

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK PERDAGANGAN BARANG DAN JASA

Syahriyah Semaun

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare

Email: syahriyah.semaun@gmail.com

Abstract: This paper aims to provide legal protection to the brand in the trade of goods and services. It is based on legislation specifically relating to brands, namely Law No. 15 of 2001, and legislation related to the brand. With the growing importance of this brand, the brand needs to be placed on the legal protection as an object against him over the rights of individuals or legal entities. Law No. 15 of 2001 aims to give more legal protection for rights holders of trademarks. To ensure the legal protection of brand in the process of trade in goods and services, then the owner of the brand is expected to register a trademark in order to obtain legal certainty.

Abstrak: Tulisan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap merek dalam perdagangan barang dan jasa. Hal ini didasarkan pada peraturan perundang-undangan khususnya yang berhubungan dengan merek yaitu UU No 15 Tahun 2001, dan peraturan perundang-undangan yang berkenaan dengan merek. Dengan semakin pentingnya peranan merek ini maka terhadap merek perlu diletakkan perlindungan hukum yakni sebagai obyek yang terdahapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 bertujuan untuk lebih memberikan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek dagang. Untuk menjamin perlindungan hukum terhadap merek dalam proses perdagangan barang dan jasa, maka para pemilik merek diharapkan dapat mendaftarkan mereknya guna mendapatkan kepastian hukum.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Merek, Barang dan Jasa

I. PENDAHULUAN

Dalam realita kehidupan masyarakat modern, dimana sektor ekonomi dan perdagangan memegang peranan penting dalam struktur kehidupan masyarakat, seringkali masyarakat harus menghadapi problematika Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*) berupa pelanggaran hak atas merek. Suatu hal yang mutlak dan harus dilakukan adalah mengadakan perlindungan serta penegakan hukum terhadap Hak atas

Kekayaan Intelektual berupa Hak atas merek, Desain Industri, Rahasia Dagang, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Varietas Tanaman. Perlindungan dan penegakan hukum atas Hak-hak tersebut ditujukan untuk memacu penemuan baru dibidang teknologi dengan memperhatikan kepentingan produsen dan konsumen, penggunaan pengetahuan teknologi secara seimbang.

Dalam dunia perdagangan, merek sebagai salah satu bentuk HAKI telah digunakan ratusan tahun yang lalu dan

mempunyai peranan yang penting karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena public sering mengaitkan suatu *image*, kualitas dan reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali merek-lah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut. Di Indonesia sendiri dengan telah mengubah dan menambah Undang-Undang Merek sedemikian rupa sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 kemudian diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992, dan kemudian diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, membuktikan bahwa peranan merek sangat penting. Dibutuhkan adanya pengaturan yang lebih luwes seiring dengan perkembangan dunia usaha yang pesat. Merek merupakan gengsi. Bagi kalangan tertentu, gengsi seseorang terletak pada barang yang dipakai atau jasa yang digunakan. Alasan yang sering kali diajukan adalah demi kualitas, bonafiditas, atau investasi. Terkadang merek menjadi gaya hidup. Merek bisa membuat seseorang menjadi percaya diri atau bahkan menentukan kelas sosialnya. Memakai barang-barang yang mereknya terkenal merupakan kebanggaan tersendiri bagi konsumen, apalagi bila barang-barang tersebut merupakan produk asli yang sulit didapat dan dijangkau oleh kebanyakan konsumen. Beragamnya merek produk

yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen menjadikan konsumen dihadapkan oleh berbagai macam pilihan, bergantung kepada daya beli atau kemampuan konsumen. Masyarakat menengah kebawah yang tidak mau ketinggalan menggunakan barang-barang merek terkenal membeli barang palsunya. Walaupun barangnya palsu, imitasi dan bermutu rendah, tidak menjadi masalah asalkan dapat terbeli. Terjadinya pemalsuan merek, perdagangan tentunya tidak akan berkembang dengan baik dan akan semakin memperburuk citra Indonesia sebagai pelanggar Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Oleh karena itu, permasalahan tentang perlindungan hukum atas merek menjadi menarik untuk dibahas, mengingat dunia akan terus berkembang, dan didalamnya merek mempunyai peran yang cukup diperhitungkan khususnya dalam proses perdagangan barang dan jasa di era global.

Oleh karena itu, sudah selayaknyalah produk-produk ataupun karya-karya lainnya yang merupakan HAKI dan sudah beredar dalam pasar global diperlukan perlindungan hukum yang efektif dari segala tindak pelanggaran yang tidak sesuai dengan persetujuan TRIPs serta konvensi-konvensi yang telah disepakati. Merek merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis. Merek produk (baik barang maupun jasa) tertentu yang sudah menjadi terkenal dan laku di pasar tentu saja akan cenderung membuat produsen atau pengusaha lainnya memacu produknya bersaing dengan merek terkenal, bahkan dalam hal ini akhirnya muncul persaingan tidak sehat. Merek dapat dianggap sebagai

