

**EFEKTIVITAS UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001
TENTANG MEREK TERHADAP DAFTAR MEREK USAHA
DAGANG INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH**

Ukas¹, Irene Svinarky¹, Padrison Jamba¹

¹Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera
Batam, Jl Letjen R. Soepratto Tembesi-Batu Aji Batam, Kampus UPB, Batam 29433,
Indonesia

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: Irene.svinarkysh.mkn@gmail.com
No Hp: +6281372497988

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: ukasibrahim@yahoo.com
No Hp: +6285264830966

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: padri_themasterlaw@yahoo.com
No Hp: +6282283347554

ABSTRAK

Peranan merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Merek sangat penting untuk membedakan suatu produk dari produk yang sama lainnya. Agar ada kepastian hukum tentang merek, maka merek tersebut harus didaftarkan. Kota Batam sebagai pusat bisnis dan industri menghasilkan berbagai produk baik barang maupun jasa. Produk-produk tersebut agar dikenal orang membutuhkan merek sebagai pembeda dari produk lain yang sejenis dan agar ada kepastian hukum dan kepastian hak harus didaftarkan. Penelitian ini untuk melihat Efektifitas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dalam pendaftaran merek produk bagi usaha kecil dan menengah. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis, yaitu memanfaatkan teori yang ada dan mengkaitkan dengan hasil penelitian di lapangan. Untuk analisa datanya Tim Peneliti menggunakan analisa data kualitatif. Menurut hasil penelitian dapat diketahui bahwa, masih kurangnya/kesadaran masyarakat memahami penting pendaftaran merek, mereka tidak memahami manfaat pendaftaran merek. Masyarakat cenderung membuat usaha dengan tidak mendaftarkan merek usahanya, dengan alasan biaya yang sangat mahal padahal penjualan tidak seberapa dan banyak lagi alasan lainnya, sehingga aturan yang adapun kurang efektif di dalam prakteknya.

Kata Kunci: Efektifitas , Daftar Merek, Usaha Kecil Dan Menengah.

ABSTRACT

Brand role to becomes momentarily especially look after healthy effort emulation. Brand momentousing to differentiates a product from produk same another. That there is rule of law about brand, therefore that brand has to be listed. Batam's city as business center and industry results various goods good product and also service. That product person know that need brand as distinguishing as of other product that a sort and that there is rule of law and a moral certainty rights that didaftarkan shall. This research to see Number Law effectiveness 15 years 2001 about Brand, in product brand registration for small enterprise and intermediate. There is method even research that is utilized is observational kualitatif by use of sosiologis's judicial formality approaching, which is utilize aught theory and concerns degan research result at the site. Of research result is known that, still reducing it / society consciousness understands is of important brand registration, they don't understand brand registration benefit. Society tendinging to make effort with doesn't list its effort brand, in consideration cost which very expensive eventually sell is not seberapa and there are many again another reason, so even aught order insufficiently effective at in practice it.

Key word: *Effectiveness, Brand list, Small Enterprise And Intermediate*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Upaya membudayakan penghargaan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) harus bersama dengan meningkatkan perlindungan hukum atas hak-hak tersebut, melalui perangkat hukum dan mekanisme perlindungan yang memadai. HaKI merupakan suatu hak yang timbul akibat adanya tindakan kreatif manusia yang menghasilkan karya-karya inovatif yang dapat diterapkan

dalam kehidupan manusia, bagi para pencipta dan penemu begitu juga pemilik merek merupakan karya inovatifnya yang harus dilindungi, karena HaKI adalah menyalurkan kreatifitas individu untuk kemanfaatannya manusia termasuk kepemilikan merek dalam usaha dan atau bentuk bisnis lainnya. Dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek pada Konsideran Pertimbangannya dipahami bahwa dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi

internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Pada poin 6 Undang-Undang Merek tersebut, mempertimbangkan bahwa untuk hal tersebut diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek agar memberikan peningkatan pelayanan bagi masyarakat.

