dipakai dengan suatu kombinasi yang khusus dapat dianggap sebagai suatu merek.”<sup>22</sup>

Perlindungan terhadap merek tidak akan berjalan efektif apabila suatu merek tidak mempunyai daya pembeda daripada merek yang lain. Suatu merek wajib mempunyai daya pembeda karena pendaftaran merek berkaitan dengan

---

<sup>21</sup> Djoko Prakoso, *op. cit.*, hal. 26.

<sup>22</sup> H. OK. Saidin, *op. cit.*, hal. 349.

pemberian monopoli atas nama atau simbol atau dalam bentuk lain. Para pejabat hukum di seluruh dunia enggan memberikan hak eksklusif atas suatu merek kepada pelaku usaha karena pemberian hak eksklusif tadi akan menghalangi orang lain untuk menggunakan merek tersebut. Merek yang menggambarkan jenis, kualitas, kuantitas, maksud, nilai, dan asal geografis tidak dapat didaftarkan sebagai merek.

Merek tidak dapat didaftar apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini (Pasal 5 dan Penjelasan Pasal 5 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek).

1. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum. Yang dimaksud adalah apabila penggunaan tanda tersebut dapat menyinggung perasaan, kesopanan, ketentraman, atau keagamaan dari khalayak umum atau dari golongan masyarakat tertentu;
2. Tidak memiliki daya pembeda. Suatu tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti satu (1) tanda garis atau satu (1) tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas;
3. Telah menjadi milik umum. Salah satu contoh merek seperti ini adalah tanda tengkorak di atas dua (2) tulang bersilang, yang secara umum telah diketahui sebagai tanda bahaya. Tanda seperti itu bersifat umum dan telah menjadi milik umum sehingga tidak dapat digunakan sebagai merek;

4. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Yang dimaksud adalah bahwa merek tersebut berkaitan atau hanya menyebutkan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, seperti merek 'Kopi' atau gambar 'kopi' untuk jenis produk kopi.

Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut (Pasal 6 ayat (1) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek beserta Penjelasan) mengandung unsur-unsur berikut ini.

1. "Memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis."

Yang dimaksud dengan 'persamaan pada pokoknya' adalah kemiripan yang disebabkan adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dengan merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut.

2. "Memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis".

Penolakan permohonan yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan masyarakat mengenai merek dalam bidang usaha yang bersangkutan. Selain itu, juga diperhatikan reputasi merek yang sudah terkenal karena promosi secara gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh pemiliknya, dan disertai bukti pendaftaran merek tersebut di beberapa negara. Apabila hal-hal tersebut di atas belum dianggap cukup, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga yang bersifat mandiri untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal atau tidak terkenalnya merek yang menjadi dasar penolakan.

3. “Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal.”

Selain hal-hal tersebut di atas, syarat yang harus dipenuhi agar merek dapat didaftar sehingga mendapat perlindungan hukum adalah ‘itikad baik’. Pasal 4 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 menyebutkan bahwa:

“Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh Pemohon yang beritikad tidak baik.”

Pemohon yang beritikad baik adalah Pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat untuk mombonceng, meniru atau

menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain itu atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, atau menyesatkan konsumen.

## **F. Fungsi dan Manfaat Merek**

Untuk memenuhi fungsinya, merek digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Fungsi merek tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan yang lain (*product identity*). Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan.
- b. Sarana promosi dagang (*means of trade promotion*). Promosi tersebut dilakukan melalui iklan produsen atau pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa. Merek merupakan salah satu *goodwill* untuk menarik konsumen, merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya.
- c. Jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality guarantee*). Hal ini tidak hanya menguntungkan produsen pemilik merek, melainkan juga perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen.
- d. Penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*). Merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa

yang menghubungkan barang atau jasa dengan produsen, atau antara barang atau jasa dengan daerah atau negara asalnya.<sup>23</sup>

Menurut P.D.D Dermawan, fungsi merek dibagi menjadi tiga (3), yaitu:

1. Fungsi indikator sumber, artinya merek berfungsi untuk menunjukkan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional;
2. Fungsi indikator kualitas, artinya merek berfungsi sebagai jaminan kualitas, khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi;
3. Fungsi sugestif, artinya merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut.<sup>24</sup>

Fungsi-fungsi merek yang tersebut di atas mengakibatkan perlindungan terhadap sebuah merek menjadi sangat penting bagi para pelaku usaha di Indonesia. Selain itu, merek memberikan manfaat-manfaat yang positif baik bagi produsen, pelaku usaha/pedagang, dan konsumen, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya terutama mengenai kualitas dan pemakaiannya.

---

<sup>23</sup> Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *op. cit.*, hal. 84.

<sup>24</sup> H. OK. Saidin, *op. cit.*, hal. 359.

2. Bagi pedagang, merek digunakan untuk memperlancar promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan memperluas pasar.
3. Bagi konsumen, merek dijadikan alat untuk memilih produk yang akan dibeli. Masing-masing merek mewakili masing-masing kualitas dari suatu produk.

## **G. Pendaftaran Merek**

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menganut sistem pendaftaran konstitutif sehingga menimbulkan hak apabila sudah didaftarkan oleh si pemilik. Pendaftaran atas merek merupakan suatu keharusan. Berikut ini adalah prosedur pendaftaran merek yang diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

### **1. Permohonan Pendaftaran Merek**

Permohonan pendaftaran merek diatur dalam Pasal 7 sampai dengan Pasal 12 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Syarat dan tata cara permohonan pendaftaran merek kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) adalah sebagai berikut.

a. Diajukan secara tertulis, diketik dalam bahasa Indonesia pada blangko formulir permohonan yang telah disediakan dan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya dan dibuat dalam rangkap empat dengan mencantumkan:

- 1). tanggal, bulan, dan tahun;
- 2). nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
- 3). nama lengkap dan alamat kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa;
- 4). warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
- 5). nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.

(Hak prioritas adalah hak pemohon untuk mengajukan permohonan yang berasal dari negara yang tergabung dalam *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* atau *Agreement Establishing the World Trade Organization* untuk memperoleh pengakuan bahwa tanggal penerimaan di negara asal merupakan tanggal prioritas di negara tujuan yang juga anggota salah satu dari kedua perjanjian itu, selama pengajuan tersebut dilakukan dalam kurun waktu yang telah ditentukan berdasarkan

*Paris Convention for the Protection of Industrial Property* atau *Agreement Establishing the World Trade Organization*).

- b. Permohonan untuk dua kelas barang atau lebih dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan pendaftaran merek.
- c. Surat permohonan pendaftaran merek dilampiri dengan:
  - 1). fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang dilegalisir. Bagi pemohon yang berasal dari luar negeri sesuai dengan ketentuan undang-undang harus memilih tempat kedudukan di Indonesia, biasanya dipilih pada alamat kuasa hukumnya;
  - 2). fotokopi akta pendirian badan hukum yang telah disahkan oleh notaris apabila permohonan diajukan atas nama badan hukum;
  - 3). fotokopi peraturan pemilikan bersama apabila permohonan diajukan atas nama lebih dari satu orang (merek kolektif);
  - 4). surat kuasa khusus apabila permohonan pendaftaran dikuasakan;
  - 5). tanda pembayaran biaya permohonan;
  - 6). 20 (duapuluh) helai etiket merek dengan ukuran maksimal 9X9 cm, minimal 2X2 cm;

7). surat pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.

Biaya permohonan pendaftaran merek merupakan salah satu jenis sumber penerimaan negara bukan pajak. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2005 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia menetapkan biaya permintaan pendaftaran merek sebagai berikut.

- a. Untuk satu (1) kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 450.000,- (empat ratus lima puluh ribu rupiah).
- b. Untuk dua (2) kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 950.000,- (sembilan ratus lima puluh ribu rupiah).
- c. Untuk tiga (3) kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah).

## **2. Pemeriksaan Kelengkapan Persyaratan Pendaftaran Merek (Administrasi)**

Hal ini diatur dalam Pasal 13 dan Pasal 14 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Setelah memenuhi persyaratan permohonan pendaftaran merek, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) akan melakukan pemeriksaan terhadap kelengkapan persyaratan yang meliputi:

- a. pemeriksaan kelengkapan pengisian formulir pendaftaran merek;
- b. pemeriksaan lampiran-lampiran.

Apabila dalam pemeriksaan kelengkapan administrasi terjadi kekurangan persyaratan, maka diberi waktu paling lama dua (2) bulan terhitung sejak tanggal pengiriman surat permintaan untuk memenuhi kelengkapan persyaratan tersebut. Dalam hal kelengkapan persyaratan tersebut tidak dipenuhi dalam jangka waktu yang telah ditentukan, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) akan memberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya bahwa permohonannya dianggap ditarik kembali dan segala biaya yang telah dibayarkan kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) tidak dapat ditarik kembali.

Apabila seluruh persyaratan administrasi telah dipenuhi, maka terhadap permohonan diberikan tanggal penerimaan atau *filling date* yang dicatat oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI).