“roh” bagi suatu produk barang atau jasa¹. Merek sebagai tanda pengenal atau tanda pembeda dapat menggambarkan jaminan kepribadian (individuality) dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya sewaktu diperdagangkan. Apabila dilihat dari sudut produsen, merek digunakan sebagai jaminan hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, di samping untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasar. Selanjutnya, dari sisi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan-pilihan barang yang akan dibeli.² Apabila suatu produk tidak mempunyai merek maka tentu saja produk yang bersangkutan tidak akan dikenal oleh konsumen. Oleh karena itu, suatu produk (produk yang baik atau tidak) tentu memiliki merek. Bahkan tidak mustahil, merek yang telah dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya akan selalu diikuti, ditiru, “dibajak”, bahkan mungkin dipalsukan oleh produsen lain yang melakukan persaingan curang.³ Perlindungan merek secara khusus diperlukan mengingat merek sebagai sarana identifikasi individual terhadap barang dan jasa merupakan pusat “jiwa” suatu bisnis, sangat bernilai dilihat dari berbagai aspek.⁴

Dengan demikian, merek merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis. Merek sangat erat kaitannya dengan dunia perdagangan baik berupa perdagangan barang maupun jasa. Fungsi merek dalam dunia perdagangan ialah agar konsumen dapat membedakan hasil suatu produk tertentu dengan produk lainnya untuk barang atau jasa yang

sejenis. Merek merupakan identifikasi suatu produk atau hasil perusahaan yang dijual di pasaran. Fungsi merek tersebut berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi nasional dan internasional.

II. PEMBAHASAN

A. Prosedur Pendaftaran, Pengalihan dan Penghapusan Perlindungan atas Merek di Indonesia

Merek mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi, terutama dalam dunia perdagangan barang dan jasa untuk membedakan dengan produk lain yang sejenis dalam satu kelas. Kelas barang dan jasa adalah kelompok jenis barang dan jasa yang mempunyai sifat, cara pembuatan dan tujuan penggunaannya. Pendaftaran merek merupakan alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis. Pendaftaran merek sebagai dasar mencegah orang lain memakai merek yang sama pada pokoknya atau secara keseluruhan dalam peredaran barang atau jasa.

1. Prosedur Pendaftaran Merek

Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Direktorat Jendral HKI adalah instansi pendaftaran merek yang

ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek.

Pendaftaran merek dilakukan dengan memenuhi syarat-syarat sebagaimana telah ditentukan oleh UU No. 15 Tahun 2001. Ada dua sistem yang dianut dalam pendaftaran merek yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (atributif). Undang-Undang Merek Tahun 2001 dalam sistem pendaftarannya menganut sistem konstitutif, sama dengan UU sebelumnya yakni UU No. 19 Tahun 1992 dan UU No. 14 Tahun 1997. Ini adalah perubahan yang mendasar dalam UU Merek Indonesia.

Pendaftaran merek dalam hal ini adalah untuk memberikan status bahwa pendaftar dianggap sebagai pemakai pertama sampai ada orang lain yang membuktikan sebaliknya. Hak atas merek tidak ada tanpa pendaftaran. Inilah yang lebih membawa kepastian. Karena jika seseorang dapat membuktikan ia telah mendaftarkan suatu merek dan ia diberikan suatu Sertifikat Merek yang merupakan bukti daripada hak miliknya atas suatu merek, maka orang lain tidak dapat mempergunakannya dan orang lain tidak berhak untuk memakai merek yang sama untuk barang-barang yang sejenis pula. Jadi sistem konstitutif ini memberikan lebih banyak kepastian.

Mengacu pada pengertian merek dalam Pasal 3 UU tentang Merek, jelas disebutkan merek merupakan hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang telah terdaftar. Jadi yang ditekankan disini adalah bahwa hak atas merek tercipta karena pendaftaran dan

bukan karena pemakaian pertama. Jelas disini dipakai sistem konstitutif. Dan hal ini menjamin lebih terwujudnya kepastian hukum. Hanya orang yang didaftarkan sebagai pemilik yang dapat memakai dan memberikan orang lain hak untuk memakai (dengan sistem lisensi). Tetapi tidak mungkin orang lain memakainya. Dan jika tidak didaftar, tidak ada perlindungan sama sekali karena tidak ada hak atas merek.⁵

Selanjutnya Pasal 4 Undang-Undang Merek 2001 menyebutkan pula bahwa: "Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik". Dari ketentuan pasal tersebut diatas dapat dinyatakan bahwa dalam Undang-Undang Merek Tahun 2001, meskipun menganut sistem konstitutif, tetapi tetap dasarnya melindungi pemilik yang beritikad baik. Hanya permintaan yang diajukan oleh pemilik merek yang beritikad baik saja yang dapat diterima untuk didaftarkan.

Dengan demikian aspek perlindungan hukum tetap diberikan kepada mereka yang beritikad baik.⁶ Tentang tata cara pendaftaran merek di Indonesia menurut UU Merek Tahun 2001 diatur dalam Pasal 7 yang menentukan bahwa:

- 1) Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal dengan mencantumkan:
 - a) tanggal, bulan dan tahun;
 - b) nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
 - c) nama lengkap dan alamat kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa;

- d) warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e) nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.
- 2) Permohonan ditandatangani pemohon atau kuasanya.
 - 3) Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat terdiri dari satu orang atau beberapa orang secara bersama, atau badan hukum.
 - 4) Permohonan dilampiri dengan bukti pembayaran biaya.
 - 5) Dalam hal permohonan diajukan oleh lebih dari satu pemohon yang secara bersama-sama berhak atas merek tersebut, semua nama pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat mereka.
 - 6) Dalam hal permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5), permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu dari pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon yang mewakilkan.
 - 7) Dalam hal permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diajukan melalui kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas merek tersebut.
 - 8) Kuasa sebagaimana dimaksud pada ayat (9) adalah Konsultan Hak Kekayaan Intelektual.