Dalam Pasal 2 dan Pasal 3 Undang-Undang Merek dipahami bahwa merek itu meliputi barang dagang termasuk jasa. Hak atas merek adalah hak yang sifatnya eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang didaftarkan dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Apabila kita memahami Undang-Undang tentang Merek (Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001), Merek sangat banyak arti dan manfaatnya apabila sipemilik merek

menyebarkannya dengan cara publikasi baik melalui media cetak, dan atau media elektronik lainnya. Semakin pesatnya persaingan usaha baik di dalam perdagangan nasional maupun dalam perdagangan internasional dalam perdagangan barang dan jasa, maka tidak salah kalau dikatakan bahwa merek itu memiliki peranan yang signifikan untuk dikenali sebagai tanda suatu produk dan atau jasa tertentu. Dikalangan masyarakat dan juga memiliki kekuatan dan manfaat apabila dikelola dengan baik, hal tersebut sesuai pendapat Bambang Kosowo bahwa “Merek itu mempunyai nilai atau ekuitas, ekuitas menjadi sangat penting karena nilai tersebut menjadi tolak ukur suatu produk yang dipasarkan. Lebih lanjut Bambang mengatakan bahwa fungsi merek lebih berkembang dalam dunia usaha (Bambang Kosowo, 1995: 16) sehingga membeli produk pesaingnya tersebut yang kiranya produk dari perusahaan sebenarnya.

Hal tersebut di atas, tidak hanya mengurangi keuntungan perusahaan dan membuat bingung pelanggannya, tetapi juga dapat merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan khususnya apabila produk pesaing kualitasnya lebih rendah. Fungsi merek dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik barang maupun jasa) untuk memiliki hak perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu biasanya akan membeli dengan atau memakai produk-produk tersebut dimasa yang akan datang. Merek juga dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki agar menjamin merek produk mereka yang memiliki reputasi yang baik. Hal ini terbukti bahwa beberapa merek terkenal seperti sepatu, sandal yang

mempunyai kualitas yang bagus senantiasa berinvestasi dan membangun produk mereka dengan beberapa model dan inovasi yang mutakhir sehingga masyarakat sudah meyakini kualitas dari produk tersebut memang diakui.

Menurut Adil Samadani dalam buku Dasar-dasar Hukum Bisnis menyebutkan bahwa “Pentingnya penggunaan merek untuk membedakan produk yang mereka miliki dengan produk para pesaing mereka agar perlunya merek tersebut mendapat perlindungan atau melalui pendaftaran (Adil Samadani, 2013: 129). Adanya pendaftaran merek, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi suatu yang sifatnya sia-sia, karena perusahaan pesaing dapat memanfaatkan merek yang sama atau merek yang mirip tersebut untuk membuat atau memasarkan produk yang identik atau mirip dan pelanggan dapat menjadi bingung.

HaKI timbul atau lahir karena adanya intelektualitas seseorang sebagai inti atau objek pengaturannya. Pemahaman terhadap hak ini pada dasarnya merupakan pemahaman terhadap hak atas kekayaan yang timbul atau lahir dari intelektualitas manusia. Banyak karya-karya yang lahir atau dihasilkan oleh manusia melalui intelektualitas, naik melalui daya cipta, rasa dan karsa. Perlindungan hukum terhadap hasil intelektualitas manusia dibanding teknologi, ilmu pengetahuan, seni, sastra dan lain-lain perlu diperhatikan dengan serius sebab karya manusia ini telah dihasilkan dengan suatu pengorbanan tenaga, pikiran, waktu, bahkan biaya yang tidak sedikit. Pengorbanan demikian tentunya menjadikan karya yang dihasilkan memiliki nilai yang patut dihargai, ditambah lagi dengan adanya manfaat yang dapat dinikmati yang dari sudut ekonomi karya-karya seperti ini tentunya memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

Menurut Farida Hasyim konsep berfikir seperti di atas, timbul pikiran untuk menumbuhkan dan mengembangkan sistem perlindungan hukum atas intelektualitas manusia (Farida Hasyim, 185). Dalam sejarah memang harus diakui bahwa konsep perlindungan hukum HaKI bukan merupakan hal yang timbul dalam sistem hukum kita, konsep ini pertama tumbuh dan dikembangkan dalam sistem hukum asing.