### **3. Pemeriksaan Substantif**

Pemeriksaan substantif diatur dalam Pasal 18 sampai dengan Pasal 20 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Pemeriksaan substantif dilakukan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) terhadap permohonan dalam waktu tiga puluh (30) hari dihitung sejak tanggal penerimaan. Pemeriksaan ini dilaksanakan oleh Pemeriksa pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) yang akan diselesaikan dalam waktu paling lama sembilan (9) bulan. Pemeriksa melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa permohonan dapat disetujui untuk didaftar. Atas persetujuan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) dan permohonan tersebut diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Apabila Pemeriksa melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa permohonan tidak dapat disetujui didaftar atau ditolak. Atas persetujuan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), hal tersebut akan diberitahukan kepada pemohon atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya dan dalam waktu paling lama tiga puluh (30) hari dihitung sejak tanggal penerimaan surat pemberitahuan, pemohon atau kuasanya dapat menyampaikan keberatan atau tanggapannya dengan menyebutkan alasannya. Dalam hal pemohon atau kuasanya dapat menyampaikan keberatan atau tanggapannya, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) menetapkan keputusan tentang penolakan permohonan tersebut.

Jika pemohon atau kuasanya dalam menyampaikan keberatan atau tanggapannya dan Pemeriksa melaporkan tanggapan tersebut dapat diterima, atas persetujuan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), permohonan itu diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Tetapi dalam hal pemohon atau kuasanya menyampaikan keberatan atau tanggapannya dan pemeriksa melaporkan tanggapan tersebut tidak dapat diterima, maka atas persetujuan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), ditetapkan keputusan tentang penolakan permohonan tersebut yang diberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya.

#### **4. Pengumuman Permohonan**

Pengumuman permohonan diatur dalam Pasal 21 sampai dengan Pasal 23 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) mengumumkan permohonan tersebut dalam Berita Resmi Merek dalam jangka waktu paling lama sepuluh (10) hari terhitung sejak disetujuinya permohonan untuk didaftar.

Pengumuman permohonan berlangsung selama tiga (3) bulan dan dilakukan dengan:

- a. menempatkan dalam Berita Resmi Merek yang diterbitkan berkala oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI);

- b. menempatkan pada sarana khusus yang mudah serta jelas dapat dilihat oleh masyarakat yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI).

Pengumuman dilakukan dengan mencantumkan:

- a. nama dan alamat lengkap pemohon, termasuk kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa;
- b. kelas dan jenis barang dan/atau jasa bagi merek yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. tanggal penerimaan;
- d. contoh merek;
- e. nama negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali; dalam hal permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas.

## **5. Keberatan dan Sanggahan**

Hal ini diatur dalam Pasal 24 sampai dengan Pasal 25 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Selama periode pengumuman yaitu dalam jangka waktu tiga (3) bulan, setiap pihak dapat mengajukan keberatan atas pendaftaran merek tersebut dan mengajukan alasan-alasan tertulis disertai bukti bahwa merek yang dimohonkan pendaftarannya seharusnya tidak dapat didaftar atau ditolak.

Hal-hal yang menyebabkan suatu merek tidak dapat didaftarkan diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Merek tidak dapat didaftarkan karena merek tersebut:

- a. didaftarkan oleh pemohon yang beritikad tidak baik;
- b. bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas keagamaan, kesusilaan, atau ketertiban umum;**
- c. tidak memiliki daya pembeda;**
- d. telah menjadi milik umum; atau
- e. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Hal-hal yang menyebabkan suatu permohonan merek harus ditolak oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) yang diatur dalam Pasal 6 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Permohonan suatu merek ditolak apabila merek tersebut:

- a. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- b. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- c. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang tidak

sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah;

- d. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal;
- e. merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- f. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau lembaga negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- g. 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.

Pemohon akan diberitahukan mengenai penolakan tersebut oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) dalam waktu paling lama empat belas (14) hari terhitung sejak tanggal penerimaan keberatan. Dalam hal ini pemohon mempunyai kesempatan untuk mengajukan sanggahan atas keberatan tersebut pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) secara tertulis dalam jangka waktu paling lama dua (2) bulan sejak tanggal penerimaan salinan keberatan.

## **6. Pemeriksaan Kembali**

Jika keberatan diajukan, pemeriksaan kembali atas merek tersebut akan dilaksanakan dalam waktu paling lama dua (2) bulan terhitung sejak berakhirnya jangka waktu pengumuman. Jika menurut Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), merek tersebut dapat didaftarkan, maka sebuah Sertifikat Merek akan diterbitkan dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal pemohon disetujui untuk didaftar dalam Daftar Umum Merek. Jika tidak ada keberatan, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) menerbitkan dan memberikan Sertifikat Merek dalam waktu paling lama tiga puluh (30) hari terhitung sejak berakhirnya jangka waktu pengumuman.

Mengenai pemeriksaan kembali diatur dalam Pasal 26 sampai dengan Pasal 27 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

## **7. Permohonan Banding kepada Komisi Banding Merek**

Jika pemohon merek tidak puas dengan keputusan penolakan permohonan, pemohon dapat mengajukan banding ke Komisi Banding Merek dalam tempo paling lama tiga (3) bulan dari putusan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) untuk menerima atau menolak permohonan pendaftaran tersebut. Komisi Banding Merek harus membuat putusan dalam tempo paling lama tiga (3) bulan. Akan tetapi, jika pemohon berpendapat bahwa Komisi Banding Merek telah membuat suatu kekeliruan, pemohon atau kuasanya

boleh mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga dan kemudian mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung.

Mengenai permohonan banding kepada Komisi Banding Merek diatur dalam Pasal 29 sampai dengan Pasal 32 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

#### **H. Penghapusan dan Pembatalan Pendaftaran Merek**

Pasal 61 ayat (1) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek disebutkan bahwa yang berwenang melakukan penghapusan pendaftaran merek dari Daftar Umum Merek adalah Direktorat Jenderal atau atas permohonan pemilik merek yang bersangkutan. Penghapusan pendaftaran merek dari Daftar Umum Merek tersebut dapat dilakukan apabila (Pasal 61 ayat (2) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek):

1. Merek tersebut tidak digunakan selama tiga (3) tahun berturut-turut dalam perdagangan sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali apabila ada alasan yang dapat diterima oleh Direktorat Jenderal;
2. Merek digunakan untuk jenis barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang dimohonkan pendaftaran termasuk pemakaian merek yang tidak sesuai dengan merek yang didaftar.

Penghapusan Merek tersebut akan dicatat dalam Daftar Umum Merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek sesuai dengan ketentuan Pasal 61 ayat 4 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Bagi pihak yang mereknya ditolak, dapat mengajukan keberatan atas pembatalan tersebut ke Pengadilan Niaga sebagaimana dimaksud Pasal 61 ayat (5) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

## **I. Perlindungan terhadap Merek Dagang dan Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar**

Perlindungan hukum merek yang diberikan baik kepada merek asing atau lokal, terkenal atau tidak terkenal hanya diberikan kepada merek yang terdaftar. Perlindungan hukum tersebut dapat berupa perlindungan yang bersifat preventif maupun represif, yaitu sebagai berikut.

### **1. Perlindungan hukum preventif**

Perlindungan hukum yang bersifat preventif dilakukan melalui pendaftaran merek. Bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu sepuluh (10) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek (*filling date*) yang bersangkutan.

### **2. Perlindungan hukum represif**

Perlindungan hukum yang bersifat represif dilakukan jika terjadi pelanggaran hak atas merek melalui gugatan perdata dan atau tuntutan pidana. Bahwa pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas merek baik dalam wujud gugatan ganti rugi atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum. Pemilik merek terdaftar juga memiliki hak untuk mengajukan permohonan pembatalan pendaftaran merek terhadap merek yang ia miliki yang didaftarkan orang lain secara tanpa hak.

Pasal 28 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek berbunyi:

”Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu sepuluh (10) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.”

Bunyi Pasal tersebut berarti bahwa Undang-undang Merek yang berlaku saat ini memberikan perlindungan terhadap merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu selama sepuluh (10) tahun lamanya. Jangka waktu perlindungan tersebut dapat diperpanjang lagi dengan mengajukan permohonan perpanjangan perlindungan terhadap merek yang sama.

## **J. Pelanggaran Merek dan Penyelesaian Sengketa Merek**

Menurut Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu dalam Pasal 76 ayat (1) jo. Pasal 77, seorang pemilik merek atau penerima lisensi merek dapat menuntut seseorang yang tanpa izin telah menggunakan merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain yang bergerak dalam bidang perdagangan atau jasa yang sama. Setelah itu, Pengadilan Niaga-lah yang berwenang menyidangkan kasus tersebut (Pasal 76 ayat (2) Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek). Putusan dari Pengadilan Niaga dapat diajukan kasasi ke Mahkamah Agung (Pasal 79 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek).

Pasal 84 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memberikan pilihan penyelesaian sengketa merek melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Pendekatan**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis empiris.

