

ANALISIS PENDAFTARAN MEREK DAGANG TERHADAP KELAS BARANG BAGI PELAKU USAHA KECIL

Ratu Ratna Korompot

Dosen Fakultas Hukum Universitas Tadulako

Email :

Abstrak

Brand registration to small business actors is very important to get protection and protection from the flood and the flood of famous products, which became the masal ah is when it has been registered to have the same class of goods with the famous brand class or that has been preceded to register the brand either the equation in essence or equality on the whole, this is what must be understood from the class of goods to the brand goods. Because generally small business actors when finding the problem do not want to be bothered and still do not want to change the trademark on the grounds because the brand of goods have many who know, and do not understand the flow of registration, because although not yet registered subject to class goods. And also the lack of understanding about the brand itself. This article examines whether the Law no. 15 of 2001 after being substituted into Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications has provided protection to small business actors, especially in the Brand class. It is important to examine to provide justice and protection to both the owners of famous brands, as well as the brand new owners.

Keyword : Class Goods, Brand Goods.

A. PENDAHULUAN

Pemahaman terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memang bukanlah merupakan domain hukum semata, akan tetapi ada domain-domain ilmu lainnya, seperti teknik, pertanian dan ekonomi. Namun harus diketahui sebagian besar pemahaman terhadap HKI haruslah berlandaskan pada pemahaman aspek hukum. HKI dikelompokkan menjadi, Paten, Merek, DTLST, Desain Industri, Rahasia Dagang, Varietas Tanaman. Dan seluruh bagian dari HKI memang sangatlah penting, diantaranya merek, hal itu disebabkan oleh kecenderungan terakhir yang menunjukkan bahwa apa yang disebut bidang desain itu meliputi cara penanganan

berbagai bidang, seperti seni, kerajinan, pelajaran lingkungan, teknologi bahkan lebih luas lagi, meliputi ilmu kemasyarakatan dan peningkatan taraf kehidupan.¹

Maraknya merek-merek dagang yang ditawarkan para pelaku-pelaku usaha serta makin majunya pelayanan jasa serta fasilitas-fasilitas modern yang di disuguhkan kepada masyarakat, membuat masyarakat terlena menjadi masyarakat konsumtif atau sebaliknya termotifasi untuk berinovasi menemukan ataupun menciptakan produk-produk unggulannya. Persaingan dan tantangan bagi pengusaha kecil dan menengah tentunya membutuhkan strategi dan ketahanan yang mumpuni untuk bisa bersaing dalam menghadapi perang merek, misalnya barang yang sama namun di karenakan perbedaan merek yang terkenal maka merek yang lainnya ataupun yang baru akan tersingkir ataupun terhambat.

Hak atas merek merupakan hak privat untuk mengklaim kepemilikan eksklusif dari suatu merek. Karena merek mempunyai fungsi untuk melindungi pemiliknya dari kompetitor lainnya yang sama-sama memproduksi atau memperdagangkan produk yang sama. Dalam hal ini merek berfungsi sebagai alat untuk menjamin persaingan usaha yang sehat. Tujuan dari hukum merek bukan untuk memberikan intensif atas hasil inovasi, melainkan untuk melindungi simbol-simbol sebagai penanda sumber, yang digunakan oleh konsumen untuk mengakses informasi mengenai kualitas dari suatu produk.²

Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting. Kegiatan perdagangan barang dan jasa melintasi batas wilayah negara. Oleh karena itu mekanisme pendaftaran Merek internasional menjadi salah satu sistem yang seharusnya dapat dimanfaatkan guna melindungi Merek nasional di dunia internasional. Sistem pendaftaran Merek internasional berdasarkan Protokol Madrid

¹ . [http://www.google.co.id/search?q=kasus pelanggaran merek](http://www.google.co.id/search?q=kasus+pelanggaran+merek) .29 Maret 2012, di akses 10 September 2014

² . Henny Marlina.2017 .Apakah Undang-Undang Merek “Benar-Benar” Melindungi Konsumen,Artikel Pada International Conference.Asosiasi Pengajar Hak Kekayaan Intelektual.Lombok,h.232-233

menjadi sarana yang sangat membantu para pelaku usaha nasional untuk mendaftarkan Merek mereka di luar negeri dengan mudah dan biaya yang terjangkau.

Dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri.

Terhadap merek, apabila ingin mendapatkan perlindungan hukum maka wajib mendaftarkan mereknya sesuai kelas barang ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Ditjen KI). Pendaftaran atas suatu merek berdasarkan Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016, yakni hak mendapatkan merek setelah merek tersebut terdaftar, sehingga pendaftaran itu bersifat wajib, dan Pada pasal 4 ayat (5) Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan perkelas barang dan/atau jasa. Ini penting di perhatikan oleh pelaku usaha dengan menentukan kelas barang sebagaimana yang disebutkan pula pada pasal 6.

Karena dalam praktiknya walaupun suatu merek telah didaftarkan tetapi dalam praktek masih terjadi pelanggaran merek, seperti kasus antara PT. Krakatau Steel dengan PT. Hasindo Indonesia, pelanggaran atas pendaftaran merek tersebut adalah karena adanya unsur persamaan pada pokoknya dan penyesatan konsumen. Dalam Peraturan Kemenkumham tidak secara khusus mengatur tentang tanggung jawab Ditjen Kekayaan Intelektual (KI). Dalam proses pendaftaran merek, pihak yang seharusnya bertanggung jawab adalah Ditjen KI, hal ini dimulai sejak awal proses permohonan pendaftaran merek hingga tahap pendaftaran merek dan diperolehnya sertifikat merek. Adapun yang menjadi tanggungjawab Ditjen KI terhadap pelanggaran atas pendaftaran merek pada kelas barang yang sama adalah mengembalikan hak atas merek yang dilanggar dengan gugatan atas pelanggaran merek yang telah didaftarkan sebelumnya, hal ini sesuai dengan pasal 83 UU No. 20 Tahun 2016.

Sebagaimana contoh kasus persamaan pada pokoknya dilihat dari tiga parameter berupa persamaan visual, persamaan jenis barang, dan persamaan konsep, yaitu kasus merek AQUA dan AQUALIVA, digugat kepengadilan niaga yang akhirnya Mahkamah Agung memutuskan (putusan No.114K/N/HKI/2003) bahwa pemilik merek Aqualiva mempunyai itikat tidak baik dengan mendompleng ketenaran Aqua, CORNETTO dan CAMPINA yang dimenangkan oleh pemilik merek Cornetto.³

Terhadap pelaku usaha kecil dan menengah tentu perlu perhatian dan sosialisasi tentang pendaftaran kelas barang dan bagaimana pengaturannya apabila pelaku usaha kecil tersebut memiliki produk barang yang memiliki persamaan pada pokoknya dan persamaan pada keseluruhan. Maka yang menjadi rumusan masalah dalam penulisan ini bagaimana perlindungan pendaftaran kelas barang pada merek barang yang digunakan oleh pelaku usaha kecil.

B. PEMBAHASAN

Memasuki era Masyarakat Ekonomi Asean di tahun 2016 merupakan tahap kemajuan suatu perdagangan atau bisa menjadi tahap ketertinggalan bagi para pelaku Usaha yang merek-mereknya belum terdaftar. Merek dapat disebut merek, bila memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup. Maksudnya tanda yang di pakai tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang di produksi dari suatu perusahaan ke perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda maka merek itu harus dapat memberikan penentuan atau “*individualisering*” pada barang atau jasa bersangkutan. Sehingga untuk memenuhi tujuannya, serta untuk mendapatkan perlindungan hukum maka merek perlu di daftarkan.⁴

Di dunia terdapat dua asas pendaftaran merek yaitu sistem deklaratif (*first to use*) berarti siapa yang memakai pertama suatu merek, dialah yang dianggap berhak

³ . [business-law.binus.ac.id/2016/09/30/Permasalahan Seputar Persamaan Pada Pokoknya Dan Merek Terkenal Di Indonesia](http://business-law.binus.ac.id/2016/09/30/Permasalahan%20Seputar%20Persamaan%20Pada%20Pokoknya%20Dan%20Merek%20Terkenal%20Di%20Indonesia). Akses April 2018.

