

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hak Kekayaan Intelektual menjadi bagian yang sangat penting untuk negara-negara terutama pengusaha yang ada di dalamnya yang selama ini melakukan perdagangan produk berbasis Hak Kekayaan Intelektual baik perdagangan dalam negeri juga perdagangan internasional.

Setiap barang dan jasa sebagai produk perdagangan yang selalu melekat suatu nama atau identitas yang khas yang membedakan antara satu produk dengan produk yang lainnya dan perdagangan barang dan jasa saat ini tidak dapat berlangsung dengan baik tanpa adanya perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam hal ini merek, karena pada masa era digital sekarang ini sangat mudah merek yang melekat pada produk yang dipromosikan dengan mudah melintasi batas negara.

Dunia bisnis terdapat istilah penting yaitu merek. Merek dalam aktifitas bisnis berperan sebagai identitas/tanda bagi suatu produk barang/jasa yang dipasarkan oleh setiap orang atau badan hukum dalam menjalankan aktivitas bisnis. Dari sekian banyak merek dagang yang ada di Indonesia bahkan seluruh dunia, merek yang dibuat oleh pelaku bisnis harus memiliki daya pembeda dari merek-merek lainnya yang telah

beredar dan terdaftar resmi agar tidak menimbulkan kesamaan atau kemiripan merek terutama di suatu pasar bisnis.

Merek yang ingin mendapatkan perlindungan jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan oleh pelaku bisnis di tengah perjalanan bisnisnya, maka hal yang harus dilakukan adalah mendaftarkan merek untuk mendapatkan hak eksklusif atas merek yang telah didaftarkan secara hukum.

Pendaftaran tersebut diajukan oleh pemilik merek kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Di Indonesia, hak perlindungan merek tercakup dalam teori Hukum Hak Kekayaan Intelektual yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografis, serta Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, selanjutnya disebut Permenkumham No. 12 Thn 2021.

Merek (*trademark*) selaku Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya yakni ciri guna mengidentifikasi asal benda dan jasa (*an indication of origin*) dari sesuatu perseroan dengan benda dan/atau jasa perseroan lain. Merek ialah ujung tombak perdagangan benda serta jasa. Lewat merek, pengusaha bisa melindungi serta membagikan jaminan hendak mutu (*a guarantee of quality*) benda dan/atau jasa yang dihasilkan serta menghindari kegiatan persaingan (konkurensi) yang tidak jujur dari

pengusaha lain yang beritikad kurang baik yang bermaksud membongceng reputasinya.¹

Merek yang didukung media periklanan memungkinkan pengusaha untuk merangsang permintaan konsumen sambil mempertahankan loyalitas konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang mereka hasilkan. Inilah yang memberi merek keunggulan kompetitif dan kepemilikan dalam bersaing di pasar global.

Merek sering di identikkan dengan identitas untuk sesuatu produk yang dihasilkan oleh produsen, yang setelah itu jadi aset untuk produsen. Identitas suatu produk serta memaparkan kualitas sesuatu benda, perihal tersebut serta menunjukkan benda tersebut mempunyai karakteristik khas tertentu.

Dalam kehidupan sehari-hari di dekat kita banyak sekali berlangsung pembajakan terhadap sesuatu merek. Pembajakan merek tidak sedikit pula dilakukan dengan mutu yang berbeda, sehingga akan berdampak kepada dua perihal, ialah; kesatu, hendak mengganggu stabilitas ekonomi, dan kedua, terikat jaminan proteksi konsumen terhadap benda tersebut.²

Merek mencegah persaingan komersial yang tidak sehat, karena melalui merek dimungkinkan untuk membedakan asal, kualitas barang atau

¹ Rahmi Jened, *Hukum Merek Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, h. 3-4.

² Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011, h. 29.

jasa yang serupa dan untuk menjamin keaslian produk. Merek adalah sesuatu yang melekat atau melekat pada suatu produk, tetapi bukan produk itu sendiri.

Seringkali setelah produk dibeli, merek tidak dapat dinikmati oleh pembeli. Merek hanya dapat menciptakan kepuasan bagi pembeli. Benda-benda material yang dapat dinikmati. Ternyata, merek itu sendiri hanyalah objek tidak berwujud yang tidak dapat memberikan apapun secara fisik. Hal ini membuktikan bahwa merek adalah hak milik yang bersifat immaterial.³

Perlindungan hukum merek di Indonesia dijelaskan dalam UU Merek dan Indikasi Geografis. Regulasi tersebut memuat ketentuan yang mengatur bagaimana pelaku ekonomi mendaftarkan merek atas barang dan/atau jasa yang diinginkannya. Pelaku ekonomi tidak perlu mendaftarkan merek barang dan/atau jasa kepada Direktur Hak Kekayaan Intelektual tetapi untuk mendapatkan perlindungan hukum suatu merek harus didaftarkan terlebih dahulu.⁴

Hal ini diatur dalam Pasal 1 angka 5 UU Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa “Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau membiarkan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

³ OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2015, h. 442

⁴ Henny Novianti, dkk., *Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Pemegang Hak Atas Merek Dalam Persaingan Dagang*, *Journal of Legal Research*, Vol. 4, No. 2, 2022, h. 314