Penelitian yuridis dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka yang merupakan data sekunder dan juga disebut penelitian kepustakaan. Penelitian empiris dilakukan dengan cara meneliti di lapangan yang merupakan data primer.<sup>25</sup>

Pendekatan yuridis dalam penelitian ini adalah dengan menganalisa berbagai peraturan tentang perlindungan hukum atas merek berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek terhadap produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang. Sedangkan pendekatan empiris dalam penelitian ini adalah dengan menganalisa perilaku masyarakat terhadap pelaksanaan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, khususnya para pemilik merek produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang.

---

<sup>25</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, 1990, *Metodologi Penelitian Hukum dan Yurimetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hal. 9.

## **B. Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis. Deskripsi yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Biasanya penelitian deskriptif seperti ini menggunakan metode survei.<sup>26</sup> Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran secara rinci, menyeluruh, dan sistematis mengenai kenyataan yang terjadi, yaitu mengenai pelaksanaan perlindungan hukum atas merek bagi pemilik yang berhak atas suatu merek berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

**Analitis dilakukan dengan adanya suatu analisa terhadap permasalahan yang telah dikemukakan di muka dengan menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku, pendapat para ahli, dan teori-teori ilmu hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum atas merek produk makanan khas kota Semarang yaitu wingko babat yang terletak di Jalan Pandanaran Semarang yang diberikan kepada para pemilik hak atas merek-merek wingko babat tersebut.**

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan atau himpunan objek dengan ciri yang sama. Populasi dapat berupa himpunan orang, benda (hidup atau mati), kejadian, kasus-kasus, waktu atau tempat dengan sifat atau ciri yang sama.<sup>27</sup> Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sebagai populasi penelitian adalah keseluruhan

---

<sup>26</sup> Altherton & Klemmack (Irawan Soehartono), 1999, *Metode Penelitian Sosial – Suatu Tehnik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosda Karya, hal. 63.

<sup>27</sup> Bambang Sunggono, 2005, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo, hal. 118.

merek produk wingko babat yang diperdagangkan di Jalan Pandanaran Semarang yang telah menggunakan merek berkaitan dengan penerapan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dalam rangka pelaksanaan perlindungan hukum atas merek.

## **2. Sampel**

Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi.<sup>28</sup> Dalam penelitian ini akan digunakan teknik *nonrandom sampling*, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random, atau daerah tetapi didasarkan adanya tujuan tertentu.<sup>29</sup>

**Sampel dalam penelitian ini ada delapan (8), yaitu:**

- a. dua (2) sampel atas merek wingko babat yang mereknya sudah didaftarkan menurut Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek;**
- b. enam (6) sampel atas merek wingko babat yang mereknya belum didaftarkan.**

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hal. 119.

<sup>29</sup> Suharsimi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian - Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, hal. 117.

#### **D. Responden**

Responden yang akan menjadi sumber pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. dua (2) orang pemilik produk wingko babat di kota Semarang yang mereknya sudah didaftarkan, yaitu:
  - a. pemilik merek STOOM MINI, oleh N.N. Meniko, beralamat di Jalan Pandean Tamanharjo 83 Semarang;
  - b. pemilik merek KM. MUTIARA, oleh Sri Hartati (Chandra), beralamat di Jalan Kampung Pekunden Tengah 1037 Semarang;
2. enam (6) orang pemilik produk wingko babat di kota Semarang yang mereknya belum didaftarkan, yaitu:
  - a. pemilik merek TIGA KELAPA MUDA, oleh Indra, beralamat di Jalan Gajah Mungkur Dalam RT. 01 RW. 09 Semarang;
  - b. pemilik merek SURYA, oleh Suryadi, beralamat di Jalan Kranggan Dalam 234 Semarang;
  - c. pemilik merek PAK MOEL, oleh Moel, beralamat di Jalan Pekunden Tengah 1106 Semarang;
  - d. pemilik merek STASIUN LOKOMOTIF, oleh Sumardi, beralamat di Jalan Brotojoyo Timur IV Nomor 3 Semarang;
  - e. pemilik merek MANGGA DUA, oleh Fendi, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H20 Semarang;

- f. pemilik merek KAPAL LAUT, oleh Siswanto, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H31 Semarang.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari masyarakat.<sup>30</sup> Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data melalui studi lapangan berupa wawancara responden.

### **2. Data Sekunder**

Untuk memperoleh data sekunder, penulis akan melakukan studi kepustakaan yang terdiri dari:

#### **a. Bahan hukum primer, yaitu:**

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek;

#### **b. Bahan hukum sekunder, yaitu:**

1). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa bagi Pendaftaran Merek;

2). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2005 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan

---

<sup>30</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, 1982, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hal. 52.

Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia;

- 3). Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor M.01.HC.04.03 Tahun 2007 tentang Pencabutan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor M.01.HC.04.03 Tahun 2005 tentang Pengamanan Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual.

#### **F. Metode Analisis Data**

Setelah data primer maupun sekunder terkumpul, lalu dipilah-pilah dan dikelompokan secara sistematis. Pengelompokan dilakukan berdasarkan kebutuhan yang disesuaikan dengan permasalahan yang diambil.

Data yang telah dikelompokan secara sistematis itu dianalisa dengan menggunakan metode analisa kualitatif. Analisa data kualitatif adalah suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan juga perilakunya yang nyata diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Soerjono Soekanto, 1991, *Penelitian Hukum Normatif – Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hal. 12.

### **G. Metode Penyajian Data**

Data-data yang sudah dikumpulkan, baik data primer maupun data sekunder kemudian diedit, yaitu dengan memeriksa dan meneliti data agar diperoleh data yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan sesuai kenyataan. Dalam editing ini juga dilakukan pembetulan data yang keliru, menambahkan data yang kurang, serta melengkapi data yang belum lengkap. Setelah itu data yang telah diedit disajikan dalam bentuk uraian yang menggambarkan pelaksanaan perlindungan hukum bagi pemilik atau pemegang hak atas merek produk makanan khas – wingko babat yang berlokasi di sepanjang Jalan Pandanaran Semarang. Lalu hasil analisa tersebut dilaporkan dalam bentuk tesis.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. HASIL PENELITIAN**

##### **1. Pelaksanaan Perlindungan Hukum terhadap Pemilik Merek Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang**

Sepanjang jalan Pandanaran – Semarang telah menjadi pusat penjualan makanan khas Kota Semarang yang selalu dikunjungi wisatawan untuk membekali diri mereka dengan oleh-oleh bagi sanak keluarga dan kerabatnya. Tempat ini sangat mudah dicapai karena terletak di tengah kota, yaitu dimulai dari Tugu Muda sampai mulut Jalan Kyai Saleh (Borgota). Pada sisi kiri dan kanan jalan berjejer toko atau gerai yang menjual aneka oleh-oleh khas Semarang, diantaranya bandeng presto, lunpia, dan wingko babat. Ketiga makanan ini merupakan makanan khas yang menjadi sasaran utama para pencari oleh-oleh dari Semarang. Di sana terdapat Toko Bandeng Presto, Toko Dryana, Toko Bonafid, Toko Bandeng Juwana dan puluhan pedagang yang menjamur di tepi jalan. Mereka mendirikan kios-kios kecil seperti layaknya pedagang kaki lima. Wingko babat merupakan salah satu makanan khas Semarang yang dijual di sepanjang Jalan Pandanaran ini, baik dijual di toko-toko maupun di kios-kios depan toko dengan berbagai macam merek dan rasa. Di antaranya ada rasa kelapa, coklat, nangka, dan durian.

Wingko babat adalah salah satu makanan ringan yang menjadi makanan khas dari Semarang. Berbentuk kue pipih putih kecoklatan dengan rasa yang kenyal. Bahan utamanya adalah kelapa. Wingko babat disajikan dalam sebuah kemasan sederhana berupa amplop kertas kecil yang bertuliskan nama atau merek dan bergambarkan logo tertentu. Terdapat sembilan (9) merek wingko babat yang dijual oleh para penjaja makanan khas Semarang di sepanjang Jalan Pandanaran tersebut, yaitu merek KERETA API, STOOM MINI, KM. MUTIARA, TIGA KELAPA MUDA, SURYA, PAK MOEL, STASIUN LOKOMOTIF, MANGGA DUA, dan KAPAL LAUT. Penjual wingko babat merek-merek tersebut tidak semuanya produsen dari wingko babat tersebut. Mereka hanya dititipi menjual wingko babat tersebut, sehingga dalam satu (1) gerai terdapat beberapa macam merek wingko babat yang dijual.

Awalnya, masyarakat Kota Semarang hanya mengenal wingko babat bermerek KERETA API yang kemasannya bergambar kereta api dan tertulis dibuat oleh "D. Muljono". Selain itu juga dicantumkan lokasi penjualan "dapat dibeli pada Bupet PJKA Semarang Tawang atau di Jl. Cendrawasih 14". Wingko babat merek tersebut cukup laris dan telah menjadi salah satu makanan khas Kota Semarang yang wajib dijadikan oleh-oleh para tamu dari luar kota. Wingko babat merek KERETA API tersebut diproduksi sekitar awal tahun 1946 oleh J.H. Sinata, SH dengan istrinya D. Muljono. Tidak lama kemudian, muncul kompetitor Lies yang menggunakan gambar kereta api tetapi ditambahi kata "expres"

sehingga mereknya berbunyi KERETA API EXPRES. Tidak hanya itu, muncul juga merek KERETA API SENJA UTAMA oleh N. Hafiah dan lain-lain.



