

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Merek

Sebelum kita menelusuri lebih jauh mengenai merek perusahaan dan merek jasa pertama-tama perlu adanya penentuan definisi dari perkataan “merek”, agar kita dapat berpedoman pada pengertian yang sama dalam melakukan pembahasan, guna memperoleh hasil atau paling tidak mendekati sasaran yang hendak dicapai.

Dalam pasal 1 butir 1 Undang-Undang Merck 2001 diberikan suatu definisi tentang merek yaitu tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dan unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.¹

Selain menurut batasan yuridis beberapa sarjana ada juga memberikan pendapatnya tentang merek yaitu:

1. H.M.N Purwo Sutjipto, SH, memberikan rumusan bahwa,
“Merck adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.”
2. Prof. R. Soekardono, SH., memberikan rumusan bahwa, Merek adalah sebuah tanda (Jawa : ciri atau tengger) dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, dimana perlu juga dipribadikan asalnya barang

¹ H.OK Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual, PT, Raja Grafindo Pusada, Jakarta, 2003, h. 243.

atau menjamin kualitasnya barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.

3. Mr. Tirtaamidjaya yang mensitir pendapat Prof. Volimar, memberikan rumusan bahwa;

“Suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah suatu tanda yang dibubuhkan di atas barang atau di atas bungkusannya, gunanya membedakan barang itu dengan barang-barang sejenis lainnya”.

4. Drs. Lur Soeryatin, mengemukakan rumusannya dengan meninjau merek dari aspek fungsinya, yaitu

“Suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya oleh karena itu barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya”

5. Harsono Adisumarto, SH. MPA, merumuskan bahwa;

Merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan milik orang lain, seperti pada pemilikan ternak dengan memberi tanda cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan ditempat penggembalaan bersama yang luas. Cap seperti itu memang merupakan tanda pengenal untuk menunjukkan bahwa hewan yang bersangkutan adalah milik orang tertentu. Biasanya, untuk membedakan tanda atau merek digunakan inisial dan mana pemilik sendiri sebagai tanda pembedaan.

Dari pendapat-pendapat sarjana tersebut, maupun dan peraturan merek itu sendiri, secara umum penulis mengambil suatu kesimpulan bahwa yang diartikan dengan perkataan merek adalah suatu tanda (sign) untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

B. Jangka Waktu Perlindungan Merek Terdaftar

Dengan didaftarkannya merek, pemiliknya mendapat hak atas merek yang dilindungi oleh hukum. Dalam pasal 3 UUM 2001 dinyatakan bahwa hak atas merek adalah hak exclusive 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. Kemudian pasal 4 UUM 2001 menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftarkan atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Dengan demikian, hak atas merek memberikan hak yang khusus kepada pemiliknya untuk menggunakan, atau memanfaatkan merek terdaftarnya untuk barang atau jasa tertentu dalam jangka waktu tertentu pula.

Hak khusus memakai merek ini berfungsi seperti suatu monopoli, hanya berlaku untuk barang atau jasa tertentu. Karena suatu merek memberi hak khusus atau hak mutlak pada yang bersangkutan, hak itu dapat dipertahankan terhadap siapapun. Tentunya hak atas merek ini hanya

diberikan kepada pemilik yang beritikad baik. Pemilik merek yang beritikad buruk, mereknya tidak dapat didaftarkan.²

Dengan adanya hak eksklusif atau hak khusus tersebut, orang lain dilarang untuk menggunakan merek yang terdaftar untuk barang atau jasa yang sejenis, kecuali sebelumnya mendapat izin dan pemilik merek terdaftar. Bila hal ini dilanggar, pengguna merek terdaftar tersebut dapat dituntut secara perdata maupun pidana oleh pemilik merek terdaftar.

Pasal 28 UUM 2001 mengatur mengenai jangka waktu perlindungan merek terdaftar, yang menyatakan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu itu dapat diperpanjang. Jangka waktu perlindungan ini jauh lebih lama dibandingkan dengan pasal 18 Persetujuan TRIPs yang hanya memberikan perlindungan hukum atas merek terdaftar selama 7 (tujuh) tahun dan setelah itu dapat diperbaharui lagi.