⁴ . Op cit. Muhammad Djumhana`.,R.Djubaedilah, h.159-166

menurut hukum atas merek yang bersangkutan, dan asas sistem konstitutif (*First to file*), siapa yang mendaftarkan merek pertama kali, maka ia adalah pemegang merek, sepanjang belum bisa dibuktikan sebaliknya dalam tenggat waktu tertentu.⁵ Sebagaimana telah dituangkan sebelumnya bahwa Undang-undang merek menganut asas tersebut diatas, sehingga ini yang kadang tidak dipahami oleh pelaku usaha kecil saat memberikan merek pada produk barang dan juga wajib memperhatikan kelas barang merek terhadap merek-merek yang sudah terkenal.

Ketentuan merek terkenal di Indonesia dijumpai antara lain pada Keputusan Mahkamah Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor: M-02-HC.01.01 Tahun 1987. Dalam pasal 1 Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor: M-02-HC-01.01 Tahun 1987 merek terkenal didefinisikan sebagai merek dagang yang telah lama dikenal dan dipakai di wilayah Indonesia oleh seseorang atau badan hukum jenis barang tertentu. Walau dalam UU Merek No 15 Tahun 2002, dan No 20 Tahun 2016 tidak mendefinisikan lebih lanjut tentang merek terkenal.

Suatu merek dianggap mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek pihak lain ditentukan berdasarkan patokan yang lebih lentur dibanding doktrin *entire similar*. Persamaan pada pokoknya dianggap wujud apabila merek tersebut memiliki kemiripan atau serupa (*identical*), hampir mirip (*nearly resembles*) dengan merek orang lain, kemiripan tersebut dapat didasarkan pada⁶ :

1. Kemiripan persamaan gambar;
2. Hampir mirip atau hampir sama susunan kata, warna, atau bunyi;
3. Faktor yang paling penting dalam doktrin ini pemakaian merek menimbulkan kebingungan (*actual confusion*) atau menyesatkan (*device*) masyarakat konsumen. Seolah-olah merek tersebut dianggap sama sumber produksi dari sumber asal geografis dengan barang milik orang lain (*likelihood confusion*)

⁵ .<http://www.scribd.com>, ahli First to File, akses Mei 2018

⁶ .M. Yahya Harahap.1996, Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992. Bandung: Citra Aditya Bakti. h.417

4. Keutamaan pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas merek baik dalam wujud gugatan ganti rugi maupun berdasarkan tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum.

Para pelaku usaha kecil mendapat pembinaan dari dinas terkait yakni pada dinas perindustrian dan perdagangan, dimana para pelaku usaha tersebut dibina dan diberikan pelatihan serta tata cara pengelolaan usaha yang baik dan benar sampai pada tahap pendaftaran merek sebagai contoh para pelaku usaha di Wilayah Sulawesi Tengah dalam hal ini Wilayah Kota Palu.⁷ Hal ini di maksudkan untuk memudahkan pemilik Merek yang akan menggunakan Mereknya untuk beberapa barang yang termasuk dalam beberapa kelas yang semestinya tidak perlu repot dan direpotkan secara terpisah bagi setiap kelas barang dan atau kelas jasa yang di maksud.⁸

Merek barang yang merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang di mohonkan pendaftarannya, dikarenakan merek tersebut berkaitan atau hanya menyebutkan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, karena dalam definisi merekapun menerangkan Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Menjadi kendala oleh pelaku usaha kecil adalah telah menempatkan merek barangnya namun belum terdaftar, saat di lakukan pembinaan dan memiliki persamaan pada pokoknya dan persamaan pada keseluruhannya maka diwajibkan untuk diganti, karena saat ini sistem pendaftaran yang mudah namun saat terindikasi sesuai definisi merek maka merek tersebut akan tertolak. Contoh merek bawang goreng Palu atau gambar bawang goreng Palu untuk jenis barang bawang goreng Palu

⁷ .Ratu Ratna, Sulwan Pusadan, berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tahun 2014 oleh Dipa Fakultas. judul penelitian Analisis Indikasi Asal terhadap Hak Merek Bawang Goreng Yang Menunjukkan Asal Suatu Barang.