Persamaan pada pokoknya dalam merek adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan merek yang lain, sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam merek tersebut.⁵

Salah satu sengketa merek yang sering terjadi di Indonesia adalah karena adanya pelanggaran hak atas merek yang dimiliki oleh seseorang. Bentuk pelanggarannya adalah peniruan atau penggunaan secara melawan hukum atas merek orang lain.⁶ Peniruan dan penggunaan merek akan menimbulkan perselisihan antara pemilik merek dan peniru merek.⁷

Awal mula kasus sengketa merek terjadi pada tanggal 10 September 2024 perselisihan antar merek terjadi pada dua merek di Indonesia yaitu merek "VOOST" dan "MV VOOST", sebagaimana tercantum dalam Putusan Nomor 93/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt.Pst.

Penggugat adalah pemilik merek VÖOST, yang pertama kali dimohonkan pendaftaran mereknya pada tanggal 20 November 2013 di Australia. Kata VÖOST dalam merek VÖOST adalah kata yang diciptakan oleh anak perusahaan Penggugat, yaitu Vitaminhaus Pty Ltd. Merek

⁵ Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2015, h. 312.

⁶ Chandra Gita Dewi, *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*, CV BUDI UTAMA, Yogyakarta, 2019, h. 4

⁷ *Ibid*, h. 6.

VÖOST merupakan merek terkenal yang telah didaftarkan atau setidaknya telah diajukan permohonan pendaftarannya di kelas 5 di banyak negara di dunia.

Pada saat Penggugat ingin mendaftarkan merek dangangnya ternyata Turut Tergugat telah mengeluarkan penolakan atas permohonan merek VÖOST milik Penggugat yang diajukan pada tahun 2021 atas dasar persamaan pada pokoknya dengan merek MV VOOST atas nama Tergugat. Keputusan ini tentu saja tidak menguntungkan Penggugat karena Penggugat merupakan pemilik sah atas merek VÖOST .

Penggugat mengetahui bahwa Tergugat telah mendaftarkan merek pada Daftar Umum Merek Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM. Dengan merek MV VOOST dengan nomor pendaftaran IDM001021548 tanggal pendaftaran 3 November 2022. Penggugat menilai bahwa merek MV VOOST atas nama Tergugat tersebut di atas memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek VÖOST milik Penggugat.

Oleh sebab itu peran atas pendaftaran merek tersebut kini dipatahkan oleh beberapa fenomena yang terjadi di masyarakat yang pada awalnya pendaftaran atas sebuah merek adalah sebagai upaya untuk memperoleh perlindungan hukum dari segala tindakan merugikan, justru sebaliknya. Saat ini, banyak terjadi pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab dan tidak memiliki itikad baik

sebagaimana yang terjadi pada kasus Merek yang telah dijelaskan sebelumnya.

Berdasarkan pertimbangan originalitas di atas, penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dan merek terkenal dalam upaya penyelesaian sengketa didapati merek yang sama atau mirip yang dimiliki oleh merek terdaftar dan merek terkenal.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam skripsi dengan mengangkat judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Terkenal Dengan Merek Yang Memiliki Kesamaan Pada Pokoknya (Studi Putusan Nomor 93/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt.Pst)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum terhadap pemegang hak atas merek menurut hukum positif di Indonesia ?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas merek terkenal terkait memiliki persamaan pada pokoknya untuk barang dan jasa sejenis ?
3. Bagaimana pertimbangan hakim dalam menjatuhkan putusan pemegang hak atas merek terkenal terkait memiliki persamaan pada pokoknya untuk barang dan jasa sejenis berdasarkan Putusan Nomor 93/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt.Pst ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaturan hukum terhadap pemegang hak atas merek menurut hukum positif di Indonesia.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas merek terkenal terkait memiliki persamaan pada pokoknya untuk barang dan jasa sejenis.
3. Untuk mengetahui pertimbangan hakim dalam menjatuhkan putusan pemegang hak atas merek terkenal terkait memiliki persamaan pada pokoknya untuk barang dan jasa sejenis berdasarkan Putusan Nomor 93/Pdt.Sus-HKI/Merek/2024/PN Niaga Jkt.Pst.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis
Secara teoritis dengan adanya pelaksanaan penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan sebagai sarana pengembangan dalam ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ilmu hukum yang berkaitan dengan hukum Kekayaan Intelektual dalam hal Hak Merek.
2. Kegunaan Praktis
Manfaat secara praktik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan yang informatif untuk para praktisi juga akademisi dalam

bidang hukum untuk menegakkan dan mengembangkan hukum itu sendiri, serta dapat memberikan perlindungan kepada pemilik intelektual dalam hak yang cukup eksklusif berupa peraturan terhadap pelanggaran intelektual.