HaKI sebagai kekayaan (*property*) dalam konsep hukum perdata selalu diartikan sebagai benda berwujud yang dapat dijadikan objek dari perjanjian. Dalam perkembangan selanjutnya, kekayaan yang didapat dilihat, bahwa ada suatu kekayaan yang tidak berwujud yaitu kekayaan yang bersumber dari kemampuan manusia, karena factor budaya komunal dianggap suatu yang biasa dipergunakan dan dimanfaatkan oleh sesama. Padahal untuk menghasilkan karya

tersebut seseorang telah mengorbankan tenaga, waktu dan bahkan materi dengan demikian karya tersebut sesungguhnya mempunyai nilai ekonomis.

Menurut Joko Imbawani Atmadjaya bahwa pengakuan Negara melalui peraturan perundang-undangan dibidang HaKI meskipun lahirnya sebagai akibat masuknya Indonesia sebagai anggota Konvensi Internasional Trip's yang sudah ditampung dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Atmadjaya, 2012: 229). HaKI adalah hak-hak hukum yang diperoleh dari aktivitas intelektual dibidang industri, ilmu pengetahuan dan seni yang meliputi hak dalam bidang seni, hak kepemilikan industri, merek dan hak-hak lainnya. Hak atas merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya

pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa (Pasal 1 ayat 1).

1. Merek merupakan tanda yang digunakan untuk membedakan produk barang dan atau jasa tertentu dengan yang lainnya dalam rangka memperlancar perdagangan, menjaga kualitas dan melindungi produsen dan konsumen.
2. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan perdagangan barang atau jasa.
3. Merek sebagai salah satu bagian dari hak atas kekayaan intelektual manusia sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat.

Fungsi merek adalah tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya sebagai

alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya sebagai jaminan atas mutu barangnya, dan menunjukkan asal barang atau jasa yang dihasilkannya, inilah yang dikenal dengan indikasi geografis.

1. Dalam tulisan Adil Sawadani dalam bukunya Dasar-Dasar Hukum Bisnis, menyebutkan beberapa istilah-istilah dalam hak merek yaitu: (Sawadani, 2013: 145). Merek dagang adalah merek yang dipergunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang-barang sejenis lainnya.
2. Merek jasa yaitu merek yang digunakan pada barang atau jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

3. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya.
4. Hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu, menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya.

Menurut Keputusan Menteri Kehakiman RI Nomor M.03-HC.02.01 Tahun 1991 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan merek terkenal adalah merek dagang yang secara umum telah dikenali dan dipakai pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau badan hukum baik di wilayah Indonesia maupun di

luar negeri. Dengan adanya Surat Keputusan Menteri Kehakiman tersebut dimana merupakan perlindungan hukum yang jitu bagi perlindungan merek-merek terkenal milik orang lain.

Pengajuan merek hanya dapat diajukan untuk satu kelas barang atau jasa, kelas atau jasa dalam kelompok jenis barang atau jasa yang mempunyai persamaan dalam sifat, cara pembuatan dan tujuan penggunaannya. Apabila merek akan dimintakan pendaftarannya untuk lebih dari satu kelas, maka permintaan akan pendaftarannya harus diajukan secara terpisah.

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, Tim Peneliti tergugah dan termotivasi memberi judul dalam penelitian ini yaitu “Efektivitas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek Terhadap Daftar Merek Usaha Dagang Industri Kecil dan Menengah di Kota Batam”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada paparan di atas, maka perumusan masalah yang dapat diajukan adalah: Apakah pemahaman merek terhadap Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek di Batam telah efektif?

II. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian para peneliti membutuhkan sebuah metode (desain penelitian) dalam hal ini menggunakan penelitian kualitatif tentunya proposal penelitian ini menyesuaikan kebutuhan suatu penelitian, sehubungan hal tersebut desain penelitian ini nantinya menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif yang bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelasan, dan berakhir dengan suatu teori, atau yang disebut desain penelitian.

Menurut Nazir, Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu yang sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku (Nazir, 2002: 84). Desain penelitian adalah suatu proses yang diperlukan dalam perencanaan penelitian, dalam pengertian yang sempit,

desain penelitian hanya mengenai pengumpulan data dan analisis saja, dan dalam pengertian yang lebih luas desain penelitian adalah mencakup proses-proses yaitu sebagai berikut :

1. Identifikasi masalah
2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungan-hubungan dengan penelitian sebelumnya.
3. Merformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi tujuan luas jangkauan (*scope*) hipotesis untuk diuji.
4. Membangun definisi penyelidikan atau percobaan.

5. Memilih serta memberikan definisi terhadap pengukuran batas wilayah.
6. Memilih prosedur pengamatan secara langsung.
7. Menyusun alat serta teknik untuk mengumpulkan data.
8. Menganalisis data serta mengadakan pelaporan hasil penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interpretasi data, generalisasi, kekurangan-kekurangan dalam penemuan, serta menganjurkan beberapa saran-saran dan kerja penelitian yang akan datang.

Sehubungan hal tersebut di atas, penelitian dalam menyusun dan atau melakukan penelitian ini penelitian nantinya akan menggunakan desain kualitatif. Dalam penelitian kualitatif bertolak dari data yang ada memanfaatkan data yang ada sebagai bahan penjelasan dan berakhir dengan suatu teori.

2.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan bagian daripada rangkaian penelitian di dalam memperoleh informasi dan jawaban mengenai data-data dari permasalahan yang menjadi objek penelitian ini.

Lokasi penelitian ini yaitu:

1. Di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam (Disperindag) Kota Batam, tepatnya lantai V Kantor Bersama Batam Center.
2. Pelaku usaha yang mendaftarkan usahanya di Kota Batam (*Sample*), baik industri Kecil maupun Menengah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Merek Usaha dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek telah efektif di dalam praktek

Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan

perdagangan barang dan jasa. Merek merupakan “ suatu tanda pembeda” atas barang atau jasa bagi suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebagai tanda pembeda, maka merek dalam satu klasifikasi barang/jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu dan lainnya baik pada keseluruhan maupun pada pokoknya.

Pengertian persamaan pada keseluruhannya yaitu apabila mempunyai persamaan dalam hal asal, sifat, cara pembuatan dan tujuan pemakaiannya. Pengertian persamaan pada pokoknya yaitu apabila memiliki persamaan pada persamaan bentuk, persamaan cara penempatan, persamaan bunyi ucapan, (yurisprudensi MARI). Merek atas barang lazim disebut sebagai merek dagang adalah merek yang digunakan/ditempatkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum.

Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang

atau beberapa orang atau badan hukum. Merek sebagai tanda pembeda dapat berupa nama, kata, gambar, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Orang atau pemilik hak merek yaitu: orang (persero), beberapa orang (pemilik bersama), badan hukum yang telah mendapatkan hak atas merek yang disebut dengan merek terdaftar. Dalam objek perlindungan merek dapat dibagi atas:

1. Perlindungan atas merek

Hak atas merek adalah Hak Eksklusif yang diberikan Negara kepada “Pemilik merek yang terdaftar” dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya.