⁸ .Op chit Ermansyah Djaja ,h 195-200

atau untuk produk bawang goreng Palu. Jadi tidak boleh mendaftarkan merek berdasarkan jenis barang yang di perdagangkan, apalagi dalam kelas yang sama seperti bawang goreng dengan merek garuda, telah di komplain pemilik kacang garuda , walaupun isinya berbeda namun kelasnya menunjukkan kelas yang sama dan kemiripan pada nama Garuda.⁹ Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 6 UU No 20 Tahun 2016 :

- (1) Permohonan untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu Permohonan.
- (2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kelas barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri.

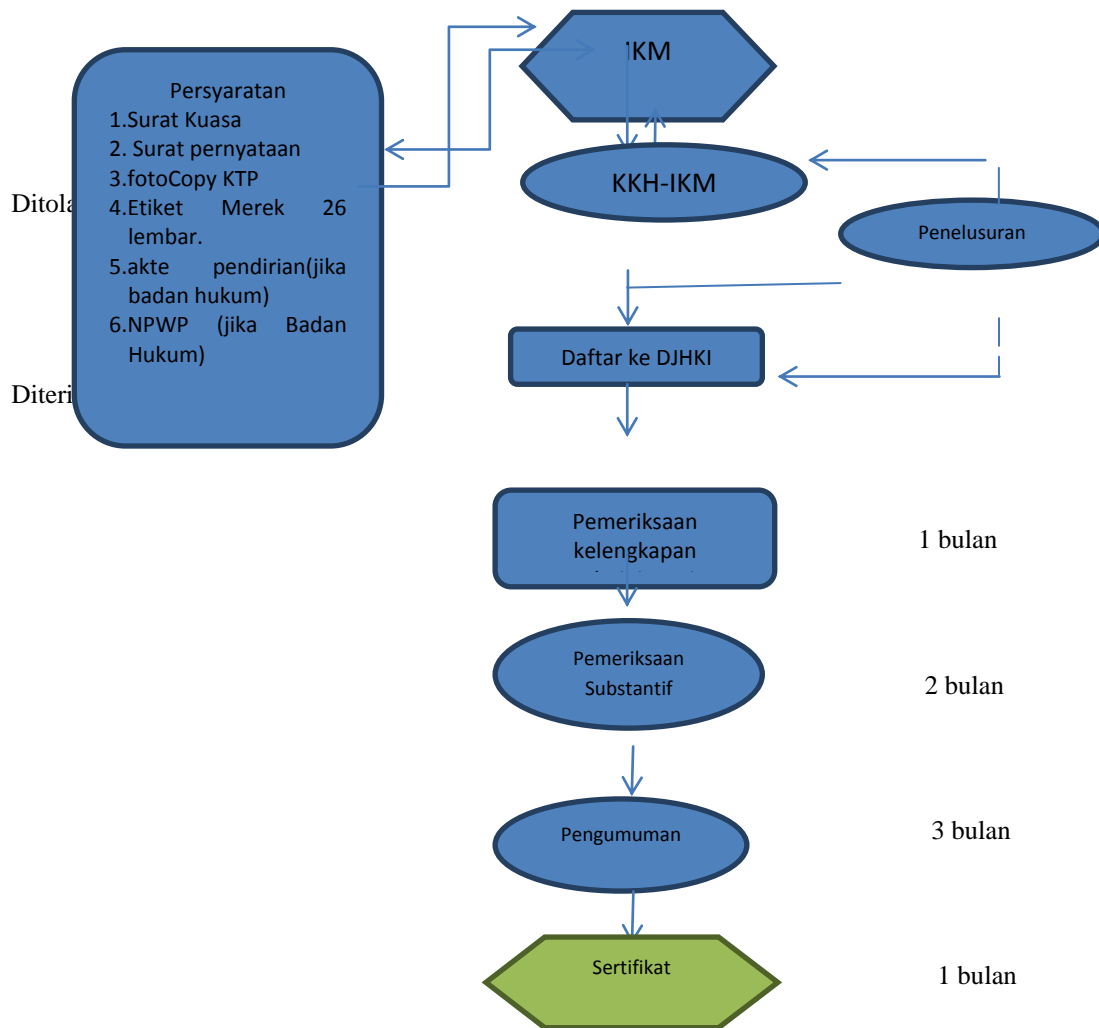
Dan pada Pasal 21 menyebutkan Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai :

- (1) persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
 - a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
 - d. Indikasi Geografis terdaftar.