E. Definisi Operasional

1. Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁸
2. Pasal 1 angka 1 UU Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa 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.
3. Pasal 1 angka 5 UU Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu

⁸ Muhammad Citra Ramadhan, *Perlindungan Hukum Terhadap Rahasia Dagang Rumah Makan Yang Ditinjau Dari UU No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang*, Merdeka Kreasi, Medan, 2023, h. 21

dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

4. Penjelasan Pasal 21 Ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis
Yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara merek yang satu dengan Merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam Merek tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum harus dilaksanakan sesuai aturan atau undang-undang yang telah ada, karena setiap manusia mempunyai hak yang sama di hadapan hukum. Dalam hal ini, perlu sekali untuk kita mengetahui macam-macam unsur perlindungan hukum, yaitu sebagai berikut:⁹

- a. Unsur tindakan melindungi
- b. Unsur adanya pihak yang melindungi dan yang dilindungi
- c. Unsur cara melindungi

Terkait cara kita mendapatkan perlindungan telah diatur sebagaimana dinyatakan Pasal 28D Ayat (1) UUD NRI 1945 bahwa “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum”.

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku

⁹ Sudarto, *Hukum Pidana*, Yayasan Sudarto, Semarang, 2018, h. 119

antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.¹⁰

Perlindungan Hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan dengan tujuan dapat memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.¹¹

Menurut pendapat Phillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah berikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi, dan perlindungan yang represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.¹²

Menurut Lili Rasjidi dan I.B Wya Putra berpendapat bahwa hukum dapat difungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar ada yang aktif dan fleksibel, melainkan juga prediktif dan antisipatif.¹³ Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah

¹⁰ Arifuddin Muda Harahap, *Perlindungan Hukum Bagi Tenaga Kerja Melalui Perjanjian Kerja Bersama*, CV. Manhaji, Medan, 2019, h. 33

¹¹ Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2019, h. 38

¹² Arifuddin Muda Harahap, *Op. Cit*, h. 34

¹³ Arifuddin Muda Harahap, *Op. Cit*, h. 33

memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹⁴

Perlindungan hukum adalah hasil dari berfungsinya hukum dalam mewujudkan tujuan hukum, sehingga kemanfaatan, keadilan dan kepastian hukum dapat diberikan. Perlindungan hukum ini diperuntukkan kepada suatu merek yang diharapkan dapat melindungi hak-hak perseorangan atau badan hukum yang berkaitan dengan merek tersebut. Tanpa berfungsinya perlindungan hukum maka pengusaha lain akan bebas meniru dan menggunakan merek milik pihak lain tanpa perlu mengeluarkan biaya.

Berdasarkan uraian di atas dan pendapat para ahli peneliti menyimpulkan perlindungan hukum adalah suatu aturan yang dibuat untuk melindungi setiap orang yang melanggar hukum, atau melanggar hak oranglain dimana upaya ini dibuat oleh pemerintah dan dilaksanakan oleh aparaturn penegak hukum yang memiliki wewenang berdasarkan aturan hukum yang telah ditetapkan.

2. Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon, memiliki dua bentuk pelaksanaannya yaitu bersifat preventif dan bersifat represif. Perlindungan preventif memiliki tujuan dalam pencegahan timbulnya suatu perselisihan atau konflik. Pada perlindungan ini memiliki hal yang penting

¹⁴ Satijipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, h. 53

dilakukan oleh pemerintah dikarenakan haruslah dilakukan dengan tindakan yang bebas agar bisa mendorong suatu keputusan yang baik tanpa menimbulkan atau menambah permasalahan lainnya.

Kemudian perlindungan represif memiliki tujuan dalam upaya penyelesaian suatu perselisihan. Jika dilihat dari segi konsep maka perlindungan hukum adalah pelaksanaan dari prinsip pengakuan terhadap HAM yang berlandaskan kepada Pancasila. Sehingga setiap orang bisa dilindungi atas pengakuan tersebut.

Perlindungan Hukum dapat dibedakan menjadi 2 (dua) macam bentuk, yaitu:

- a. Perlindungan Hukum Preventif
Perlindungan Hukum Preventif merupakan perlindungan hukum yang bersifat pencegahan. Perlindungan Hukum memberikan kesempatan kepada masyarakat agar mengajukan keberatan (*Inspraak*) atas pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif.
- b. Perlindungan Hukum Respresif
Perlindungan Hukum Respresif merupakan perlindungan yang diberikan untuk menyelesaikan jika terjadi sengketa.¹⁵

Menurut Hadjon, perlindungan hukum untuk rakyat meliputi dua hal, yakni:

- a. Perlindungan Hukum Preventif Bentuk perlindungan hukum kepada rakyat adalah dengan diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.

¹⁵ Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, h. 264.

Perlindungan hukum preventif memiliki pengaruh yang bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.¹⁶

- b. Perlindungan Hukum Represif Bentuk perlindungan hukum yang lebih ditujukan pada penyelesaian sengketa. Penanganan perlindungan hukum yang dilakukan oleh Pengadilan Umum juga Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap suatu tindakan yang dilakukan oleh pemerintah yang bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan hukum terhadap hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah.¹⁷

Bentuk perlindungan hukum yang bersifat represif ini mengarah pada perlindungan hukum yang berkaitan erat dengan penyelesaian sengketa. Perlindungan hukum secara represif sama dengan penegakan hukum, hal ini karena proses dalam penyelesaian sengketa sampai pada tahap di pengadilan merupakan bagian dari penegakan hukum.