2. Hal yang penting perlu untuk diketahui

Perlindungan atas merek terdaftar yaitu adanya kepastian hukum atas merek

terdaftar baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan dan dihapus sebagai alat bukti apabila nantinya terjadi sengketa pelanggaran atas merek terdaftar. Dalam hal ini, adapun hal yang harus diketahui antara lain status pendaftara, jangka waktu perlindungan, mutasi dan lisensi, pelanggaran dan sanksi. Adapun masing masing penjabarannya adalah sebagai berikut:

a. Status pendaftaran

Indonesia mengenal atau menganut asas konstitutif yaitu: hak atas merek diperoleh atas pendaftarannya, artinya pemegang hak merek adalah seseorang yang mendaftarkan untuk pertama kalinya di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.

b. Jangka waktu perlindungan
Jangka waktu perlindungan merek 10 tahun terhitung sejak tanggal penerimaan

- pendaftaran (*filling date*).
Setelah 10 tahun dapat diperpanjang kembali.
- c. Mutasi dan lisensi
Pengertian mutasi meliputi pengalihan dan perubahan nama atau alamat. 1. Pengalihan hak dalam hal ini dilakukan dengan 4 cara yaitu: a. Pewarisan, b. Wasiat, c. Hibah, d. Perjanjian dan sebab-sebab lain sesuai dengan undang-undang. 2. Lisensi adalah izin yang diberikan pemilik merek terdaftar kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruhnya ataupun sebahagian jenis barang atau jasa yang didaftarkan.
- d. Pelanggaran dan sanksi
- 1) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah).
- 2) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi dan atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak

Rp. 800.000.000
(delapan ratus juta
rupiah).

Setelah membahas tentang sanksi pidana yang diberikan kepada orang yang melakukan pelanggaran merek, maka perlu juga diketahui bagaimana caranya untuk dapat mengikuti prosedural pendaftaran merek. Adapun prosedural Pendaftaran Merek Usaha adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan melampirkan:
 - a. Formulir pendaftaran merek yang telah disediakan oleh disperindak rangkap 4 (empat) terlebih dahulu harus diisi.
 - b. Surat pernyataan kepemilikan merek juga diberikan materai Rp. 6000,- (enam ribu rupiah)
 - c. Melampirkan fotokopi pihak yang mendaftarkan mereknya
 - d. Apabila merek tersebut berasal dari badan hukum maka melampirkan fotokopi

- akta pendirian badan hukum yang dilegalisir oleh notaris
- e. Fotokopi NPWP Pribadi apabila orang pribadi yang mendirikan, sedangkan fotokopi pribadi + dengan fotokopi badan usaha juga harus dilampirkan apabila merek berasal dari badan usaha.
 - f. Etiket merek sebanyak 26 (dua puluh enam) lembar dengan ukuran maksimal 9x9 cm dan minimal 2x2 cm.
 - g. Contoh fisik produk yang didaftarkan.

2. Pemeriksaan permintaan pendaftaran merek
Di dalam permintaan pendaftaran merek, si para pihak pengusul harus mengikuti prosedur pemeriksaan formal dan pemeriksaan substansif. Adapun penjabarannya adalah sebagai berikut:
 - a. Pemeriksaan formal, Pemeriksaan atas kelengkapan persyaratan administratif yang ditetapkan

b. Pemeriksaan substansif, pemeriksaan terhadap merek yang diajukan apakah dapat didaftarkan atau tidak, berdasarkan persamaan pada keseluruhan, persamaan pada pokoknya, atas merek sejenis milik orang lain, sudah diajukan mereknya lebih dahulu oleh orang lain.

yaitu dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang menggantikan undang-undang sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

3.2 Pembahasan Pemahaman Merek Usaha dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek telah efektif di dalam praktek.