Pemilik merek terdaftar setiap kali dapat mengajukan permohonan perpanjangan untuk jangka waktu yang sama dengan ketentuan merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana disebut dalam sertifikat merek tersebut dan barang atau jasa dimaksud masih diproduksi dan diperdagangkan. Permohonan perpanjangan diajukan kepada Direktorat Jenderal HKI secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu perlindungan merek terdaftar yang bersangkutan.

² Rachmadi Usman, Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia, PT. Alumni, Bandung, 2003, h. 345

Perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar dicatat dalam daftar umum merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek dan juga diberitahukan secara tertulis kepada pemilik .merek atau kuasanya.

Merek setelah terdaftar dalam Daftar Umum Merck dan memperoleh sertifikat merek, maka merek mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu telah diperpanjang oleh untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun berikutnya.

Perpanjangan perlindungan merek dilakukan sesuai dengan ketentuan Pasal 35, Pasal 36, dan Pasal 38 UUM, yaitu sebagai berikut:

1. Permohonan jangka waktu perlindungan merek. Merek diajukan secara tertulis oleh pemohon dalam jangka waktu 2 (dua) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek
2. Permohonan perpanjangan tersebut diajukan kepada Klinik HKI Disperindagkop Jayapura
3. Merek diperpanjang perlindungannya karena masih di gunakan pada merek yang bersangkutan sebagaimana disebutkan dalam sertifikat merek tersebut
4. Merek tersebut masih diproduksi dan diperdagangkan,
5. Perpanjangan jangka waktu perlindungan suatu merek di catat dalam daftar umum merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek
6. Perpanjangan jangka waktu perlindungan merek. Merek di beritahukan secara tertulis kepada pemohon.

Perpanjangan jangka waktu perlindungan merek 10 (sepuluh) tahun berikutnya menunjukkan bahwa suatu merek akan tetap mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah.

UUM mengatur tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan merek, termasuk pelaksanaan pendaftaran merek. Tata cara pelaksanaan pendaftaran merek menurut UUM tersebut juga dilaksanakan oleh Klinik HKI Disperindagkopkop Jayapura terhadap semua merek yang akan didaftarkan.

C. Persyaratan Merek Yang Dapat Didaftarkan

Adapun syarat-syarat suatu merek 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. Syarat mutlak yang harus dipenuhi adalah bahwa merek itu harus mempunyai daya pembeda yang cukup.

Dengan lain perkataan, tanda yang dipakai haruslah sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi suatu perusahaan atau barang perniagaan (perdagangan) dan produksi seseorang dengan barang-barang yang diproduksi oleh orang lain. Karena adanya merek itu barang-barang yang diproduksi menjadi dapat dibedakan.

Menurut Prof. Mr. Dr. Soedargo Gautama bahwa:

Merek ini harus merupakan suatu tanda. Tanda ini dapat dicantumkan pada barang bersangkutan atau bungkusannya dan barang itu. Jika suatu barang hasil produksi suatu perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembedaan dan karenanya bukan merupakan merek. Misalnya Bentuk, warna dan ciri lain dan barang atau

pembungkusnya. Bentuk yang khas atau warna, warna dan sepotong sabun atau suatu doos, tube, dan botol. Semua ini tidak cukup mempunyai daya pembeda untuk dianggap sebagai suatu merek, tetapi dalam prakteknya kita saksikan bahwa warna-warna tertentu yang dipakai dengan suatu kombinasi yang khusus dapat dianggap sebagai suatu merek.³

Dengan demikian, disamping hal yang tersebut diatas ternyata ada juga merek yang tidak dapat di daftarkan sebagai suatu merek, sebagaimana di cantumkan dalam Pasal 5 UUM bahwa merek tidak dapat di daftarkan apabila mengandung salah satu unsur di bawah ini :

- a. Bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum;
- b. Tidak memiliki daya pembeda,
- c. Telah menjadi milik umum; atau
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Ad 1. Bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.

Tanda-tanda yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum tidak dapat di terima sebagai merek. Dalam merek bersangkutan tidak boleh terdapat lukisan-lukisan atau kata-kata yang bertentangan dengan kesusilaan yang baik dan ketertiban umum. Di dalam lukisan-lukisan ini kiranya tidak dapat di masukkan juga berbagai gambaran-gambaran yang dari segi keamanan atau segi penguasa tidak dapat terima karena di lihat dari segi kesusilaan maupun dan segi politis dan ketertiban umum.

³ Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, Undang-Undang Merek Baru Tahun 2001, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, h.33

Lukisan-lukisan yang tidak memenuhi norma-norma susila, juga tidak dapat di gunakan sebagai merek jika tanda-tanda atau kata-kata yang terdapat dalam sesuatu yang di perkenankan sebagai “Merek” dapat menyinggung atau melanggar perasaan, kesopanan, ketentraman, atau keagamaan, baik dan khalayak umum maupun suatu golongan masyarakat tertentu.

Ad2. Tanda yang tidak mempunyai daya pembeda

Tanda-tanda yang tidak mempunyai daya pembeda atau yang di anggap kurang kuat dalam pembedaannya tidak dapat dianggap sebagai merek.

Ad3. Tanda milik umum

Tanda-tanda yang karena telah dikenal dan di pakai luas serta bebas di kalangan masyarakat tidak lagi cukup untuk di pakai sebagai tanda pengenal bagi keperluan pribadi dan orang-orang tertentu.

Ad4. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftarannya.

Selanjutnya Pasal 6 UUM memuat ketentuan mengenai penolakan pendaftaran merek yaitu permintaan pendaftaran merek di tolak oleh kantor merek apabila mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merk milik orang lain yang sudah terdaftar lebih dahulu. Untuk barang atau jasa sejenis yang termasuk dalam satu kelas. Permintaan pendaftaran merek juga di tolak oleh kantor merek apabila:

- a. Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, merek dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain yang sudah terkenal, kecuali atas persetujuan tertulis dan yang berhak;
- b. Merupakan peniruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau symbol atau emblem, dan Negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- c. Merupakan peniruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh Negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dan yang berwenang ;atau
- d. Merupakan ciptaan orang lain yang dilindungi hak cipta, kecuali atas persetujuan tertulis dan pemegang hak cipta tersebut.

D. Pengklasifikasian Jenis Merek Cereal Sagu Papua

UUM mengatur tentang 2 (dua) jenis merek, yaitu Merek dagang dan merek jasa sebagaimana tercantum dalam pasal 1 butir 2 dan butir 3 sebagai berikut:

Pasal 1 butir 2

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.

Pasal 1 butir 3

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

Dari ketentuan pasal 1 butir 2 dan butir 3 sebagaimana tersebut diatas maka merek Cereal Sagu Papua yang pabrik pengolahan kopinya diberlokasi di Wamena diklasifikasikan dalam merek dagang, karena digunakan pada kopi yang diperdagangkan oleh beberapa orang secara bersama-sama.

Di samping jenis merek sebagaimana di tentukan diatas ada juga pengklasifikasian merek lain yang di dasarkan pada bentuk atau wujudnya. Bentuk atau wujud merek itu menurut R.M. Suryodiningrat di klasifikasikan dalam 3 (tiga)jenis yaitu :⁴

1. Merek kata, yang terdiri dari kata-kata saja
2. Merek lukisan, adalah merek yang terdiri dari lukisan saja, yang tidak pernah atau setidak-tidaknya jarang sekali dipergunakan
3. Merek kombinasi kata atau lukisan, yang banyak sekali dipergunakan.

Lebih lanjut Prof. R Soekardono S.H, mengemukakan pendapatnya bahwa, tentang bentuk atau wujud dan merek itu Undang-undang tidak

⁴ Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual, PT Radja Grafindo Persada, Jakarta, 1996, h.271,

memerintahkan apa-apa melainkan harus berdaya pembeda, yang diwujudkan dengan:

- a. Cara yang oleh siapapun mudah dapat dilihat (beet mark)
- b. Merck dengan Perkataan (word mark)
- c. Kombinasi clan merek atas penglihatan dan merek perkataan.⁵

Berdasarkan pengklasifikasian merek berdasarkan bentuk dan wujudnya sebagaimana tersebut diatas, maka merek Cereal Sagu Papua di klasifikasikan dalam jenis merek kata, karena terdiri dari kata-kata saja.

⁵ Ibid, h. 273