¹⁶ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia. Sebuah Studi Tentang Prinsip-Prinsipnya. Penanganan oleh Pengadilan dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi Negara*, PT Bina Ilmu, Surabaya, 1987, h. 4

¹⁷ *Ibid.*

Prinsip kedua dalam perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah mengenai prinsip Negara hukum. Hal ini erat kaitannya dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.

B. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia

1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual merupakan terjemahan dari istilah dalam bahasa Inggris "*Intellectual property*" oleh *World Intellectual Property Organization* (WIPO) diartikan sebagai ciptaan yang dihasilkan melalui kemampuan intelektual (*creation of mind*), yaitu penemuan, karya tulis dan karya-karya yang bersifat artistik, simbol, nama gambar dan desain yang digunakan dalam kegiatan perdagangan.

Menurut Sri Redjeki Hartono, ia menjelaskan istilah hak kekayaan intelektual merupakan suatu hak dengan karakteristik khusus dan istimewa, karena hak tersebut diberikan oleh Negara. Negara berdasarkan ketentuan Undang-Undang, memberikan hak khusus tersebut kepada yang berhak, sesuai dengan prosedur dan syarat-syarat yang dipenuhi.¹⁸

¹⁸ Surya Praha, *Hak Kekayaan Intelektual : Perlindungan Foklor dalam Konteks Hak Kekayaan Komunal yang bersifat Sui Generis*, LPPM Universitas Bung Hatta, Padang, 2021, h. 3

Selain itu, dalam kepustakaan hukum Anglo Saxon dan TRIPs Agreement juga menggunakan istilah Intellectual Property Rights yang kemudian diterjemahkan oleh Saidin menjadi HKI. Alasannya adalah bahwa kata “milik” sudah merupakan istilah baku dalam kepustakaan hukum.¹⁹

Berdasarkan istilah yang telah disebutkan sebelumnya maka HKI adalah hak kebendaan, yaitu hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak dan hasil kerja rasio.²⁰ Hasil kerja dalam bentuk abstrak yang dikenal dengan rasa perpaduan dari hasil kerja rasional dan emosional itu melahirkan sebuah karya yang disebut karya intelektual.²¹

Menurut Rachmadi Usman pengertian HKI adalah hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Karya-karya tersebut merupakan kebendaan tidak berwujud yang merupakan hasil kemampuan intelektualitas seseorang atau manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi melalui daya cipta, rasa, karsa, dan karyanya, yang memiliki nilai moral, praktis, dan ekonomis.²²

Pada dasarnya definisi Hak Kekayaan Intelektual telah banyak di kemukakan oleh para ahli namun dapat dipastikan bahwa secara umum, HKI dapat digambarkan sebagai hukum yang dapat melindungi karya sastra

¹⁹ Candra Irawan, *Politik Hukum*, CV Mandar Maju, Bandung, 2012, h. 44

²⁰ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Raja Grafindo Persada, Depok, 2015, h. 27

²¹ *Ibid*, h. 28

²² Ibnu Munzir dan Kadaruddin, *Perlindungan Hak Kekayaan*, Pustaka Pena Press, Makassar, 2014, h. 32

dan karya artistik serta invensi dari penggunaan atau peniruan yang dilakukan pihak lain tanpa izin.²³

Adapun definisi yang dirumuskan oleh para ahli, HKI selalu dikaitkan dengan tiga elemen penting berikut ini:²⁴

- a. Adanya sebuah hak eksklusif yang diberikan oleh hukum;
- b. Hak tersebut berkaitan dengan usaha manusia yang didasarkan pada kemampuan intelektual;
- c. Kemampuan intelektual tersebut memiliki nilai ekonomi.

Meskipun terdapat teori universalitas tentang hak kekayaan intelektual, hingga kini belum ada definisi tunggal yang disepakati di seluruh dunia tentang apakah yang di maksud dengan hak kekayaan intelektual. Hal ini disebabkan pengertian dari hak kekayaan intelektual sulit untuk didefinisikan dalam satu kalimat sederhana yang dengan tepat dapat menggambarkan tentang pengertian dari hak kekayaan intelektual secara menyeluruh.

2. Manfaat Hak Kekayaan Intelektual

Pada dasarnya HKI memiliki nilai manfaat ekonomi yang menjadikannya sebagai aset berharga dalam sebuah perusahaan dan termasuk ke dalam bentuk aset yang tidak berwujud. Berbagai jenis HKI telah diatur dan dijamin di Indonesia yaitu hak cipta, hak merek, dan hak

²³ *Ibid*, h. 33

²⁴ Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual di Era Global*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, h. 2.

paten dimana hal tersebut termasuk ke dalam ranah hukum perdata dan merupakan hukum benda dalam bentuk benda bergerak yang tidak berwujud.²⁵ HKI sebagai benda bergerak yang tidak berwujud serta memiliki nilai ekonomi didalamnya, maka menyebabkan HKI dapat dijadikan sebagai jaminan pada sebuah perjanjian hutang piutang.²⁶