- 9) Ketentuan mengenai syarat-syarat untuk dapat diangkat sebagai Konsultan Hak Kekayaan Intelektual diatur dengan Peraturan Pemerintah, sedangkan tata cara pengangkatannya diatur dengan Keputusan Presiden.⁷

2. Pengalihan Hak Merek

Hak atas merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar. Oleh karena itu, pihak lain tidak dapat menggunakan merek terdaftar tanpa seizin pemiliknya. Pengalihan hak atas merek terdaftar merupakan suatu tindakan pemilik merek untuk mengalihkan hak kepemilikannya kepada orang lain.

Pasal 40 ayat (1) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 menyatakan hak atas merek terdaftar dapat dialihkan karena:

- a. Pewarisan;
- b. Hibah;
- c. Wasiat;
- d. Perjanjian, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang Merek.

Pengalihan hak atas merek terdaftar wajib dimohonkan pencatatannya pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan disertai dokumen yang mendukung. Jika pencatatan tidak dilakukan, pengalihan hak atas merek tidak berakibat hukum kepada pihak ketiga. Hal ini sesuai dengan prinsip kekuatan berlaku terhadap pihak ketiga pada umumnya karena pencatatan dalam suatu daftar umum (registrasi).⁸

Pasal 41 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 mengemukakan bahwa pengalihan hak atas merek terdaftar dapat disertai dengan pengalihan nama baik, reputasi atau lain-lainnya yang terkait dengan merek yang bersangkutan. Dalam pasal ini menyiratkan bahwa *goodwill* mempunyai nilai tersendiri untuk dapat dialihkan, dan Pasal 42 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa pencatatan pengalihan hak atas merek terdaftar hanya dapat dilakukan bila disertai pernyataan tertulis dari penerima pengalihan bahwa merek tersebut akan digunakan bagi perdagangan barang atau jasa. Orang yang berminat menggunakan merek milik orang lain yang terdaftar harus terlebih dahulu mengadakan perjanjian lisensi dan mendaftarkannya ke Direktorat Merek. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 dalam Pasal 1 butir 13 menyatakan bahwa:

“Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/ atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.”⁹

Dari pengertian di atas, batasan lisensi merek adalah pemilik merek yang sudah terdaftar pada Direktorat Merek. Penggunaan merek oleh *licensee* dianggap sebagai penggunaan merek oleh lisensor, sehingga apabila lisensor tidak menggunakan sendiri mereknya, kekuatan hukum pendaftarannya tidak akan

dihapus.¹⁰ Pemberian lisensi terhadap penggunaan merek yang dilisensikan bisa untuk sebagian atau keseluruhan jenis barang dan jasa, dan jangka waktu berlakunya lisensi tidak diperbolehkan lebih lama dari jangka waktu berlakunya pendaftaran merek yang dilisensikan tersebut, sedangkan wilayah berlakunya perjanjian lisensi adalah di seluruh Indonesia kecuali hal ini diperjanjikan secara tegas dalam perjanjian.

Perjanjian lisensi tidak menyebabkan pemilik merek terdaftar kehilangan hak untuk menggunakan sendiri atau memberikan lisensi kepada pihak lainnya untuk menggunakan merek terdaftar tersebut. Pada perjanjian lisensi juga dapat diperjanjikan bahwa penerima lisensi merek terdaftar bisa memberi lisensi lebih lanjut (sub lisensi) kepada pihak lain. Hal ini tercantum dalam Pasal 45 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001.

3. Penghapusan Perlindungan Atas Merek

Konsekuensi dari merek yang telah didaftar adalah harus dipergunakan dengan permintaan pendaftarannya. Undang-Undang Merek menghendaki pemilik merek bersikap jujur dalam menggunakan mereknya, artinya merek yang telah didaftar dipergunakan sesuai kelas barang atau jasa yang didaftarkan juga harus sama bentuknya dengan merek yang dipergunakan.

Apabila merek yang telah didaftarkan tidak dipergunakan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam undang-undang, akan mengakibatkan pendaftaran merek yang bersangkutan dihapuskan.

Pengaturan mengenai penghapusan merek terdaftar yang berlaku sekarang diatur dalam Bab VIII mengenai Penghapusan dan Pembatalan Pendaftaran Merek dari Pasal 61 sampai dengan Pasal 67 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001. Dalam Pasal 61 ayat (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 ditentukan secara limitatif alasan dari penghapusan yaitu:

1) Merek tersebut tidak digunakan (*non use*)

Merek yang bersangkutan tidak digunakan oleh pemilik mereka setelah didaftarkan dalam daftar umum merek dalam perdagangan barang dan jasa dan juga merek tersebut tidak pernah dipakai lagi selama 3 tahun berturut-turut, baik sejak tanggal pendaftaran ataupun dari pemakaian terakhir.¹¹

2) Digunakan untuk jenis barang atau jasa yang tidak sesuai

Merek tersebut digunakan untuk melindungi jenis barang atau jasa yang berbeda baik yang berada dalam satu kelas apalagi untuk jenis barang yang berbeda kelasnya. Bahkan, dalam penjelasan Pasal 61 ayat (2) Undang-undang, ketidaksesuaian dalam penggunaan tersebut meliputi, pertama bentuk penulisan kata atau huruf, dan kedua penggunaan warna yang berbeda. Hal ini kemungkinan terjadi dalam dunia perdagangan jika pemilik merek merasa mereknya mempunyai bentuk yang kurang menarik dan warnanya kurang cocok, sehingga pemilik merek tersebut menggunakan merek yang berbeda.