Munculnya berbagai merek wingko babat di pasaran membuat masyarakat menjadi bingung. Hal ini disebabkan karena meski namanya berbeda-beda tetapi gambar pada kemasannya menyerupai kereta api semua. Setelah dimakan, rasa dan ukuran berbeda. Namun, dalam perkembangannya, masyarakat ada yang tetap percaya pada kualitas wingko babat yang diproduksi oleh D. Muljono, ada pula yang memilih wingko babat merek yang lain yang lebih murah (meskipun ukurannya lebih kecil).

Merasa dirugikan, akhirnya D. Muljono mengajukan pengumuman dan peringatan merek terhadap para produsen wingko babat lainnya yang masih menggunakan gambar kereta api dalam kemasan produknya agar mengganti

gambar dan nama pada produk wingko babatnya. Para produsen wingko babat lain tidak boleh lagi memakai nama dan gambar kereta api. Setelah itu, para produsen wingko babat yang memakai nama dan gambar kereta api pada kemasan produknya pun mengganti nama dan gambar kemasan produk wingko babatnya. Hal ini mengakibatkan munculnya banyak merek wingko babat selain merek KERETA API di Semarang.

Merek-merek wingko babat yang kemudian bermunculan setelah adanya somasi dari pemilik wingko babat merek KERETA API dan masih tetap eksis dalam usaha wingko babat di Semarang adalah wingko babat:

- a. merek STOOM MINI, dibuat oleh Koospindiharjo, B.D.N. N.N. Meniko, beralamat di Jalan Pandean Tamanharjo 83 Semarang;
- b. merek KM. MUTIARA, dibuat oleh Sri Hartati, beralamat di Jalan Kampung Pekunden Tengah 1037 Semarang;
- c. merek TIGA KELAPA MUDA, dibuat oleh Indra, beralamat di Jalan Gajah Mungkur Dalam RT. 01 RW. 09 Semarang;
- d. merek SURYA, dibuat oleh Suryadi, beralamat di Jalan Kranggan Dalam 234 Semarang;
- e. merek PAK MOEL, dibuat oleh Moel, beralamat di Jalan Pekunden Tengah 1106 Semarang;
- f. merek STASIUN LOKOMOTIF, dibuat oleh Sumardi, beralamat di Jalan Brotojoyo Timur IV Nomor 3 Semarang;

- g. merek MANGGA DUA, dibuat oleh Fendi, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H20 Semarang;
- h. merek KAPAL LAUT, dibuat oleh Siswanto, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H31 Semarang.

Dari delapan (8) merek yang diperdagangkan tersebut, hanya dua (2) orang produsen wingko babat yang sudah mempunyai sertifikat merek, sedangkan enam (6) orang produsen yang lainnya belum mempunyai sertifikat merek atas merek yang digunakannya. Kedelapan merek tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Dua (2) merek produk wingko babat yang sudah didaftarkan di Direktorat Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) atau telah dituangkan dalam sertifikat merek, yaitu wingko babat:

**1). Merek STOOM MINI**

Dibuat oleh Koospindiharjo, B.D.N. N.N. Meniko, beralamat di Jalan Pandean Tamanharjo 83 Semarang.



Koospindiharjo telah berjualan wingko babat sejak tahun 1979 dengan merek STOOM MINI yang merupakan buatannya sendiri. Merek ini baru didaftarkan tahun 2003. Setahun kemudian, barulah terbit sertifikat merek yang menghabiskan biaya pendaftaran sampai dengan satu jutaan rupiah.

Menurut penuturan Koospindiharjo, biaya tersebut bukan masalah. Yang penting adalah merek tersebut terdaftar dalam Daftar Umum Merek dengan tanda bukti sertifikat merek yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI). Dengan mempunyai sertifikat, ia tidak takut apabila suatu ketika ada pihak lain yang menggugat. Selain itu, ia bisa menjalankan usahanya dengan tenang.

Pada kemasan produknya, sudah terdapat huruf 'R' sebagai indikasi bahwa merek tersebut sudah terdaftar.

## **2). Merek KM. MUTIARA**

Dibuat oleh Sri Hartati, beralamat di Jalan Kampung Pekunden Tengah 1037 Semarang.



Sri Hartati telah berjualan wingko babat sejak tahun 1979. Saat itu, wingko babat yang dijualnya bukan hasil produksinya sendiri. Ia hanya menjual wingko babat merek N.N. MENIKO yang merupakan salah satu merek wingko babat yang pernah diproduksi oleh Koospindiharjo (pemilik merek STOOM MINI). Kemudian, sekitar tahun 2001, Sri Hartati memproduksi sendiri wingko babat yang dijualnya dengan merek KM MUTIARA. Merek ini baru didaftarkan tahun 2003. Ia menyadari bahwa dengan didaftarkannya merek yang digunakannya, ia akan memperoleh jaminan hukum sehingga tidak takut bila ada yang menggugatnya.

Selain itu, menurutnya, dengan mendaftarkan mereknya, dapat mengantisipasi mereknya tidak dipakai orang lain tanpa izin serta tidak perlu susah-susah mengganti merek.

Pada kemasan produknya belum terdapat huruf 'R' meskipun merek tersebut sudah terdaftar dan dalam hal ini pemilik merek masih menggunakan kemasan yang lama.

- b. Enam (6) merek produk wingko babat yang belum didaftarkan di Direktorat Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), yaitu wingko babat:

**1). Merek TIGA KELAPA MUDA**

Dibuat oleh Indra, beralamat di Jalan Gajah Mungkur Dalam RT. 01 RW. 09 Semarang.



Indra berjualan wingko babat sejak tahun 2003. Wingko babat tersebut merupakan buatannya sendiri yang diberi merek TIGA KELAPA MUDA. Merek ini belum pernah didaftarkan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) karena alasan prosedur pendaftaran yang lama serta biaya yang mahal.

## 2). Merek SURYA

Dibuat oleh Suryadi, beralamat di Jalan Kranggan Dalam 234 Semarang.



Suryadi sudah berjualan wingko babat sejak tahun 1993 milik Koospindiharjo dengan merek N.N. MENIKO. Setelah itu, Suryadi mencoba membuat sendiri wingko babat yang dijualnya dengan merek SURYA. Merek tersebut belum pernah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) dengan alasan tidak mempunyai biaya.

### 3). Merek PAK MOEL

Dibuat oleh Moel, beralamat di Jalan Pekunden Tengah 1106 Semarang.



Moel berjualan wingko babat sejak tahun 1997 dengan merek N.N. MENIKO milik Koospindiharjo. Sekarang Moel sudah memproduksi sendiri wingko babat yang dijualnya dengan merek PAK MOEL dan bergambar pesawat terbang. Merek ini belum pernah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) karena merasa biayanya terlalu mahal dan merasa kurang diperlukan.

#### 4). Merek STASIUN LOKOMOTIF

Dibuat oleh Sumardi, beralamat di Jalan Brotojoyo Timur IV Nomor 3 Semarang.



Sumardi berjualan wingko babat sejak tahun 1980 dengan merek LOKOMOTIF yang merupakan hasil produksinya sendiri. Merek tersebut pernah dimohonkan pendaftaran di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI), tetapi ditolak karena mempunyai kesamaan pada pokoknya dengan merek KERETA API, yaitu sama-sama bergambar kereta api.

Setelah adanya somasi dari pihak D. Muljono sebagai pemilik merek KERETA API, Sumardi kemudian mengganti mereknya menjadi STASIUN LOKOMOTIF yang bergambarkan stasiun kereta api. Merek ini sudah dimohonkan pendaftaran di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) namun juga ditolak. Penolakan terjadi karena merek yang didaftarkannya tersebut terdapat kesamaan pada pokoknya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu dalam Daftar Umum Merek.

Pada kemasan produknya bermerek STASIUN LOKOMOTIF sudah terdapat huruf 'R' meskipun belum terdaftar secara sah dalam Daftar Umum Merek.

##### 5). Merek MANGGA DUA

Dibuat oleh Fendi, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H20 Semarang.



Fendi sudah berjualan wingko babat sejak lima (5) tahun yang lalu atau tahun 2002. Wingko babat yang dijualnya saat itu adalah merek KERETA API, bukan buatannya sendiri.

Saat ini, Fendi sudah memproduksi sendiri wingko babat yang dijualnya dengan merek MANGGA DUA. Merek tersebut tidak pernah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) karena takut persyaratan yang rumit dan lama serta biaya pendaftaran yang besar.

#### 6). Merek KAPAL LAUT

Dibuat oleh Siswanto, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H31 Semarang.