Karya intelektual tersebut yaitu dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, sastra, ataupun teknologi yang dihasilkan melalui pengorbanan tenaga, waktu, sampai dengan biaya.²⁷

Berikut adalah manfaat adanya perlindungan HKI bagi masyarakat yakni antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan perlindungan hukum sebagai insentif bagi pencipta investor dan desainer dengan memberikan hak khusus dari kreatifitasnya dengan menyampingkan sifat tradisionalnya.
- b. Menciptakan iklim yang kondusif bagi investor.
- c. Mendorong kegiatan penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan penemuan baru diberbagai bidang teknologi.
- d. Sistem paten akan memperkaya pengetahuan masyarakat dan melahirkan penemu-penemu baru
- e. Peningkatan dan perlindungan HKI akan mempercepat pertumbuhan industri, menciptakan lapangan pekerjaan baru, mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup manusia yang memberikan kebutuhan masyarakat secara luas.
- f. Memberikan perlindungan hukum dan sekaligus pendorong kreatifitas bagi masyarakat.
- g. Mengangkat harkat dan martabat manusia dan masyarakat Indonesia.
- h. Meningkatkan daya saing produk ekonomi Indonesia.²⁸

²⁵ Kadek Ni Arcani dan Ida Ayu Sukihana, *Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Jaminan Kredit Perbankan*, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 10, No. 6, 2022, h. 1266.

²⁶ Khairul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Malang, 2017, h. 3.

²⁷ Abdul Atsar, *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Deepublish, Sleman, 2018, h. 3

²⁸ Yulia Nizwana & Rahdiansyah, *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Ditinjau Dari Epistimologi*, UIR Law Review, Vol. 3, No. 2, 2019, h. 37-38

Hak Kekayaan intelektual memiliki peranan penting dalam suatu usaha, karena dapat melindungi serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk dari perusahaan tersebut. Di era sekarang ini banyak oknum yang berusaha untuk mencuri ide atau inovasi dari suatu perusahaan sehingga dengan adanya HKI maka inovasi dan ide kreatif untuk memajukan perusahaan akan terjaga.

Permasalahan HKI dalam bidang merek juga bisa terjadi yakni apabila ada produsen yang menginginkan untuk memiliki dan menggunakan merek yang sama dengan yang telah digunakan oleh pihak lainnya. Tanda yang berupa gambar atau logo, nama atau ciri khusus yang dibuat oleh pihak pertama yang mendaftarkan merek tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa merek yang telah didaftarkan ada yang sama, baik disengaja ataupun tidak disengaja.²⁹

Adapun keuntungan penerapan HKI dalam suatu usaha antara lain:³⁰

- a. Memiliki kepastian perlindungan hukum, sehingga inovasi yang diciptakan oleh perusahaan dapat terlindung
- b. Meningkatkan kepercayaan konsumen, konsumen akan lebih percaya menggunakan produk dari perusahaan karena dinilai produk atau inovasi yang dikembangkan telah sah dan diakui secara hukum.
- c. Mengurangi plagiarisme, karena plagiarisme sangat berdampak buruk bagi perusahaan

²⁹ Febrian El Rohman, dkk., *Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Pemegang Hak Atas Merek Yang Sama Terhadap Satu Kegiatan Usaha Sejenis (Studi Kasus : Putusan Nomor 09/Pdt.Sus-Merek/2021/Pn.Niaga.Jkt.Pst)*, Jurnal Lex Veritatis, Vol. 1, No. 1, 2022, h. 97

³⁰ I Wayan Suarjana, *Peran Hak Kekayaan Intelektual Dalam Membina Inovasi Dan Implikasi Hukum Bagi Badan Usaha*, Jurnal Cahaya Mandalika (JCM), Vol. 4, No. 3, 2023, h. 833

Pasal 16 Ayat (1) UU Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa pemerintah memfasilitasi skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual bagi pelaku ekonomi kreatif, yang selanjutnya dalam penjelasan pasal *a quo* bahwa skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual yang dimaksud yaitu dengan menjadikan kekayaan intelektual sebagai objek jaminan utang bagi lembaga keuangan agar dapat memberikan pembiayaan kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.

Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, pada Pasal 9 Ayat (1) dijelaskan bahwa dalam pelaksanaan Skema Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual, lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank menggunakan Kekayaan Intelektual sebagai objek jaminan utang.

3. Landasan Hukum Hak Kekayaan Intelektual

Pemberlakuan undang-undang nasional tentang hak kekayaan intelektual berubah banyak pada awal tahun 2000-an dengan diperkenalkannya serangkaian undang-undang dan peraturan yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual.

Pada tahun 2000, Indonesia mengeluarkan serangkaian peraturan baru di bidang hak kekayaan intelektual seperti Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 Tentang Perlindungan Varietas Tanaman, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 Tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.

Pada tahun 2001 Indonesia melakukan pembaharuan peraturan di bidang Paten dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 dan mengenai merek melalui lahirnya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Selanjutnya pada tahun 2002 lahirlah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta.