1. Merek Usaha dan Daftar

Usaha

Merek sebagai salah satu bagian dari hak atas kekayaan intelektual manusia yang sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Oleh karena itu, masalah merek perlu diatur dalam suatu undang-undang yang khusus mengenai merek,

2. Lingkup Merek dan Pendaftarannya

Pasal 1 Undang-Undang Hak atas suatu merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Merek diberikan kepada pemohon yang beritikad baik, yaitu pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketentraman merek pihak lain

menimbulkan kondisi persaingan curang, mebohongi atau menyesatkan konsumen. Adapun yang dapat dijadikan contoh adalah sebagai berikut: merek dagang A yang sudah dikenal masyarakat secara umum bertahun-tahun, ditiru oleh pengusaha lain sehingga memiliki persamaan pokoknya atau keseluruhannya dengan merek dagang A tersebut. Ini berarti sudah terjadi itikad tidak baik dari peniru karena setidak-tidaknya patut diketahui unsur kesengajaannya dalam meniru merek dagang yang sudah dikenal masyarakat tersebut. Adapun hal hasil wawancara yang didapatkan penulis dari penelitian ini adalah mengenai itikad tidak baik yang telah diupayakan oleh pemerintah untuk penanganan permasalahan. Penanganan yang dilakukan oleh pemerintah antara lain:

1. Umum

- a. Usaha yang dilakukan pemerintah di dalam hal ini Dinas Perindustrian, perdagangan, energi dan

Sumber Daya Mineral Kota Batam, antara lain adalah sosialisasi dalam bentuk bimbingan teknis, prosedural pendaftaran merek 2016 dengan masalah-masalah perlindungan Negara.

- b. Fasilitas dan atau memanfaatkan yang diperoleh masyarakat pengusaha yang telah mendaftarkan merek usahanya bahwa sertifikat, perlindungan 10 () tahun dari merek yang ada, pemindahan pelaporan HaKI.

Jenis dan bentuk merek untuk klasifikasi, lisensi dan jenis lainnya.

2. Merek usaha yang paling dominan adalah merek dagang, bank, pangan khususnya di Kota Batam. Pendaftaran merek usaha yaitu di Kementerian Hukum Dan HAM dan Dirjen Kekayaan Intelektual.
3. Kendala yang dihadapi pemerintah (Disperindag

Kota Batam tentang pendaftaran merek, masih kurangnya/keadaran masyarakat memahami penting dan manfaat suatu produk merek yang sudah di daftar termasuk mencari merek-merek usaha apa saja yang khas didaftar selain prosedurnya.

Untuk keefektivan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terhadap Merek yang Di daftarkan Usaha Disperindag Kota Batam, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terhadap Merek dimana Merek Usaha di Disperindak Kota Batam belum berjalan dengan efektif, di dalam praktek masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui atau tidak mau tahu terhadap peraturan yang ada tentang adanya perlindungan terhadap pemilik merek. Masyarakat cenderung membuat usaha dengan tidak mendaftarkan merek usahanya, dengan alasan biaya yang sangat mahal padahal penjualan tidak seberapa dan banyak lagi alasan lainnya,

sehingga aturan yang adapun kurang efektif di dalam prakteknya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pemahaman Merek Usaha dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek telah efektif di dalam praktek adalah sebagai berikut:

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek terhadap pendaftaran merek usaha di Kota Batam setelah peneliti melakukan penelitian barulah diketahui ternyata ternyata aturan tersebut belum berjalan efektif dikarenakan masih banyak masyarakat yang kurang peduli terhadap peraturan yang ada, sehingga pedagang tersebut menggunakan merek orang lain yang mereka suka tanpa mempertimbangkan kerugian bagi orang lain untuk memperoleh keuntungan sendiri. Adapun kendala dan juga solusi yang dapat

diberikan oleh tim peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kendala-kendala yang dihadapi Disperindag maupun pelaku usaha dan atau perusahaan dalam mendaftarkan merek usahanya dan solusinya:

a. Kendala yang dihadapi di masyarakat adalah:

- 1) Masyarakat yang tidak peduli dengan aturan yang ada.
- 2) Masyarakat yang tidak sadar hukum

Masyarakat belum mendapatkan sosialisasi sehingga ketika mereka dituntut atau disengketakan ke pengadilan, barulah masyarakat tersebut menyadari kesalahan yang telah mereka buat.

b. Solusinya adalah:

- 1) Bagi masyarakat yang dirugikan harus beranikan diri melaporkan kepada pihak yang berwajib ataupun pengadilan apabila pihak yang memiliki merek merasa dirugikan.