Selain mengatur tentang alasan penghapusan merek, Undang-Undang No.

15 Tahun 2001 juga mengenal tiga macam penghapusan merek, yaitu:

1) Penghapusan merek terdaftar atas prakarsa Direktorat Merek
Direktorat Merek diberikan wewenang untuk melakukan pengawasan represif, yang secara *ex-officio* dilakukan berdasarkan kuasa yang diberikan Undang-Undang dapat melakukan penghapusan pendaftaran merek.

Pasal 61 ayat (2) UU No. 15 Tahun 2001 memperingatkan apabila Direktorat Merek hendak mengambil tindakan menghapus pendaftaran merek atas prakarsa sendiri, selain harus berdasarkan pada alasan yang sah menurut Undang-Undang, juga mesti didukung oleh bukti yang cukup bahwa:

- a. Merek tidak dipergunakan berturut-turut selama 3 (tiga) tahun atau lebih dalam perdagangan barang atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir.
- b. Merek yang digunakan untuk jenis barang atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang dimintakan pendaftarannya.

Selain itu, adapun alat-alat bukti yang dapat digunakan adalah

- a. Alat bukti berupa dokumen (akta);
- b. Mendengar keterangan saksi atau ahli maupun mendengar keterangan pemilik;
- c. Direktorat merek dapat melakukan pemeriksaan lapangan untuk menemukan fakta tentang *non-use*

maupun menyalahgunakan pemakaian merek.

Apabila terdapat bukti yang cukup untuk menghapus merek, penghapusan merek yang dilakukan oleh Direktorat Merek akan dicoret dalam Daftar Umum Merek badan akan diumumkan dalam berita Resmi Merek. Karena itu, berakhir pula perlindungan hukum atas merek tersebut.

- 2) Penghapusan merek terdaftar atas permintaan pemilik merek
Permintaan penghapusan merek oleh pemilik merek ini dapat diajukan untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa yang termasuk dalam satu kelas, pertimbangan pemilik merek dalam hal ini, biasanya karena mereknya dianggap sudah tidak menguntungkan lagi.¹²
- 3) Penghapusan merek terdaftar atas permintaan pihak ketiga berdasarkan pada putusan pengadilan
Penghapusan merek terdaftar atas permintaan pihak ketiga diatur dalam Pasal 67 UU No. 15 Tahun 2001. Undang-undang memberikan hak kepada pihak ketiga mengajukan permintaan penghapusan merek dengan cara:
 - a. Mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga;
 - b. Diperiksa dan diproses sesuai hukum acara yang berlaku.¹³

Pihak ketiga yang dimaksud dalam Undang-Undang dapat siapa saja termasuk instansi pemerintah termasuk juga penuntut umum. Direktorat Merek pun dapat mengajukan gugatan penghapusan

pendaftaran merek kepada Pengadilan apabila Direktorat Merek beranggapan akan lebih tepat mengajukan gugatan ke Pengadilan daripada bertindak atas prakarsa sendiri.

Gugatan penghapusan merek terdaftar yang dimohonkan oleh pihak ketiga diajukan ke Pengadilan Niaga tempat paling dekat Tergugat berdomisili atau bertempat tinggal. Dari Undang-Undang No. 21 Tahun 1967 sampai dengan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001, terdapat penyempurnaan-penyempurnaan yang dilakukan guna menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan ketentuan TRIPs. Seperti pada Pasal 67 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang gugatan penghapusan merek merupakan bagian dari perekonomian dan dunia usaha, sehingga penyelesaian sengketa memerlukan badan peradilan khusus, yaitu Pengadilan Niaga. Dipilihnya Pengadilan Niaga disebabkan sengketa merek tersebut dapat diselesaikan dalam waktu yang relatif cepat.

B. Perlindungan Hukum atas Merek dalam Proses Perdagangan Barang dan Jasa

Merek mempunyai peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan penanaman modal. Merek dengan brand imagenya dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas dari suatu produk, sebab merek menjadi semacam “penjual awal” bagi

suatu produk kepada konsumen. Dalam era persaingan saat ini memang tidak dapat dibatasi lagi masuknya produk-produk dari luar negeri ke dalam negeri, ataupun sebaliknya dari dalam negeri ke luar negeri. Merek sebagai aset perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan besar bila digunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan manajemen yang baik. Dengan semakin pentingnya peranan merek ini maka terhadap merek perlu diletakan perlindungan hukum yakni sebagai obyek yang terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum. Di Indonesia, hak atas merek didasarkan atas pemakaian pertama dari merek tersebut. Bagi mereka yang mendaftarkan mereknya dianggap oleh undang-undang sebagai pemakai merek pertama dari merek tersebut kecuali kalau dapat dibuktikan lain dan dianggap sebagai yang berhak atas merek yang bersangkutan. Tujuan dari pendaftaran merek adalah memberikan perlindungan untuk pendaftaran merek tersebut yang oleh undang-undang dianggap sebagai pemakai pertama terhadap pemakaian tidak sah oleh pihak-pihak lain. Sistem pendaftaran merek di Indonesia adalah cara pendaftaran dengan pemeriksaan terlebih dahulu ke Dirjen HAKI. Maksudnya sebelum didaftarkan, merek tersebut terlebih dahulu diperiksa mengenai merek itu sendiri dan suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalitas maupun substantif yang telah ditentukan oleh Undang-Undang Merek, yaitu

tentang adanya pembeda. Keberhasilan penegakan hukum merek tidak akan dapat tercapai dengan hanya mengandalkan undang-undang yang mengatur permasalahan merek semata. Keberhasilan penegakan hukum merek memerlukan dukungan dari unsur-unsur lain khususnya lembaga/badan yang bergerak dalam bidang merek. Perlindungan hukum terhadap merek dagang terdaftar mutlak diberikan oleh pemerintah kepada pemegang dan pemakai hak atas merek untuk menjamin:

- a. Kepastian berusaha bagi para produsen; dan
- b. Menarik investor bagi merek dagang asing, sedangkan perlindungan hukum yang diberikan kepada merek dagang lokal diharapkan agar pada suatu saat dapat berkembang secara meluas di dunia internasional.¹⁴

1. Perlindungan Merek di Indonesia

Persoalan perlindungan merek sebenarnya bukan hal baru bagi Indonesia. Dalam sejarah perundang-undangan merek, dapat diketahui bahwa pada masa kolonial Belanda berlaku Reglemen Industriële Eigendom (RIE) yang dimuat dalam Staatblad 1912 Nomor 545 jo Staatblad 1913 Nomor 214. Pada masa penjajahan Jepang, dikeluarkan peraturan merek, yang disebut Osamu Seire Nomor 30 tentang Pendaftaran cap dagang yang mulai berlaku tanggal 1 bulan 9 Syowa (tahun Jepang 2603. Setelah Indonesia Merdeka (17 Agustus 1945), peraturan tersebut masih diberlakukan berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan Undang-Undang

Dasar 1945. Selanjutnya, sejak era kebijakan ekonomi terbuka pada Tahun 1961 diberlakukan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan yang menggantikan peraturan warisan kolonial Belanda yang sudah dianggap tidak memadai, meskipun dalam Undang-Undang tersebut pada dasarnya mempunyai banyak kesamaan dengan produk hukum kolonial Belanda tersebut.¹⁵

Perkembangan selanjutnya, Undang-Undang Merek telah mengalami perubahan, baik diganti maupun direvisi karena nilainya sudah tidak sesuai dengan perkembangan keadaan dan kebutuhan. Pada akhirnya, pada tahun 2001 diundangkanlah Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Undang-Undang Merek ini merupakan hukum yang mengatur perlindungan merek di Indonesia. Undang-Undang tersebut adalah produk hukum terbaru di bidang merek sebagai respon untuk menyesuaikan perlindungan merek di Indonesia dengan standar internasional yang termuat dalam Pasal 15 Perjanjian TRIPs sebagai pengganti UU sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 14 tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 tahun 1992 tentang Merek.

Berdasar Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, dinyatakan bahwa Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, ataupun kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan

digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan adanya beberapa unsur merek, yaitu:

1. Syarat utama merek adalah tanda yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa.
2. Tanda yang dapat menjadi simbol merek terdiri dari unsur-unsur, gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Sehubungan dengan definisi merek tersebut, di Australia dan Inggris, definisi merek telah berkembang luas dengan mengikutsertakan bentuk dan tampilan produk di dalamnya. Di Inggris, Perusahaan Coca Cola telah mendaftarkan bentuk botol sebagai merek. Perkembangan ini mengindikasikan adanya kesulitan membedakan perlindungan merek dan desain industri. Di beberapa negara, suara, bau, dan warna dapat didaftarkan sebagai merek.¹⁶

Dalam merek dikenal adanya hak eksklusif sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek. Secara umum hak eksklusif dapat didefinisikan sebagai 'hak yang memberi jaminan perlindungan hukum kepada pemilik merek, dan merupakan pemilik satu-satunya yang berhak memakai dan mempergunakan serta melarang siapa saja untuk memiliki dan mempergunakannya'. Dengan demikian, hak eksklusif memuat dua hal, pertama, menggunakan sendiri

merek tersebut, dan kedua, memberi ijin kepada pihak lain menggunakan merek tersebut. Hak eksklusif bukan merupakan monopoli yang dilarang sebagai persaingan tidak sehat sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat, tetapi justru merupakan hak yang bersifat khusus dalam rangka memberi penghormatan dan insentif pengembangan daya intelektual untuk sebuah persaingan sehat dan kesejahteraan masyarakat.¹⁷

Dalam hukum merek terdapat ajaran atau doktrin persamaan yang timbul berkaitan dengan fungsi merek, yaitu untuk membedakan antara barang atau jasa yang satu dengan yang lainnya. Ada dua ajaran persamaan dalam merek yaitu:

- 1) Doktrin persamaan keseluruhan, dan
- 2) Doktrin persamaan identik.

Menurut doktrin persamaan menyeluruh, persamaan merek ditegaskan di atas prinsip *entireties similiar* yang berarti antara merek yang satu dengan yang lain mempunyai persamaan yang menyeluruh meliputi semua faktor yang relevan secara optimal yang menimbulkan persamaan.¹⁸ Doktrin persamaan identik mempunyai pengertian lebih luas dan fleksibel, bahwa untuk menentukan ada persamaan merek tidak perlu semua unsur secara komulatif sama, tetapi cukup beberapa unsur atau faktor yang relevan saja yang sama sehingga terlihat antara dua merek yang diperbandingkan identik atau sangat mirip. Jadi menurut doktrin ini antara merek yang satu dengan yang lain tetap ada perbedaan tetapi perbedaan tersebut tidak menonjol dan tidak

mempunyai kekuatan pembeda yang kuat sehingga satu dengan yang lain mirip (*similiar*) maka sudah dapat dikatakan identik.