Saat ini telah terjadi pembaharuan kembali dalam sejumlah bidang HKI di Indonesia dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta , Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek yang kini juga ditambahkan dengan pengaturan perihal Indikasi Geografis.³¹

4. Macam-Macam Hak Kekayaan Intelektual

Menurut TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*), pada Pasal 1 Ayat 2 yang dimaksud dengan HKI adalah semua kategori kekayaan intelektual sebagaimana dimaksud dalam bagian 1 sampai dengan 7 Bab II *Agreement* TRIPs yang mencakup:

- 1) Hak Cipta dan Hak-hak terkait lain (*Copyrights and Related Rights*);
- 2) Merek Dagang (*Trade Marks*);
- 3) Indikasi Geografis (*Geographical Indications*);
- 4) Desain Produk Industri (*Industrial Designs*);
- 5) Paten (*Patent*);

³¹ Sujana Donandi Sinuraya, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Deepublish Publisher, Yogyakarta, 2019, h. 17

- 6) Desain *Lay Out* (topografi) dari Rangkaian Elektronik Terpadu (*Lay Out Designs (Topographies) of Integrated Circuits*), perlindungan terhadap informasi yang dirahasiakan (*Protection of Undisclosed Information*).

Berdasarkan perkembangan hak kekayaan intelektual yang terbaru tersebut, HKI mempunyai tujuh cabang, yaitu:³²

- a. Hak Cipta
Cabang HKI yang melindungi ciptaan manusia di bidang seni, sastra, dan ilmu pengetahuan. Beberapa ciptaan seperti program computer, musik, buku, novel, karya arsitektur, tari, seni patung dan karya seni lainnya adalah contoh dari ruang lingkup karya yang dilindungi oleh hak cipta;
- b. Merek
Tanda yang membedakan barang atau jasa dari satu perusahaan dengan barang atau jasa yang sejenis yang diproduksi oleh perusahaan lain. Merek merupakan sebuah tanda yang dapat berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dan kombinasi dari unsureunsur tersebut;
- c. Paten
Cabang HKI yang melindungi invensi di bidang teknologi dan berisi pemecahan masalah. Paten dapat berupa produk, proses maupun pengembangan atau penyempurnaan paten produk atau proses. Ada dua jenis paten yang dikenal dalam UU Paten Indonesia, yaitu: paten biasa dan paten sederhana;
- d. Desain Industri
Cabang HKI yang melindungi tampilan luar dari kreasi bernilai artistic berupa bentuk, konfigurasi, komposisi garis atau warna, garis dan warna, gabungan dari unsurunsur tersebut;
- e. Rahasia Dagang
Cabang HKI yang melindungi informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan bisnis. Contoh rahasia dagang yang dapat dilindungi oleh UU Rahasia Dagang Indonesia adalah: metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, informasi lain di bidang teknologi dan bisnis;
- f. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu

³² Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual di Era Global*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, h. 7.

Cabang HKI yang melindungi kreasi berupa rancangan peletakan tiga dimensi dari berbagai elemen dalam sebuah sirkuit terpadu;

g. **Perlindungan Varietas Tanaman**

Cabang HKI yang melindungi varietas tanaman baru berupa sekelompok tanaman, jenis, atau spesies, bentuk, pertumbuhan, daun, bunga, biji, dan ekspresi karakteristik genotif atau kombinasi genotif.

C. Tinjauan Umum Tentang Merek

1. Pengertian Merek

Hak Merek dalam ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual merupakan bagian dari sebuah hak Milik Industri. Konvensi yang mengatur perihal Merek adalah Konvensi Paris. Merek adalah alat untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi suatu perusahaan. Pada mulanya Merek hanya diakui untuk barang, sedangkan pengakuan untuk Merek Jasa barulah diakui Konvensi Paris pada perubahan di Lisabon 1958.³³

Di Inggris pun Merek Jasa baru bisa didaftarkan dan mempunyai konsekuensi yang sama dengan Merek Barang setelah adanya ketentuan yang baru diberlakukan pada Oktober 1986, yaitu undang-undang hasil revisi pada Tahun 1984 atas Undang-Undang Trade Marks 1938. Mengenai Merek Jasa tersebut di Indonesia barulah dicantumkan pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.

Pencantuman pengertian Merek sekarang ini pada dasarnya banyak kesamaannya di antara negara peserta Uni Paris. Hal ini

³³ M. Citra Ramadhan, dkk., *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*, Universitas Medan Area Press, Deli Serdang, 2023, h. 62

disebabkan mereka mengacu pada ketentuan Konvensi Paris tersebut. WIPO sebagai organisasi internasional mengenai Hak Kekayaan Intelektual memberikan pengertian Merek, yaitu sebagai berikut:

“Merek dagang adalah tanda pembeda yang mengidentifikasi barang atau jasa tertentu sebagai barang atau jasa yang diproduksi atau disediakan oleh orang atau perusahaan tertentu. Asal-usulnya berasal dari zaman kuno, ketika pengrajin mereproduksi tanda tangan mereka, atau 'tanda' pada produk artistik atau utilitarian mereka. Selama bertahun-tahun merek ini berkembang menjadi sistem pendaftaran dan perlindungan merek saat ini. Sistem membantu konsumen mengidentifikasi dan membeli produk atau jasa karena sifat dan kualitasnya, yang ditunjukkan oleh merek dagangnya yang unik, memenuhi kebutuhan mereka”.³⁴