- 2) Bagi pemerintah sendiri hanya dapat bertindak apabila ada laporan dari masyarakat, ataupun pengaduan dari pihak korban yang dirugikan.

4.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek terhadap pendaftaran merek usaha di Kota Batam dapat berjalan efektif apabila pemerintah dan masyarakat juga dapat bekerjasama apabila ada pihak yang dirugikan, sehingga nantinya masyarakat dapat menjadi masyarakat yang taat terhadap hukum. Kendala yang dihadapi di masyarakat adalah: biasanya mengenai biaya yang mahal ketika melakukan kepengurusan di pemerintah, dan prosedur yang sedikit membingungkan masyarakat itu sendiri, sehingga masyarakat memilih jalan pintas

untuk tidak mendaftarkan. Apabila pemerintah mau mengurangi biaya administrasinya agar lebih murah, dan prosedurnya lebih dipermudah maka tim peneliti sangat yakin dengan sosialisasi di masyarakat terhadap aturan tersebut pasti akan memberikan kesadaran kepada masyarakat itu sendiri untuk taat terhadap hukum. Selain itu tindakan pemerintah juga harus tegas terhadap pelanggaran ataupun kejahatan yang terjadi akibat merek tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku-Buku, Jurnal, Dan Makalah**
- Abu Daud Busroh, 1989. *Ilmu Negara*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Anonimous, 2009. *Illegal Fishing*.
- Bambang Kusowo, 2003, *HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual)*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.
- Elsi Kartika Sari dan Advendi Simangunsong, 2007, *Hukum Dalam Ekonomi*, Penerbit PT Gramedia, Jakarta.
- H.U Adil Samadani, *Dasar-dasar Hukum Bisnis*, 2013, Penerbit MitraWacana Media, Bandung.
- Farida Hasyim, 2009, *Hukum Dagang*, Penerbit Sinar Grafika, Bandar Lampung
- Joko Imbawani, 2012, *Hukum Dagang Indonesia*, Penerbit Setara Press, Malang
- Syarifin Dedeh Jubaidah, 2012, *Hukum Dagang di Indonesia*, Penerbit CV. Pustaka Setia, Bandung.
- Zudan Arif Fakrullah, 1997, *Hukum Ekonomi*, Penerbit. Karya Abditama, Surabaya
- Maimuna Renhoran, 2012, Dosen Politeknik Negeri Tual. Mahasiswa Pascasarjana Hukum Transnasional Universitas Indonesia. Anonimous, *Rencana Aksi Internasional untuk Mencegah, Deter, dan Hilangkan Illegal, Unreported and Unregulated Fishing*.
- Muhammad Sood, 2012, *Hukum Perdagangan International*, Penerbit Rajawali Press, Jakarta.
- Muhammad Jumhana dan Djubaedah, 2003, *Hak Milik Intelektual – Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung.
- Mariam Darus Badaulzaman, 2004, *Hukum Bisnis*, Penerbit Alumni, Bandung.
- Soerjono Soekanto, 1984, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit UII Pres, Jakarta

Bambang Sunggono, 2012,
*Metodologi Penelitian
Hukum*, Rajawali Press,
Jakarta.

Ukas, Jurnal Charta Humaniora,
Vol. 1 No. 1, Desember
2013.

Ukas, Jurnal Cahaya Keadilan,
Vol. 2 No. 1, April 2014.

Ukas, Jurnal Cahaya Keadilan,
Vol. 2 No. 2, Oktober 2014.

Ukas, Jurnal Cahaya Keadilan,
Vol. 3 No. 1, April 2015.

**Peraturan Perundang-
Undangan**

Undang-Undang Nomor 15 Tahun
2001 tentang Merek.

Kitab Undang-undang Hukum
Perdata.