Siswanto merupakan penerus usaha wingko babat yang telah dijalankan oleh almarhum suaminya. Mereka telah memproduksi dan menjual wingko babat sejak tahun 2000 dengan merek KERETA API SENJA EKONOMI. Merek ini mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek KERETA API milik D. Muljono. Setelah D. Muljono mengeluarkan somasi, Siswanto mengganti mereknya menjadi KAPAL LAUT yang dijualnya hingga saat ini. Merek ini belum pernah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI).

## **2. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Didaftarkannya dan Tidak Didaftarkannya Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya**

Hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi didaftarkannya dan tidak didaftarkannya merek atas produk makanan khas – wingko babat di kota Semarang oleh para produsennya dikelompokkan dalam dua bagian besar di bawah ini.

### **a. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Didaftarkannya Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya**

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua produsen wingko babat yang telah mempunyai sertifikat merek atau dengan kata lain merek yang mereka sudah terdaftar dalam Daftar Umum Merek, yaitu:

- 1). Koospindiharjo, B.D.N., NN. Meniko, pemilik wingko babat merek STOOM MINI; dan
  - 2). Sri Hartati, pemilik wingko babat merek KM. MUTIARA;
- dapat digambarkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 1**  
**Alasan Didaftarkannya Merek Wingko Babat oleh Produsennya**  
**di Kota Semarang**

No.	Jawaban	Jumlah Penjawab	Persentase (%)
1	Mempunyai sertifikat merek sebagai tanda bukti yang kuat.	2	100
2	Memperoleh jaminan perlindungan hukum atas merek yang dipakai bila suatu saat digugat orang lain.	2	100
3	Mencegah pihak lain memakai merek tersebut.	2	100
4	Tenang dalam menjalankan usaha.	1	50
5	Menghindari pemalsuan merek.	1	50

**Keterangan Tabel**

Jumlah Responden : Dua (2) orang.

Sumber Tabel : Olahan data hasil penelitian bulan April-Mei 2007.

Berdasarkan Tabel 1 tersebut di atas, terdapat lima (5) faktor atau alasan yang menjadi latar belakang kedua responden mendaftarkan merek yang

mereka pakai pada kemasan wingko babat yang mereka jual. Alasan pertama adalah diperolehnya sertifikat merek sebagai alat bukti yang kuat bagi mereka (100%). Alasan kedua adalah memperoleh jaminan perlindungan hukum atas merek yang dipakai apabila suatu saat digugat oleh orang lain. Alasan yang ketiga adalah mencegah pihak lain yang ingin memakai merek mereka tanpa izin (100%). Alasan yang keempat adalah agar tenang dalam menjalankan usaha wingko babatnya (50%). Dan alasan yang kelima adalah untuk menghindari pemalsuan merek (50%).

Jadi, dari kedua responden tersebut, seratus persen (100%) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi mereka mendaftarkan merek wingko babat yang mereka jual adalah:

- 1). Adanya sertifikat merek sebagai alat bukti yang kuat bagi mereka;
- 2). Memperoleh jaminan perlindungan hukum atas merek yang dipakai apabila suatu saat digugat oleh orang lain;
- 3). Mencegah pihak lain yang ingin memakai merek mereka tanpa izin.

Sedangkan lima puluh persen (50%) mengatakan bahwa didaftarkannya merek tersebut adalah:

- 1). Agar tenang dalam menjalankan usaha wingko babatnya;
- 2). Untuk menghindari pemalsuan merek.

**b. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Tidak Didaftarkan Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya**

Berdasarkan hasil wawancara dengan keenam produsen wingko babat yang belum mempunyai sertifikat merek atau dengan kata lain merek yang mereka belum terdaftar dalam Daftar Umum, yaitu:

- 1). Indra, pemilik wingko babat merek TIGA KELAPA MUDA;
  - 2). Suryadi, pemilik wingko babat merek SURYA;
  - 3). Moel, pemilik wingko babat merek PAK MOEL;
  - 4). Sumardi, pemilik wingko babat merek STASIUN LOKOMOTIF;
  - 5). Fendi, pemilik wingko babat merek MANGGA DUA; dan
  - 6). Siswanto, pemilik wingko babat merek KAPAL LAUT;
- dapat digambarkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 2**  
**Alasan Tidak/Belum Didaftarkannya Merek Wingko Babat oleh**  
**Produsennya di Kota Semarang**

No.	Jawaban	Jumlah Penjawab	Persentase (%)
1	Biaya mahal.	5	83,33
2	Tidak merasa perlu.	2	33,33
3	Persyaratannya rumit.	2	33,33
4	Prosedurnya pendaftarannya lama.	2	33,33

**Keterangan Tabel**

Jumlah Responden : Enam (6) orang.

Sumber Tabel : Olahan data hasil penelitian bulan April-Mei 2007.

Berdasarkan Tabel 2 tersebut di atas, terdapat empat (4) faktor atau alasan yang menjadi latar belakang keenam responden tidak/belum mendaftarkan merek yang mereka pakai pada kemasan wingko babat yang mereka jual. Alasan yang paling dominan adalah faktor biaya yang dirasa mahal (83,33%). Alasan yang kedua tidak merasa perlu didaftar (33,33%). Alasan yang ketiga adalah persyaratannya yang rumit (33,33%). Dan alasan yang keempat adalah prosedur pendaftaran yang lama (33,33%).

Jadi, dari keenam responden tersebut, delapan puluh tiga koma tiga puluh tiga persen (83,33%) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi mereka tidak/belum mendaftarkan merek wingko babat yang mereka jual adalah

karena masalah biaya pendaftaran yang mahal. Sedangkan tiga puluh tiga koma tiga puluh tiga persen mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi mereka tidak/belum mendaftarkan merek wingko babat yang mereka jual adalah karena tiga (3) hal berikut.

- 1). Tidak merasa perlu didaftar;
- 2). Persyaratannya yang rumit; dan
- 3). Prosedur pendaftaran yang lama.

Meskipun belum mempunyai sertifikat merek, tapi dari keenam responden tersebut terdapat lima (5) produsen merasa perlu mendaftarkan merek dagang yang mereka gunakan, yaitu:

- 1). Indra, pemilik wingko babat merek TIGA KELAPA MUDA;
- 2). Suryadi, pemilik wingko babat merek SURYA;
- 3). Sumardi, pemilik wingko babat merek STASIUN LOKOMOTIF;
- 4). Fendi, pemilik wingko babat merek MANGGA DUA;
- 5). Siswanto, pemilik wingko babat merek KAPAL LAUT.

Sedangkan seorang produsen menjawab tidak tahu mengenai perlu tidaknya dilakukan pendaftaran atas merek yang dipakainya, yaitu Moel, pemilik wingko babat merek PAK MOEL.

Kelima responden tersebut mempunyai alasan-alasan perlunya melakukan pendaftaran merek yang mereka pakai meskipun mereka belum mempunyai sertifikat merek karena faktor biaya. Alasan-alasan tersebut dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3**  
**Alasan Perlunya Mendaftarkan Merek Wingko Babat oleh Produsennya di Kota Semarang**

No.	Jawaban	Jumlah Penjawab	Persentase (%)
1	Untuk memperoleh hak atas jaminan perlindungan hukum terhadap merek dengan adanya sertifikat merek.	3	50
2	Untuk menghindari pemalsuan merek atau pembajakan.	3	50
3	Tidak tahu.	1	16,66
4	Tidak ada pihak lain yang dapat memakai merek tanpa izin.	2	33,33
5	Tidak perlu susah-susah mengganti merek.	1	16,66
6	Perasaan menjadi lebih tenang.	1	16,66

**Keterangan Tabel**

Jumlah Responden : Enam (6) orang.

Sumber Tabel : Olahan data hasil penelitian bulan April-Mei 2007.

Berdasarkan data dari Tabel 3 di atas, ada lima (5) alasan perlunya melakukan pendaftaran merek meskipun para responden tersebut belum/tidak melakukan pendaftaran merek mereka. Lima (5) alasan tersebut adalah sebagai berikut.

- 1). Untuk memperoleh hak atas jaminan perlindungan hukum terhadap merek dengan adanya sertifikat merek (50% dari enam (6) responden);
- 2). Menghindari pemalsuan merek atau pembajakan (50% dari enam (6) responden);
- 3). Tidak ada pihak lain yang dapat memakai merek mereka tanpa izin (33,33% dari enam (6) responden);
- 4). Tidak ingin susah-susah mengganti merek (16,66% dari enam (6) responden);
- 5). Perasaan menjadi lebih tenang (16,66% dari enam (6) responden).

Sedangkan 16,66% dari enam (6) responden menjawab tidak tahu.

Jadi, alasan utama para responden merasa pentingnya melakukan pendaftaran merek yang mereka pakai adalah guna memperoleh hak atas jaminan perlindungan hukum dengan memiliki sertifikat merek sehingga dapat menghindari pemalsuan merek atau pembajakan atas merek mereka (50% dari enam (6) responden).

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Pelaksanaan Perlindungan Hukum terhadap Pemilik Merek Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang**

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 aset dari suatu perusahaan.