Negara berkembang dalam pengaturan hukum Merek banyak mengadopsi pengertian Merek dari model hukum yang dikeluarkan oleh BIRPI 1967. Menurut Pasal 68 Undang-Undang merek di Inggris telah meliputi *a device, brand, heading, label, ticket, name, signature, word, letter, numeral or any combination thereof*. Inggris saat ini mempunyai undang-undang yang baru mengenai Merek yaitu, Undang-Undang Merek 1994. Pengertian Merek, yang diberikannya tercantum pada Pasal 1 dan 49 mengenai pengertian Merek Kolektif.³⁵ Pasal 1 berbunyi, *In this Act a trade mark means any sign capable of being represented graphically which is capable of distinguishing goods or services of one undertaking from those of other undertakings, A trade mark may, in particular, consist of words (including personal names).*

³⁴ *Ibid.*, h. 63

³⁵ David I. Bainbridge dalam *Ibid*, h. 63

Merek secara nasional sekarang ini di Indonesia diatur melalui UU No. 20 Tahun 2016, sedangkan secara Internasional diatur dalam berbagai Konvensi seperti : *Paris Convention*, *Madrid Agreement*, dan *TRIPs Agreement*.

Menurut Pasal 1 angka 1 UU No. 20 Tahun 2016 menyebutkan bahwa

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.

Selama ini hanya dikenal merek konvensional, seperti kata, lukisan/gambar, logo, huruf-huruf, angka-angka, warna-warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Perkembangan tipe merek yang baru (*neo traditional marks*) meliputi merek tiga dimensi, merek suara/bunyi, merek hologram. Permohonan merek yang merupakan *neo-traditional marks*, harus menyatakan dengan jelas bahwa merek yang dimohonkan adalah merek tiga dimensi, merek suara, atau merek hologram.³⁶

Pengertian merek secara Bahasa berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan didefinisikan sebagai suatu tanda yang dilekatkan oleh pelaku usaha (pabrik, produsen, dan lain sebagainya) pada suatu produk yang

³⁶ Marni Emmy Mustofa, *Aneka Penegakan Hukum Hak Cipta, Paten, Merek dan Indikasi Geografis*, Alumni, Bandung, 2021, h. 57

dihasilkan sebagai tanda pengenal, cap (tanda), yang menunjukkan suatu nama dan sebagainya.³⁷

Muhammad Djumhana, menyatakan bahwa merek yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain.³⁸

H. OK.Saidin, menyatakan bahwa 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.³⁹

Muhammad Djumhana, menyatakan bahwa merek yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, untuk menunjukkan asal barang dan jaminan kualitasnya sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain.⁴⁰

³⁷ Ismail Rumadan, *Trademark Case Law: Penyelesaian Sengketa Merek di Pengadilan Terkait Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran Merek*, Deepublish, Yogyakarta, 2020, h. 9.

³⁸ Muhammad Djumhana dan R. Djuebaedillah, *Hak Milik Intelektual, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, h. 164.

³⁹ OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2013, h. 345

⁴⁰ Muhammad Djumhana dan R. Djuebaedillah, *Hak Milik Intelektual, Teori dan Prakteknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, h. 164.

Terdapat dua hal yang dapat dipetik dari pengertian yang telah dijabarkan sebelumnya, yaitu pertama, bentuk merek yang dapat digunakan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum adalah berupa gambar/lukisan, merek perkataan, huruf atau angka, merek kombinasi dan kedua, dari pengertian merek tersebut, disebutkan ada beberapa jenis merek, di antaranya merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif.⁴¹

Hal tersebut sesuai dengan yang diatur dalam *Article 15 TRIPs*, menetapkan merek adalah setiap tanda atau kombinasi dari tanda yang memiliki kemampuan untuk membedakan barang atau jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya harus dapat dinyatakan sebagai merek.⁴²

Berdasarkan definisi di atas, merek merupakan suatu tanda pengenal dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa yang sejenis dan sekaligus merupakan jaminan mutu bila dibandingkan dengan produk barang dan jasa yang lain.

2. Fungsi Merek

⁴¹ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, PT. RajaGrafindo Persada, Depok, 2019, h. 243.

⁴² Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trade Mark Law) Dalam Era Globalisasi Dan Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, h. 60.

Berdasarkan pengertian diatas, fungsi merek digunakan untuk membedakan antara barang atau jasa yang di produksi suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya atau sebagai tanda pengenal suatu barang dan jasa.

Merek menggambarkan kepribadian dari barang atau jasa usahanya serta membantu menunjukkan kualitas suatu barang atau jasa yang diproduksi. Dengan itu merek sangat perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan. Agar merek tersebut terlindungi secara hukum oleh negara dan pemilik merek mendapatkan hak atas mereknya, maka pemilik usaha harus mendaftarkan mereknya terlebih dahulu.