Doktrin persamaan yang dianut dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dapat dilihat dalam Pasal 6 Ayat (1) yang menyatakan : Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut :

- 1) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang/jasa sejenis;
- 2) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- 3) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal;

Selanjutnya, Pasal 6 ayat (3) menyatakan : Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut:

- 1) merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- 2) merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;

3) merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis pihak yang berwenang.

Ajaran persamaan dalam Undang-Undang seperti tersebut di atas dipresentasikan dalam kata atau kalimat 'persamaan pada pokoknya', 'persamaan pada keseluruhannya', 'merupakan', 'merupakan tiruan' dan 'menyerupai'. Undang-Undang Merek tidak memberikan arti dan pengertian untuk membedakan kata-kata tersebut, tetapi memberikan beberapa faktor sebagai unsur yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan sebagaimana diuraikan dalam penjelasan Pasal 6 Undang-Undang Merek, yaitu:

- 1) Persamaan bentuk
- 2) Persamaan komposisi atau penempatan
- 3) Persamaan penelitian
- 4) Persamaan bunyi
- 5) Persamaan ucapan
- 6) Persamaan kombinasi unsur-unsur

Dengan melihat rumusan Undang-Undang tersebut, terlihat jelas maksud pembuat Undang-Undang bahwa Undang-Undang menganut doktrin persamaan identik, yaitu bahwa adanya persamaan keseluruhan atau pada pokoknya diartikan sama dengan identik (sama serupa).¹⁹

Fungsi merek sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah sebagai alat pembeda barang atau jasa. Berkenaan dengan hal

tersebut merek dilihat dari daya pembedanya dibagi dalam dua kategori, yaitu kategori pertama adalah merek yang lemah daya pembedanya karena sifatnya yang deskriptif, dan kategori kedua adalah merek yang kuat daya pembedanya karena merupakan hasil imajinasi.

Dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 disebutkan, hak merek diberikan kepada pemilik merek terdaftar, dengan demikian jelas bahwa sistem merek yang dipakai di Indonesia adalah sistem konstitutif (aktif) sehingga pemilik merek terdaftar adalah sebagai pemegang hak merek. Pemilik merek terdaftar sebagai pemegang merek menggunakan merek itu sendiri atau memberi ijin pihak lain menggunakannya. Lebih lanjut dalam pasal 40 Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 dinyatakan bahwa hak merek dapat dialihkan haknya menurut ketentuan Undang-Undang.

Perlindungan hukum berdasarkan sistem *first to file principle* diberikan kepada pemegang hak merek terdaftar yang 'beritikad baik' bersifat preventif maupun represif. Perlindungan hukum preventif dilakukan melalui pendaftaran merek, dan perlindungan hukum represif diberikan jika terjadi pelanggaran merek melalui gugatan perdata maupun tuntutan pidana dengan mengurangi kemungkinan penyelesaian alternatif diluar pengadilan.

2. Pelanggaran Merek

Bentuk pelanggaran merek diantaranya:

- 1) Menggunakan merek yang identik atau yang mirip dengan merek yang sudah didaftarkan oleh pihak lain bagi barang-barang dan jasa yang identik atau mirip. Walaupun barang-barang tersebut adalah merupakan barang-barang asli yang diproduksi dan dijual oleh pemiliknya, tindakan menjual barang-barang tersebut yang dimasukkan ke dalam beberapa kantong, yang menunjukkan merek yang sama seperti merek yang sudah terdaftar pada kantong-kantong tersebut, dianggap, sebagai tindakan pelanggaran merek;
- 2) Menggunakan barang-barang hasil pelanggaran merek untuk dijual walaupun barang-barang tersebut diproduksi oleh orang lain, memajangkannya di toko, menyimpannya di gudang untuk dijual, maka barang-barang yang mereknya sudah didaftarkan oleh orang lain tersebut telah digunakan merek atau kemasannya tanpa izin, dan lain-lain, dianggap melanggar merek. Baik membeli atau menyimpan barang-barang tanpa mengetahui bahwa menjual barang-barang tersebut merupakan pelanggaran terhadap merek, maka tindakan tersebut tetap dianggap sebagai pelanggaran merek;
- 3) Menjual atau menggunakan sebuah merek atau kontainer, dan lain-lain yang merupakan merek yang digunakan tanpa seijin pemilik merek. Tindakan menggunakan sebuah merek, dan lain-lain, yang merupakan pelanggaran terhadap merek yang dimiliki oleh orang lain untuk digunakan sendiri atau memungkin orang lain untuk menggunakannya adalah merupakan pelanggaran terhadap merek. Lebih jauh lagi, menggunakan piring atau mangkok “western” yang mereknya sudah didaftarkan oleh orang lain untuk memberikan jasa, makanan dan minuman untuk digunakan di restoran milik sendiri atau memungkinkan orang lain untuk menggunakannya adalah juga merupakan pelanggaran merek;
- 4) Memproduksi atau mengimpor sebuah merek, kontainer, A yang menunjukkan merek yang digunakan tanpa ijin dari pemilik merek tersebut. Walaupun merek tersebut diproduksi atau diimpor berdasarkan pesanan dari orang lain yang tidak berhak untuk menggunakan merek yang sudah terdaftar tersebut, maka hal ini dianggap sebagai pelanggaran merek;
- 5) Memproduksi, menjual atau mengimpor barang-barang untuk tujuan bisnis untuk digunakan sendiri guna memproduksi sebuah merek, kontainer, dan lain-lain. Yang merupakan merek yang digunakan tanpa seijin dari pemilik merek. Suatu tindakan memproduksi, menggunakan atau mengimpor ‘*printing block*’ untuk merek, alat untuk memproduksi