Berikut adalah Prosedur Pendaftaran Merek,¹⁰ yang harus di lalui oleh pelaku usaha:

⁹ . Op cit, Ratu Ratna

¹⁰ . Op cit. Buku Panduan klinik konsultasi HKI-IKM Tahun 2012



Melihat alur pendaftaran yang dilakukan oleh pelaku usah kecil dan menengah diatas, memang perlu proses yang sabar, apalagi ketika menemukan persamaan pada merek dan juga kelas merek, seperti kasus Bawang goreng, oleh pelaku usaha tidak mau menggantikan mereknya walau belum terkenal dengan alasan sudah dikenal oleh masyarakat umum, pelaku usaha lokal khawatir bila mengganti merek dengan kendala sosialisasi dan promosi yang memerlukan biaya, maka mereka lebih memikirkan keuntungan yang saat ini, tapi tidak untuk kedepan, dimana saat merek-merek yang sudah terkenal bersaing dengan sehat produk merek barangnya, sementara pelaku usaha kecil makin tertinggal dan tidak bisa bersaing.

C. Kesimpulan

Pendaftaran merek dagang bagi pelaku usaha kecil lebih pada pembinaan dan pemahaman tentang pentingnya perlindungan merek, dan yang paling utama saat pendaftaran adanya kelas barang yang harus dipilih berdasarkan jenis usaha apa yang di perdagangkan. Dengan adanya fasilitas penaftran yang di wakili pemerintah terkait memudahkan para pelaku usaha mendapatkan perlindungan merek walaupun pada kenyataannya pihak terkait masih kurang memahami tentang merek dagang dan jasa, bila keberpihakan mendominasi para pelaku usaha kecil tentunya banyak solusi ketika pendaftaran merek dagangnya di tolak. Dengan demikian terjamin dan bisa bersaing dengan sehat pelaku-pelaku usaha kecil sampai bisa menyaingi pelaku usaha besar dan tumbuh besar yang tentunya banyak faktor yang dapat terselamatkan yaitu produk lokal pada khususnya dan terserapnya tenaga kerja, bisa mensejahterakan Ekonomi Rakyat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Ermansyah Djaja.2009.Hak Kekayaan Intelektual.Sinar Grafika Jakarta. Jakarta 189-190.

Muhammad Djumahana.,R.Djubaedilah,2003.Hak Milik Intelektual Sejarah Teori dan Prakteknya diIndonesia .

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

Panduan klinik konsultasi HKI-IKM Tahun 2012, Hak Kekayaan Intelektual Industri Kecil dan Menengah (KKH-IKM) Kenetrian Perindustrian Republik Indoseia.

2. Peraturan Peraturan

Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.
Peraturan Pemerintah No 24 tahun 1993 tentang Kelas Brang atau Jasa bagi
Pendaftaran Merek.

3. Internet

[http://www.google.co.id/search?q=kasus pelanggaran merek](http://www.google.co.id/search?q=kasus+pelanggaran+merek) .29 Maret 2012,
di akses 10 September 2014.

<http://www.scribd.com>, ahli First to File, akses Mei 2018.

4. Sumber lain

Hasil penelitian sebelumnya Ratu Ratna Korompot, Sulwan Pusadan, tahun 2014
oleh Dipa Fakultas dengan judul penelitian Analisis Indikasi Asal
terhadap Hak Merek Bawang Goreng Yang Menunjukkan Asal Suatu
Barang.

Prosiding, Henny Marlina.2017. Apakah Undang-Undang Merek “Benar-
Benar” Melindungi Konsumen, Artikel Pada International
Conference.Asosiasi Pengajar Hak Kekayaan Intelektual.Lombok.