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. Termasuk pula Undang-undang Merek di Indonesia, tepatnya pada tanggal 1 Agustus 2001 mulai diberlakukan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang menggantikan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek. Perubahan ini bertujuan

untuk mengantisipasi perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang telah mendukung kegiatan di sektor perdagangan semakin meningkat secara pesat, mempertahankan iklim persaingan usaha yang sehat, serta menampung beberapa aspek dalam Persetujuan TRIPs yang belum dimuat dalam Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek.

Lahirnya Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memberikan warna baru dalam dunia usaha di Indonesia. Dalam hal ini adalah usaha wingko babat di Semarang. Merek menjadi salah satu unsur penting yang dapat mewakili produsen wingko babat untuk memperkenalkan identitas produknya kepada masyarakat luas. Melalui merek dapat digambarkan kualitas masing-masing merek wingko babat yang dijual.

Wingko babat merupakan salah satu makanan khas Kota Semarang yang diminati banyak orang. Sudah menjadi umum bahwa setiap orang yang berkunjung ke Kota Semarang ataupun setiap orang Semarang yang akan berkunjung ke daerah lain akan membeli wingko babat sebagai salah satu oleh-oleh dari Semarang. Hal ini tentu saja dilirik oleh para produsen makanan sehingga muncul banyak produsen wingko babat dengan merek yang bermacam-macam.

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

wingko babat atau pemakaian merek wingko babat milik orang lain secara tanpa izin. Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik merek wingko babat yang sebenarnya apabila kualitas wingko babat yang dijual tidak sama dengan kualitas wingko babat yang asli. Selain itu juga menimbulkan kebingungan bagi masyarakat luas.

Undang-undang Merek diciptakan guna mengantisipasi hal-hal tersebut di atas. Namun, agar merek wingko babat 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 wingko babat yang dijual di Jalan Pandanaran Semarang termasuk merek dagang. Hal ini dikarenakan merek tersebut digunakan dalam rangka memperdagangkan wingko babat yang dilakukan oleh perseorangan atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum. Merek yang tertera pada kemasan wingko babat yang dijual tersebut menjadi pembeda dari produk-produk wingko babat 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 wingko babat 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 Pasal 3 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.”

Berdasarkan hasil penelitian, dari delapan (8) merek wingko babat yang dijual di Jalan Pandanaran Semarang, hanya ada dua (2) merek yang sudah memiliki sertifikat merek, yaitu merek STOOM MINI dan KM MUTIARA. Dengan adanya sertifikat merek, kedua produsen wingko babat yaitu

Koospindiharjo (merek STOOM MINI) dan Sri Hartati (merek KM MUTIARA) 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 wingko babat 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 wingko babat lain menggunakan merek dengan tulisan ataupun gambar yang sama pada kemasannya.

Hak tersebut tidak diberikan kepada para produsen yang belum memiliki sertifikat merek. Dalam kelanjutan usahanya, merek yang mereka gunakan bisa digunakan oleh orang lain. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek tidak memberikan perlindungan hukum bagi merek yang belum terdaftar dalam Daftar Umum Merek. Sehingga, produsen yang belum mendaftarkan mereknya tidak bisa melakukan tindakan hukum atau gugatan kepada pihak ketiga yang memakai merek mereka tanpa izin.

Berdasarkan hasil penelitian, ada enam (6) merek wingko babat yang dijual di Jalan Pandanaran Semarang yang belum memiliki sertifikat merek atas produk wingko babat yang mereka perdagangkan, yaitu:

- a. merek TIGA KELAPA MUDA, dibuat oleh Indra, beralamat di Jalan Gajah Mungkur Dalam RT. 01 RW. 09 Semarang;
- b. merek SURYA, dibuat oleh Suryadi, beralamat di Jalan Kranggan Dalam 234 Semarang;
- c. merek PAK MOEL, dibuat oleh Moel, beralamat di Jalan Pekunden Tengah 1106 Semarang;
- d. merek STASIUN LOKOMOTIF, dibuat oleh Sumardi, beralamat di Jalan Brotojoyo Timur IV Nomor 3 Semarang;
- e. merek MANGGA DUA, dibuat oleh Fendi, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H20 Semarang;
- f. merek KAPAL LAUT, dibuat oleh Siswanto, beralamat di Jalan Purwosari Perbalan H31 Semarang.

Agar pemilik merek dapat mempunyai sertifikat merek, mereka harus mengajukan permohonan pendaftaran merek kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI). Syarat dan tatacara pendaftaran merek telah diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu dalam Pasal 7 sampai dengan Pasal 12. Permohonan pendaftaran merek harus diajukan secara tertulis, diketik dalam bahasa Indonesia pada blangko formulir permohonan

yang telah disediakan dan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya dan dibuat dalam rangkap empat. Surat permohonan pendaftaran merek tersebut dilampiri dengan:

- a. fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang dilegalisir. Bagi pemohon yang berasal dari luar negeri sesuai dengan ketentuan undang-undang harus memilih tempat kedudukan di Indonesia, biasanya dipilih pada alamat kuasa hukumnya;
- b. fotokopi akta pendirian badan hukum yang telah disahkan oleh notaris apabila permohonan diajukan atas nama badan hukum;
- c. fotokopi peraturan pemilikan bersama apabila permohonan diajukan atas nama lebih dari satu orang (merek kolektif);
- d. surat kuasa khusus apabila permohonan pendaftaran dikuasakan;
- e. tanda pembayaran biaya permohonan;
- f. 20 (duapuluh) helai etiket merek dengan ukuran maksimal 9X9 cm, minimal 2X2 cm;
- g. surat pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.

Permohonan untuk dua kelas barang atau lebih dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan pendaftaran merek dan biayanya diatur dalam

Lampiran Angka XIV Nomor 1 huruf a Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2005 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia, yaitu:

- a. Untuk satu (1) kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 450.000,- (empat ratus lima puluh ribu rupiah).
- b. Untuk dua (2) kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 950.000,- (sembilan ratus lima puluh ribu rupiah).
- c. Untuk tiga (3) kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah).

Berdasarkan hasil penelitian, pengurusan permohonan pendaftaran merek sampai selesai (dalam arti diterbitkannya sertifikat merek atas nama pemilik) dikuasakan kepada konsultan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang berwenang. Pemohon hanya perlu membayar biaya permohonan pendaftaran sesuai peraturan perundangan yang berlaku di tempat yang ditunjuk. Setelah itu kuasa hukumnya yang akan mengirimkan berkas permohonan beserta kelengkapannya ke Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia – Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) yang beralamat di Jalan Daan Mogot Km. 24 Tangerang, Jawa Barat.

Setelah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) menerima berkas permohonan pendaftaran merek dan kelengkapannya, maka akan

dilakukan pemeriksaan terhadap pengisian formulir pendaftaran merek serta lampiran-lampiran yang disertakan. Apabila terdapat kekurangan persyaratan, pemohon diberi waktu paling lama dua (2) bulan terhitung sejak tanggal pengiriman surat permohonan untuk memenuhi kelengkapan persyaratan yang diwajibkan. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 13 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Apabila dalam waktu dua (2) bulan itu pemohon tidak melengkapi persyaratan, maka Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) akan memberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya bahwa permohonannya dianggap ditarik kembali dan segala biaya yang telah dibayarkan tidak dapat ditarik kembali.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor biaya menjadi salah satu kendala bagi keenam merek wingko babat yang belum didaftarkan. Selain itu, prosedur pendaftaran merek dirasa terlalu lama dan persyaratannya rumit. Usaha wingko babat di Semarang belum menjadi usaha menengah ke atas karena masih diproduksi dengan modal kecil dan dalam skala industri kecil. Keuntungan yang diperoleh produsen tersebut pun relatif kecil. Hal tersebut menimbulkan keraguan bagi mereka untuk mengeluarkan biaya minimal Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah) dalam rangka pengurusan pendaftaran merek. Apalagi setelah mengeluarkan biaya tersebut tidak dijamin bahwa merek tersebut akan diterima permohonan pendaftarannya. Hal ini seperti yang dialami oleh salah satu produsen wingko babat yang belum mempunyai sertifikat merek, yaitu Sumardi, pemilik dan

produsen wingko babat merek STASIUN LOKOMOTIF. Menurut penuturan Sumardi, ia telah mengubah gambar dan kata-kata pada merek yang didaftarkan dari "LOKOMOTIF" menjadi "STASIUN LOKOMOTIF". Tetapi oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) masih dianggap mempunyai kesamaan pada pokoknya dengan merek lain yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek, yaitu pada kata "lokomotif". Padahal ia sudah mendaftarkan mereknya sampai dua (2) kali dan telah mengeluarkan biaya pendaftaran merek yang tidak dikembalikan meskipun permohonan pendaftaran mereknya tidak diterima. Sampai saat ini, Sumardi masih ragu untuk mencoba mendaftarkan mereknya lagi karena takut akan ditolak lagi. Hal ini mengakibatkan ia belum mempunyai sertifikat atas merek yang digunakannya dalam penjualan wingko babat yang diproduksinya sendiri sampai saat ini.

Menurut Pasal 6 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek bahwa suatu permohonan merek harus ditolak oleh Direktorat Jenderal hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) apabila:

- a. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- b. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- c. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang tidak

sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah;

- d. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal;
- e. merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- f. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau lembaga negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- g. 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.