kontainer, dan lain-lain. Untuk tujuan bisnis tanpa instruksi atau ijin pemilik merek atau orang yang memiliki hak atas merek tersebut adalah merupakan sebuah pelanggaran merek. Undang-Undang Merek Indonesia yang berkaitan dengan perlindungan merek yang bersifat represif dibatasi hanya bagi perlindungan hukum bagi barang atau jasa yang sejenis saja. Padahal dalam kenyataannya beredar banyak barang yang menggunakan merek terkenal terdaftar secara tanpa hak, tetapi digunakan pada barang yang tidak sejenis.

Berdasarkan Pasal 90-94, yang termasuk pelanggaran merek ialah:

- a. Menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek yang terdaftar milik pihak lain untuk barang yang sama dan/atau jasa yang sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 90 UU Merek);
- b. Menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek yang sudah terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan (Pasal 91 UU Merek);
- c. Menggunakan tanda yang mempunyai persamaan secara keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar. (Pasal 92 ayat 1 UU Merek);
- d. Menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang terdaftar (Pasal 92 ayat 2 UU Merek);
- e. Pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan Indikasi Geografis (Pasal 92 ayat 3 UU Merek);
- f. Menggunakan tanda yang dilindungi oleh indikasi asal pada barang dan jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai barang atau asal jasa tersebut (Pasal 93 UU Merek); Memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran. (Pasal 94 ayat 1 UU Merek).

III. PENUTUP

Semua prosedur pendaftaran, Pengalihan dan Penghapusan perlindungan hak atas merek telah diatur sedemikian rupa untuk mendapatkan kepastian hukum. Pada intinya, pendaftaran merupakan satu-satunya cara untuk mendapatkan perlindungan hukum atas merek. Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Direktorat Jenderal HAKI dengan memenuhi prosedur yang telah

ditentukan dalam Undang-Undang Merek. Demikian pula halnya dengan pengalihan dan penghapusan perlindungan atas merek dapat dilakukan jika telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Merek.

Pada dasarnya, perlindungan hukum terhadap merek dalam perdagangan barang dan jasa memang mutlak diperlukan untuk mencegah dan menghindari paraktek-praktek yang tidak jujur, seperti pemalsuan dan pembajakan, serta memperoleh kepastian hukum. Untuk itu negara telah mengatur ketentuan-ketentuan hukum mengenai perlindungan merek yang disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi di era global yang tujuannya adalah mengakomodasi semua kepentingan yang ada guna menciptakan perlindungan hukum.

Perlindungan hukum terhadap merek dan merek terkenal yang diberikan UU Merek yang bersifat preventif dan represif sebagaimana ditentukan Pasal 6 ayat (3) dan (4) sudah selaras dengan ketentuan TRIPs, mencakup perlindungan terhadap barang atau jasa baik yang sejenis maupun bukan, yaitu dengan pendaftaran merek. Di samping itu, diatur pula hal yang berkaitan perlindungan merek bersifat refresif.

Untuk menjamin perlindungan hukum atas merek dalam proses perdagangan barang dan jasa, maka para pemilik merek diharapkan dapat mendaftarkan mereknya guna mendapatkan kepastian hukum. Selain itu, pengalihan dan penghapusan hak atas merek harus benar-benar dilaksanakan sesuai dengan undang-

undang demi terjaminnya suatu perlindungan hukum. Diperlukan tindakan yang tegas terhadap pihak-pihak yang melanggar hak atas merek. Untuk itu, penyediaan perangkat hukum dibidang merek harus didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan benar-benar berkompeten dalam mengurus persolan dibidang merek. Perangkat hukum yang ada diharapkan memberikan sanksi yang tegas bagi pelaku pelanggaran hukum merek agar timbul efek jera bagi masyarakat untuk tidak melakukan pelanggaran hukum khususnya dibidang merek. Selain itu, sosialisasi dibidang merek dirasa perlu dilakukan kepada masyarakat. Kesadaran masyarakat umum ataupun pengusaha sangat dibutuhkan untuk menghindari terjadinya praktek-praktek curang dibidang merek, juga dapat menjamin terlaksananya proses perdagangan barang dan jasa yang sehat.