Pemilik merek dapat berupa perseorangan atau badan hukum. Pemilik merek yang sudah mendaftarkan mereknya masih bisa ditiru atau digunakan oleh pihak lain terutama merek yang belum didaftarkan. Tetapi merek yang sudah didaftarkan dan ada pihak lain yang menggunakannya tanpa seizin pemilik merek maka pihak tersebut dapat dituntut oleh pemilik merek yang sah karena merek yang sudah terdaftar resmi pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) akan mendapatkan perlindungan hukum dari negara.

Fungsi merek yang sebagai pembeda suatu barang atau jasa yang satu dengan yang lain dan sebagai suatu identitas barang atau jasa membuat merek sangat penting bagi pemilik usaha. Sebagian besar pemilik usaha menyadari betapa pentingnya penggunaan merek untuk membedakan produk barang atau jasa yang dimiliki dengan yang lainnya,

namun tidak semua pemilik usaha menyadari pentingnya pendaftaran merek untuk mendapatkan perlindungan merek secara resmi.⁴³

Fungsi merek adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.⁴⁴

Rachmadi Usman menyatakan bahwa fungsi merek adalah sebagai pembeda dari produk barang dan jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Barang atau jasa tersebut perlu diberi tanda pengenal untuk membedakannya. Juga bagi pihak produsen adalah sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya, sedangkan bagi pedagang, merek digunakan untuk promosi barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran.⁴⁵

Sedangkan untuk pihak konsumen merek diperlukan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli. Singkatnya fungsi merek adalah sebagai tanda pembeda, jaminan kualitas, dan aset yang berharga. Berikut 10 alasan pentingnya merek bagi UKM:⁴⁶

- 1) Brand menempel di Ingatan
- 2) Brand adalah aset
- 3) Brand menggugah sisi emosional konsumen

⁴³ Tommy Hendra Purwaka, *Perlindungan Merek*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, 2017, h. 39-40.

⁴⁴ Rika Ratna Permata, *Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Jawa Barat*, Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi, Vol. 10, No. 2, 2019, h. 36

⁴⁵ Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung, 2003, h. 320.

⁴⁶ Rika Ratna Permata, *Loc. Cit*

- 4) Brand menciptakan totalitas pada layanan usaha
- 5) Brand memudahkan pelanggan menemukan bisnis kita
- 6) Brand menciptakan kepribadian
- 7) Brand memiliki kekuatan untuk menarik konsumen
- 8) Brand akan menghemat biaya usaha
- 9) Brand mempengaruhi perilaku pembelian
- 10) Brand dan personal branding saling terkait

Merek merupakan suatu pembeda dari kebanyakan merek untuk usaha dan jasa, merek sendiri juga memiliki beberapa fungsi. Pada hakikatnya suatu merek digunakan pemilik merek untuk melindungi produknya, baik berupa jasa atau barang dagang lainnya. Jadi, suatu merek memiliki fungsi sebagai berikut:⁴⁷

- a. Fungsi pembeda, yakni membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lain.
- b. Fungsi jaminan reputasi, yakni sebagai tanda asal-usul produk, juga secara pribadi menghubungkan reputasi produk bermerek tersebut dengan produsen, sekaligus memberi jaminan kualitas akan produk tersebut.
- c. Fungsi promosi, yakni merek juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang di perdagangkan, sekaligus untuk menguasai pasar.
- d. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri, yakni merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal, baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme pasar bebas.

Merek yang kuat dan diakui memiliki daya tarik yang kuat bagi konsumen, mempengaruhi preferensi pembelian mereka, dan bahkan dapat menciptakan loyalitas jangka panjang. Dengan memahami secara mendalam bagaimana konsumen merespons merek, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memaksimalkan

⁴⁷ Anis Mashdurohatun, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Perspektif Sejarah Di Indonesia*, Madina Semarang, Semarang, 2013, h. 52

dampak merek mereka kedepan. Citra dari suatu merek memiliki peran penting dalam perusahaan dikarenakan perannya dalam memberikan ketertarikan konsumen atas suatu produk, serta dari citra merek tersebut, menciptakan suatu pola pikir baik pula terhadap perusahaan.⁴⁸

3. Jenis-Jenis Merek

Jenis Merek dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Merek Dagang
- b. Merek Jasa

Merek dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Sedangkan merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan jasa-jasa lainnya yang sejenis. Pembagian jenis Merek demikian didasarkan pada Konvensi Paris yang dimuat dalam Pasal 6 *sexies*.⁴⁹

Pasal 1 angka 2 UU No. 20 Tahun 2016, menyebutkan bahwa “Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-

⁴⁸ Andini Permatasari, *Pengaruh Hak Merek Terhadap Strategi Pemasaran Dan Diferensiasi Produk Di Indonesia*, Doktrin: Jurnal Dunia Ilmu Hukum dan Politik, Vol. 2, No. 3, 2024, h. 150

⁴⁹ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, h. 228

sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya”.

Pasal 1 angka 3 UU No. 20 Tahun 2016 menyebutkan bahwa “Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya”.

Dilihat dari UU No. 20 Tahun 2016 Pasal 4 menyebutkan bahwa Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.