Berdasarkan Pasal 6 tersebut, maka permohonan pendaftaran merek yang diajukan oleh Sumardi ditolak karena adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis; atau mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; atau mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah.

Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa tidak semua merek dapat didaftarkan dalam Daftar Umum Merek. Untuk dapat mendaftarkan merek, maka merek tersebut haruslah mempunyai daya pembeda sebagaimana dikemukakan Prof. Mr. Dr. Sudargo Gautama mengenai daya pembeda, yaitu sebagai berikut.

“Untuk mempunyai pembedaan ini, maka adalah syarat mutlak bahwa merek bersangkutan ini harus dapat memberikan penentuan atau “*individualisering*” daripada barang yang bersangkutan. Pihak ketiga akan melihat juga dan dapat membedakan karena adanya merek ini barang-barang hasil produksi seseorang dari hasil produksi orang lain.”<sup>32</sup>

Selanjutnya Prof. Mr. Dr. Sudargo Gautama juga mengemukakan bahwa:

“Merek ini harus merupakan suatu tanda. Tanda ini dapat dicantumkan pada barang yang bersangkutan atau bungkusan dari barang itu. Jika suatu barang hasil produksi suatu perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembedaan dianggap sebagai tidak cukup mempunyai kekuatan pembedaan dan karenanya bukan merupakan merek atau misalnya bentuk, warna, atau ciri lain dari barang atau pembungkusannya. Bentuk yang khas atau warna, warna dari sepotong sabun atau suatu *doos, tube*, dan botol. Semua ini tidak cukup mempunyai daya pembeda untuk dianggap sebagai suatu merek, tetapi dalam praktiknya kita saksikan bahwa warna-warna tertentu yang

---

<sup>32</sup> Djoko Prakoso, *op. cit.*, hal. 26.

dipakai dengan suatu kombinasi yang khusus dapat dianggap sebagai suatu merek.”<sup>33</sup>

Apabila merek yang didaftarkan tidak mempunyai kekuatan pembeda dengan merek yang lain untuk barang-barang yang sejenis, maka merek tersebut akan sulit diterima permohonannya oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Hal ini seperti yang dialami oleh Sumardi, pemilik dan produsen wingko babat merek STASIUN LOKOMOTIF.

Berbeda dengan para pedagang wingko babat lain, yaitu Indra (merek TIGA KELAPA MUDA), Suryadi (merek SURYA), Moel (merek PAK MOEL), Fendi (merek MANGGA DUA), dan Siswanto (merek KAPAL LAUT). Meskipun sudah memproduksi sendiri dan telah menggunakan merek sendiri, hingga saat ini belum pernah mendaftarkan merek yang mereka gunakan. Alasan utamanya adalah karena faktor biaya. Biaya permohonan pendaftaran yang berkisar antara Rp. 450.000,- (empat ratus lima puluh ribu rupiah) sampai dengan Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah) dan ditambah dengan biaya-biaya pelengkap lainnya dirasa terlalu berat bila dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh mereka. Hal inilah yang mengakibatkan perlindungan hukum terhadap merek tidak dapat terlaksana efektif.

Merek yang dimiliki kelima pengusaha wingko babat tersebut hanya akan dilindungi oleh hukum merek yang berlaku apabila sudah didaftarkan di

---

<sup>33</sup> H. OK. Saidin, *op. cit.*, hal. 349.

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) dengan tanda bukti berupa sertifikat merek yang diterbitkan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang 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.”

Meskipun demikian, berdasarkan penuturan para produsen wingko babat tersebut, pendaftaran merek perlu dilakukan demi melindungi merek yang telah mereka ciptakan dan komersilkan dalam waktu yang tidak singkat. Sampai saat ini, keenam produsen wingko babat tersebut belum mempunyai sertifikat merek. Tetapi, mereka berpandangan bahwa melakukan pendaftaran merek atas produknya sangat penting bagi kelancaran dan kelanjutan usaha mereka. Namun, hal itu tidak dapat dilaksanakan karena biaya yang dirasa mahal. Jadi, faktor utama yang menghalangi mereka mendaftarkan merek dagang mereka adalah faktor biaya. Biaya pendaftaran dirasa tidak seimbang dengan keuntungan penjualan wingko babat yang diterima, sebaliknya merupakan beban ekonomi bagi usaha mereka.

## **2. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Didaftarkannya dan Tidak Didaftarkannya Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya**

### **a. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Didaftarkannya Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya**

Para produsen wingko babat di Semarang yang telah mempunyai sertifikat merek berarti mereka telah mendaftarkan merek yang mereka pakai pada kemasan produknya. Merek yang mereka pakai terdaftar dalam Daftar Umum Merek sesuai ketentuan Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Sebuah merek dagang yang sudah terdaftar di Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual memberikan hak eksklusif bagi pemiliknya untuk mengeksploitasi dan menggunakannya di seluruh wilayah Indonesia. Maka sebaliknya, merek yang belum terdaftar di Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) tidak akan mempunyai hak eksklusif terhadap merek yang mereka gunakan. Apalagi hukum merek Indonesia menganut sistem "*first to file*" sehingga yang mendaftarkan pertama kali adalah yang berhak atas merek tersebut.

Berdasarkan penuturan dari kedua responden yang sudah mempunyai sertifikat merek, pendaftaran merek dilakukan agar memperoleh jaminan perlindungan hukum atas merek yang digunakan dan mempunyai sertifikat merek

sebagai tanda bukti hak/kepemilikan atas merek tersebut apabila suatu saat digugat oleh orang lain berhubungan dengan merek yang mereka gunakan (100%). Selain itu, alasan utama mereka melakukan pendaftaran merek adalah agar dapat mencegah pihak lain memakai merek mereka secara tanpa izin (100%), menghindari pemalsuan merek (50%), dan tenang dalam menjalankan usahanya (50%).

Dari hasil penelitian yang sudah diolah, ada tiga (3) faktor yang melatarbelakangi para produsen wingko babat yang telah mempunyai sertifikat merek mendaftarkan merek yang digunakannya, yaitu sebagai berikut.

#### 1). Faktor Hukum

Mereka menginginkan adanya kepastian hukum. Bagi mereka kepastian hukum itu adalah pada saat mereka diberikan suatu sertifikat merek sebagai tanda bukti hak kepemilikan yang kongkrit atas merek yang mereka pakai. Oleh karena itu, mereka merasa perlu dan wajib mendaftarkan merek yang telah mereka gunakan dalam bisnis wingko babat yang mereka jalankan.

Selain itu, dengan adanya sertifikat merek, mereka merasa lebih tenang dalam menjalankan bisnis wingko babatnya. Sebab mereka telah mempunyai alat bukti yang kuat seandainya suatu ketika ada pihak lain yang dengan sengaja ingin menggunakan merek yang mereka pakai tanpa izin. Ataupun bila suatu ketika ada pihak lain yang ingin menggugat merek yang mereka pakai, mereka bisa menunjukkan bahwa merekalah yang berhak atas merek tersebut karena telah terdaftar dalam Daftar Umum Merek sesuai

ketentuan Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek atas nama mereka.

## 2). Faktor Ekonomi

Semakin meningkatnya angka penjualan produk wingko babat dengan merek tertentu yang berarti semakin dikenalnya merek tersebut oleh masyarakat mendorong produsen wingko babat tersebut mengajukan permohonan pendaftaran merek yang telah mereka gunakan. Hal ini disebabkan dengan adanya peningkatan keuntungan yang diperoleh sehingga mereka mempunyai tambahan modal untuk membiayai proses pendaftaran merek.

## 3). Perpaduan Faktor Hukum dan Ekonomi

Semakin dikenalnya kualitas dari wingko babat dengan merek tertentu mendorong produsen untuk melakukan perlindungan terhadap hak atas merek yang telah digunakan. Mereka tidak ingin ada pihak lain yang bisa menggunakan lagi merek mereka secara tanpa izin.

Jadi, alasan utama yang melatarbelakangi didaftarkannya merek wingko babat oleh kedua produsen tersebut adalah untuk memperoleh jaminan perlindungan hukum atas merek yang mereka pakai. Apabila suatu saat ada pihak ketiga yang mempunyai itikad tidak baik terhadap merek mereka, sudah ada alat bukti yang kuat yaitu sertifikat merek yang menunjukkan pemilik yang sebenarnya atas merek tersebut.

**b. Faktor-faktor yang Melatarbelakangi Didaftarkannya dan Tidak Didaftarkannya Merek atas Produk Makanan Khas – Wingko Babat di Kota Semarang oleh Para Produsennya**

Para produsen yang tidak mempunyai sertifikat merek akan sulit mempertahankan haknya atas merek yang telah mereka ciptakan dan mereka gunakan dalam usaha wingko babat. Tanpa adanya sertifikat merek, mereka tidak mempunyai alat bukti yang kuat apabila suatu ketika dipertanyakan kepemilikan merek tersebut atau suatu ketika timbul sengketa mengenai kepemilikan merek. Tidak dimilikinya sertifikat merek mengakibatkan tidak adanya perlindungan hukum bagi produsen-produsen tersebut. Hukum merek yang berlaku – Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek tidak bisa melindungi mereka dari adanya penggunaan merek mereka secara tanpa izin, pemalsuan atas merek mereka, ataupun penyalahgunaan atas merek mereka.

Dari penuturan keenam narasumber yang merupakan produsen wingko babat, mereka sebenarnya sangat ingin mendaftarkan merek mereka. Tetapi setelah tahu biaya pendaftaran sampai dengan dikeluarkannya sertifikat bisa mencapai Rp. 2.000.000,- (dua juta rupiah), mereka mengurungkan niatnya untuk melakukan pendaftaran merek.

Keenam produsen wingko babat yang tidak/belum mendaftarkan merek dagangnya tersebut dilatarbelakangi oleh faktor ekonomi dengan alasan-alasan sebagai berikut.

- 1). biaya permohonan sampai dengan pendaftarannya mahal dan belum tentu diterima (83,33%);
- 2). prosedur pendaftarannya lama (33,33%);
- 3). persyaratan rumit (33,33%);
- 4). tidak merasa perlu didaftarkan (33,33%), karena:
  - a). produk yang dijual sangat murah harganya sehingga tidak cukup modal;
  - b). produknya belum banyak dikenal dan belum meluas;
  - c). tenaga kerja masih sedikit, masih memproduksi dan menjual sendiri.

Jadi faktor penghambat utama yang melatarbelakangi tidak didaftarkannya merek oleh keenam produsen wingko babat tersebut adalah biaya yang dirasa cukup mahal, yaitu sebesar 83,33%. Saat akan mengajukan pendaftaran merek tersebut mereka harus mengeluarkan biaya yang dirasa cukup mahal, yaitu Rp. 450.000,- (empat ratus limapuluh ribu rupiah) sebagai biaya permohonan pendaftaran merek dan Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah) sebagai biaya *searching*. Pembayaran biaya-biaya tersebut tidak menjamin bahwa merek yang mereka ajukan diterima dan tidak ada pengembalian atas biaya yang telah dikeluarkan. Apabila diterima, mereka harus membayar biaya pengambilan sertifikat. Semuanya membutuhkan biaya sampai dengan Rp. 2.000.000,- (dua juta rupiah). Selain itu, bagi beberapa produsen wingko babat tidak merasakan perlu adanya pendaftaran atas merek yang mereka gunakan (33,33%).

Berdasarkan Lampiran Angka XIV Nomor 1 huruf a Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Perubahan atas

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2005 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia, permintaan pendaftaran merek dagang atau jasa untuk satu (1) kelas barang dan atau jasa dikenakan Rp. 450.000,- (empat ratus lima puluh ribu rupiah) per permintaan; untuk dua (2) kelas barang dan atau jasa dikenakan Rp. 950.000,- (sembilan ratus lima puluh ribu) per permintaan; sedangkan untuk tiga (3) kelas barang dan atau jasa dikenakan Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah) per permintaan.

Biaya-biaya tersebut dalam pelaksanaannya masih ditambah dengan biaya-biaya lainnya, seperti biaya etiket (letak dan scan), biaya pengecekan merek yang sudah terdaftar, dan biaya pengecekan selama proses. Bagi pedagang wingko babat yang masih tergolong dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) Kecil, biaya-biaya tersebut dirasa cukup berat. Apalagi keuntungan yang diperoleh tidak terlalu besar.

Maka, dari uraian-uraian tersebut di atas, biaya pendaftaran merek, dari biaya permohonan sampai dengan dikeluarkannya sertifikat merek oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) perlu dibagi dalam dua bagian berdasarkan besar kecilnya usaha yang dijalankan. Dengan demikian, diharapkan setiap pengusaha baik pengusaha besar maupun pengusaha kecil mempunyai kesempatan yang sama dalam hal perlindungan hukum, khususnya terhadap merek yang mereka pakai. Selain itu, Undang-undang Nomor 15 Tahun

2001 tentang Merek dapat dilaksanakan secara efektif bagi seluruh masyarakat Indonesia.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, maka dapat ditarik kesimpulan terhadap permasalahan yang dibahas antara lain sebagai berikut.

1. 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 khas – wingko babat di Semarang belum dapat terlaksana dengan efektif. Dari delapan (8) pemilik merek wingko babat, baru dua (2) merek yang sudah mempunyai sertifikat merek. 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 wingko babat 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 wingko babat 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. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek tidak memberikan perlindungan hukum bagi merek yang belum terdaftar dalam Daftar Umum Merek. Sehingga, produsen yang belum mendaftarkan mereknya tidak bisa melakukan tindakan hukum atau gugatan kepada pihak ketiga yang memakai merek mereka tanpa izin. Terdapat enam (6) merek wingko babat yang dijual di Jalan Pandanaran Semarang yang belum memiliki sertifikat merek atas produk wingko babat yang mereka perdagangkan karena alasan biaya yang mahal, persyaratan yang rumit, dan prosedur yang lama.

2. a. Faktor-faktor yang melatarbelakangi didaftarkannya merek wingko babat di Kota Semarang oleh pemiliknya:
  - 1). agar memperoleh jaminan perlindungan hukum atas merek yang digunakan dan mempunyai sertifikat merek sebagai tanda bukti hak/kepemilikan atas merek tersebut apabila suatu saat digugat oleh orang lain berhubungan dengan merek yang mereka gunakan (100%);

- 2). agar dapat mencegah pihak lain memakai merek mereka secara tanpa izin (100%);
  - 3). menghindari pemalsuan merek (50%); dan
  - 4). tenang dalam menjalankan usahanya (50%).
- b. Faktor-faktor yang melatarbelakangi tidak/belum didaftarkannya merek wingko babat di Kota Semarang oleh pemiliknya:
- 1). biaya permohonan sampai dengan pendaftarannya mahal dan belum tentu diterima (83,33%);
  - 2). prosedur pendaftarannya lama (33,33%);
  - 3). persyaratan rumit (33,33%);
  - 4). tidak merasa perlu didaftarkan (33,33%), karena:
    - a). produk yang dijual sangat murah harganya sehingga tidak cukup modal;
    - b). produknya belum banyak dikenal dan belum meluas;
    - c). tenaga kerja masih sedikit, masih memproduksi dan menjual sendiri.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, maka dapat diberikan beberapa saran terhadap permasalahan yang dibahas dalam penulisan ini, yaitu sebagai berikut.

1. Pemerintah dapat melakukan penyesuaian mengenai penetapan biaya permintaan pendaftaran merek berdasarkan besar kecilnya usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha di Indonesia, sehingga pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek, khususnya dalam hal ini merek wingko babat bisa menjangkau semua golongan pelaku usaha.
2. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) harus segera membentuk tim konsultan hak kekayaan intelektual yang berkompeten dan berwenang di bidangnya yang berada di setiap daerah sehingga dapat memberikan kepastian akan informasi mengenai persyaratan dan prosedur pendaftaran merek bagi masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Literatur:

Altherton & Klemmack (Irawan Soehartono, 1999, *Metode Penelitian Sosial – Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosda Karya.

Gautama, Sudargo, dan Winata, Rizawanto, 1997, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Kartono, Kartini, 1986, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Alumni.

Khairandy, Ridwan, Maulana, Budi Insan, dan Jihad, Nur, 2000, *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Pusat Studi Hukum UII.

Lindsey, Tim, (eds.), 2002, *Hukum Kekayaan Intelektual – Suatu Pengantar*, Bandung: PT Alumni.

Miru, Ahmadi, 2005, *Hukum Merek – Cara Mudah Mempelajari Undang-undang Merek*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Muhammad, Abdulkadir, 1999, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Prakoso, Djoko, 1987, *Perselisihan Hak atas Merek di Indonesia*, Yogyakarta: Liberty.

Priyono, Ery Agus, 2003, *Metodologi Penelitian*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Riswandi, Budi Agus dan Syamsudin, M., 2004, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Saidin, H. OK, 2004, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Soekanto, Soerjono, 1991, *Penelitian Hukum Normatif – Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Soemitro, Ronny Hanitijo, 1990, *Metode Penelitian Hukum dan Yurimetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

\_\_\_\_\_, 1982, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sunggono, Bambang, 2005, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Wahyuni, Erma, Bahri, T. Saiful, dan Tangkilisan, Hessel Nogi S., *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, Yogyakarta: Yayasan Pembaharuan Administrasi Publik Indonesia.

**Jurnal Ilmiah:**

Asian Law Group Pty Ltd, *Indonesia Australia Specialized Training Project  
Phase II – Short Course in Intellectual Property Rights (Elementary)*.

**Perundang-undangan:**

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa bagi Pendaftaran Merek.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2005 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor M.01.HC.04.03 Tahun 2007 tentang Pencabutan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor M.01.HC.04.03 Tahun 2005 tentang Pengamanan Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual.

**Internet:**

WWW: <http://wikipediaindonesia.com>, 14 Mei 2007

WWW: <http://jakartaconsulting.com/art-01-16.htm>, 14 Mei 2007