Catatan Akhir :

¹Insan Budi Maulana., 2002. *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, Bandung: Citra Aditya Bakti. hlm 60

¹ Wiratmo Dianggoro. 2001. "Pembaharuan UU Merek dan Dampaknya bagi Dunia Bisnis" . Artikel pada Jurnal Bisnis, Vol2, 2001. hlm 34

¹Insan Budi Maulana., 2002. *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, Bandung: Citra Aditya Bakti. hlm 61

¹ Prasetyo Hadi Purwandoko 2007. *Selayang Pandang Hak Cipta, Merek, dan Paten*. Makalah. Disampaikan dalam Pembinaan Hak Kekayaan Intelektual/Merek dagang bagi Industri Kecil/Menengah di Ruang Sidang Gedung Hapsari, 13 Juni 2007, Kerjasama Pusat Pengembangan dan Pelayanan HKI Lembaga Penelitian dan Pengabdian UNS dan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Penanaman Modal Sukoharjo. hlm 14

- ¹ Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 pasal 3
- ¹ *Ibid* pasal 4
- ¹ Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 pasal 7
- ¹ Astriani, Dwi Rezki Sri. 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar*, P.T. Alumni, Bandung. hlm 56
- ¹ Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 Pasal 1
- ¹ Astriani, Dwi Rezki Sri. 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar*, P.T. Alumni, Bandung. hlm 59
- ¹ Firmansyah, Hery, 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta. hlm 30
- ¹ Astriani, Dwi Rezki Sri. 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar*, P.T. Alumni, Bandung. hlm 87
- ¹ Nurachmad, Much, 2002. *Segala Tentang HAKI Indonesia*, Buku Biru, Jogjakarta. hlm 37
- ¹ Firmansyah, Hery, 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta. hlm 38
- ¹ Saidin, H. OK, 2007. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, cetakan IV, Rajawali Pers, Jakarta. hlm 249-250
- ¹ Tim Asian Law Group. 2001. *Intellectual Property Rihts (Elementary)*. Fitzroy Victoria: Asian Law Group Pty Ltd. hlm 157
- ¹ *Ibid* Pasal 3
- ¹ M. Yahya Harahap. 2000. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992*. Bandung: Citra Aditya Bakti. hlm 288
- ¹ *Ibid* pasal 6

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 1997. *Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement)* GENEVA : WIPO..
- Astriani, Dwi Rezki Sri. 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar*, P.T. Alumni, Bandung.
- Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin. 2004. *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Erma Wahyuni, et.al. 2004. *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*. Yogyakarta: YPAPI.
- Firmansyah, Hery, 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.
- Hariyani, Iswi, 2010. *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta
- Insan Budi Maulana., 2002. *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Imam Syahputra, et.al.. 2001. *Hukum Merek Baru Indonesia : Seluk Beluk Tanya Jawab*. Jakarta: Harvarindo.
- M. Yahya Harahap. 2000. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Miru, Ahmadi, 2001. *Hukum Merek*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Nurachmad, Much, 2002. *Segala Tentang HAKI Indonesia*, Buku Biru, Jogjakarta.
- Prasetyo Hadi Purwandoko. 2002. *Implikasi Ketentuan Agreement on TRIPs bagi Indonesia..* Yustisia No 47 Tahun XIII September – Nopember. Surakarta: Fak. Hukum UNS.
- . 2002. *Merek Suatu Telaah Singkat*. Makalah. Disampaikan dalam Pelatihan HAKI bagi Mahasiswa dan Dosen UNS yang

- memiliki Karya Inovatif tanggal 1-2 Juli 2009.
- .2003. *Perlindungan Merek Terkenal dan Perlindungan Hukumnya di Indonesia* Yustisia No 62 Tahun XIII Juli – September 2003. Surakarta: Fak. Hukum UNS.
- .2007. *Selayang Pandang Hak Cipta, Merek, dan Paten*. Makalah. Disampaikan dalam Pembinaan Hak Kekayaan Intelektual/Merek dagang bagi Industri Kecil/ Menengah di Ruang Sidang Gedung Hapsari, 13 Juni 2007, Kerjasama Pusat Pengembangan dan Pelayanan HKI Lembaga Penelitian dan Pengabdian UNS dan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Penanaman Modal Sukoharjo
- Ridwan Khairandi. 2009. “*Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia*”. Makalah. Disampaikan dalam Seminar Nasional Perlindungan Hukum Merek dalam Era Persaingan Saidin, H. OK, 2007. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, cetakan IV, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata. 2007. *Himpunan Keputusan Merek Dagang*. Bandung: Alumni.
- Supramono, Gatot, 2000. *Pendaftaran Merek*, Djambatan, Jakarta.
- Tim Asian Law Group, 2001. *Intellectual Property Rihts (Elementary)*. Fitzroy Victoria: Asian Law Group Pty Ltd.
- Usman, Rachmadi, 2003. *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*, P.T. Alumni, Bandung.
- Jisia Mamahit, 2013 *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan*, Jurnal Hukum Ekonomi Lex Privatum Vol.I/No.3/Juli/2013, Jakarta
- Wiratmo Dianggoro. 2001. “*Pembaharuan UU Merek dan Dampaknya bagi Dunia Bisnis*” . Artikel pada Jurnal Bisnis, Vol2, 2001.
- <http://yudicare.wordpress.com/2016/03/17/pentingnya-pendaftaran-haki-merek/> diunduh tanggal 1 Maret 2016.
- <http://etno06.wordpress.com/2016/01/10/contoh-contoh-kasus-merek/> diunduh tanggal 3 Maret 2016
- [http://annisahanumpalupi.blogspot.com/2010/04/tugas-indonesian-legal-system-tentang.html? m=1](http://annisahanumpalupi.blogspot.com/2010/04/tugas-indonesian-legal-system-tentang.html?m=1) diunduh tanggal 29 Januari 2016.
- <http://akunt.blogspot.com/2016/03/jenis-jenis-barang-ekonomi.html?m=1> diunduh tanggal 29 Juli 2016.
- UNDANG-UNDANG
Republik Indonesia, Lembaran Negara Tahun 2001, Undang-Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek