

PENTINGNYA PENDAFTARAN MEREK SUATU PRODUK

Lilis Mardiana Anugrahwati
Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang
Jl.Prof.H.Sudarto,SH.,Tembalang,Kotak Pos 6199/SMS Semarang 50061

ABSTRACT

The brand is a sign of a picture, name, word, letters, figures, composition of colors, or the combination of these elements, which has distinguished features and uses in the trading of goods or services. Thus it can be said that the brand is the identity of a product or service. Furthermore, these products are known and trusted by the business community. It needs to be introduced, maintained the quality of the product and protected from the efforts from others who want to take an advantage of the brand of goods or services illegally. The product brand registration is a step to secure the ownership and legal protection. Besides from the field of law, the product brand registration also provides many other advantages which can be gained.

Keywords : *product brand registration, goods or services, the rule of law.*

PENDAHULUAN

Untuk mengenal suatu produk biasanya kita mengetahui dari mereknya. Merek menjadi identitas suatu produk, bahkan apabila merek tersebut sudah demikian terkenal maka bisa menjadi julukan suatu produk. Misalnya masyarakat menyebutkan naik “sepeda motor” maka dikatakan sebagai “naik Honda” meskipun yang dinaiki tidak ber merek honda, atau masyarakat menyebut membeli “pompa air” dengan mengatakan membeli “sanyo” meskipun yang dibeli tidak bermerek “Sanyo”.

Untuk memperkenalkan produksi suatu perusahaan, merek mempunyai peranan yang sangat penting bagi pemilik suatu produk. Bahkan tak jarang karena hanya ingin memperoleh keuntungan semata agar produknya dibeli masyarakat maka seorang pengusaha sengaja menamakan merek

produknya mirip atau bahkan sama dengan merek-merek yang sudah terkenal.

Merek menjadi identitas suatu produk, merek bisa menjadi pembeda antara produk satu dengan produk lainnya, bahkan mampu membedakan kualitas suatu produk, ataupun membedakan harganya. Sebegitu eratnya hubungan antara produk dengan merek tentu menjadi bahan kajian bagi seorang pengusaha dalam memberi merek suatu produknya. Namun demikian ternyata merek tidak akan ada artinya apabila merek tersebut tidak di daftarkan pada Kementrian Hukum dan HAM untuk mendapatkan pengesahannya. Agar arti penting dari merek ini dapat dipahami oleh masyarakat, maka pada tulisan ini akan dibahas pentingnya mendaftarkan merek suatu produk.

PEMBAHASAN

Pengertian Merek

Menurut Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 Merek adalah Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Menurut Djaslim Saladin, merek adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau gabungan semua, yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual, dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa dari produk pesaing.

Adapun pengertian merek menurut Philip Kotler adalah : “Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda

dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa.”

Merek bukanlah sekedar nama tetapi mencerminkan harga diri perusahaan, pengalaman perusahaan dan jaminan mutu atas produk barang dan atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Merek juga mencerminkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu barang dan/atau jasa. (Iswi Hariyani, SH.MH.)

Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001, merk terdiri dari 3 (tiga) macam, yaitu :

a. Merek Dagang

Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. (Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek).

Contoh : Jamu Sido Muncul, Permen Tolak Angin, Teh Botol Sosro, Kacang Dua Kelinci, Sepeda Federal dan sejenisnya.

b. Merek Jasa

Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya. (Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek).

Contoh : BNI Taplus, Tabungan Britama, Kartu Simpati, Toyota Rent a Car, Johny Andrean dan lain-lain.

c. Merek Kolektif

Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. (Pasal 1 angka (4) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek)

Contoh : Merek Esia yang dimiliki

perusahaan Bakrie Telekom yang digunakan untuk produk barang (Telepon Esia/Wifone/wimode), dan produk jasa (kartu perdana dan kartu isi ulang).

Pemegang atau pemilik Hak Merek adalah orang (perseorangan), beberapa orang, dan Badan Hukum yang telah mendapatkan Hak atas Merek, yang disebut dengan merek Terdaftar.

Sesuai yang ditetapkan dalam undang-undang ada beberapa tanda yang tidak boleh dijadikan sebagai merek, yaitu merek yang :

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum, misalnya gambar porno atau gambar yang menyinggung perasaan keagamaan..
- b. Tidak mempunyai daya pembeda, misalnya hanya sepotong garis, garis yang rumit, atau garis yang kusut.
- c. Telah menjadi milik umum, misalnya tanda lalu lintas.
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, misalnya merek “kacang” untuk produk kacang.

Fungsi Merek

Fungsi utama dari sebuah merek adalah sebagai media identifikasi suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa yang lainnya baik yang memiliki karakter yang sama atau tidak. Sehingga merek sering disebut sebagai pembeda antara produk yang satu dengan yang lainnya. (IndoBeta, 11 Agustus 2012).

Fungsi merek menurut Prof. Abdulkadir Muhammad, SH dalam buku Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual, adalah :

1. Tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan yang lain (*product identity*).

Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan.

- Hal ini bisa kita lihat pada saat konsumen akan membeli barang, maka konsumen tersebut cukup mengatakan nama merek barang tersebut maka secara mudah akan dikenal oleh penjual. Misal dengan menyebut merek “Indomie” maka penjual akan langsung mengerti bahwa yang dimaksud adalah produk mie instan bermerek “Indomie”.
2. Sarana promosi dagang (*means of trade promotion*).
Promosi tersebut dilakukan melalui iklan produsen atau pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa. Merek merupakan salah satu *goodwill* untuk menarik konsumen, merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya. Dalam hal ini merek dikatakan sebagai alat promosi bagi seorang pengusaha untuk memperkenalkan produknya, misalnya seorang pengusaha akan mempromosikan produk sambal, pengusaha tersebut akan kesulitan memperkenalkan produk sambalnya bila tidak diberi merek, karena hampir semua produk sambal mempunyai bentuk, rasa dan warna yang sama.
 3. Jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality guarantee*).
Hal ini tidak hanya menguntungkan produsen pemilik merek, melainkan juga perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen. Maksudnya dengan mengenali suatu merek, konsumen sudah dapat mengenali kualitas dari barang atau jasa tersebut. Contohnya merek jam tangan “Rolex” yang oleh konsumen sudah dikenal memiliki kualitas yang sangat bagus.
 4. Penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*).
Merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang menghubungkan barang atau jasa dengan produsen, atau antara barang atau jasa dengan daerah atau negara asalnya

Sebagai contoh: jam tangan Titus dari Swiss, jam tangan Seiko dari Jepang, mobil Mercedes Benz dari Jerman, dan mobil Honda atau Toyota dari Jepang. Disamping merek bisa menunjukkan tanda pengenal asal barang, maka dalam perdagangan, pencantuman nama tempat asal pada suatu merek sangat bermakna karena membawa citra tentang sesuatu yang bersifat khas. Mutu produk yang khas terbentuk karena pengaruh lingkungan geografis dan pengelolaannya. Produk tersebut bersifat khas karena ada faktor alam dan manusia yang berinteraksi dilingkungan tersebut, misal : Beras Cianjur, Kopi Toraja, Madu Sumbawa dan lain sebagainya. (Iswi Hariyani 2010 : 105)

Sebagaimana nama pada seorang manusia, merek adalah identitas serta jati diri dari suatu produk atau jasa. Untuk bisa dihormati seseorang harus menjaga namanya, demikian pula agar suatu barang atau jasa bisa dikenali dan digemari oleh masyarakat maka perlu untuk menjaga dan memperkenalkan merek tersebut kepada masyarakat. Meski hanya sebuah nama, merek bisa menjadi jiwa bagi barang atau jasa.

Pentingnya Pendaftaran Merek

Dalam hubungannya dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual, pendaftaran adalah kegiatan pemeriksaan dan pencatatan setiap Hak Atas Kekayaan Intelektual seseorang, oleh pejabat pendaftaran, dalam buku daftar yang disediakan untuk itu, berdasarkan permohonan pemilik atau pemegang hak, menurut syarat-syarat dan tata cara yang diatur undang-undang, dengan tujuan untuk memperoleh kepastian status kepemilikan dan perlindungan hukum, dan sebagai bukti pendaftaran diterbitkan Sertifikat Hak Atas Kekayaan Intelektual. (Prof. Abdulkadir Muhammad, SH.)

Pentingnya mendaftarkan merek adalah :

1. Mendapatkan perlindungan hukum. Melalui pendaftaran merek, maka perusahaan akan mendapatkan perlindungan hukum terhadap barang atau jasa hasil produksinya. Perlindungan hukum terhadap hak merek dibutuhkan karena tiga hal (Iswi Hariyani SH.MH.), yaitu :
 - a. Untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek, atau pemegang hak merek.
 - b. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas hak merek, sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada pihak yang berhak.
 - c. Untuk memberi manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka

2. Hak Eksklusif dalam penggunaan merek. Hak atas 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 (Pasal 3 UU No.15 Tahun 2001) Hak eksklusif tersebut dalam pelaksanaannya dapat bermanfaat dalam hal :
 - a. Kesempatan untuk memberikan lisensi atau waralaba. Pemilik merek terdaftar berhak memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa. Perjanjian lisensi berlaku di seluruh wilayah negara Republik Indonesia, kecuali bila diperjanjikan lain, untuk jangka waktu yang tidak lebih lama dari jangka waktu perlindungan merek terdaftar yang bersangkutan. Dengan pemberian lisensi tersebut maka pemilik merek terdaftar berhak mendapatkan keuntungan (*royalty*).
 - b. Meningkatkan kekuatan dalam bernegosiasi. Sebuah perusahaan yang memiliki barang atau jasa dengan merek yang telah terdaftar akan memiliki kemudahan dalam menawarkan barang atau jasa tersebut, terutama kepada para investor. Investor akan lebih tertarik kepada produk barang atau jasa yang mereknya telah terdaftar dibandingkan barang atau jasa sejenis yang tidak terdaftar mereknya.
 - c. Memberikan image yang positif bagi perusahaan. Perusahaan yang telah mendaftarkan merek pada barang atau jasa produksinya menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat bertanggungjawab terhadap produknya tersebut, sehingga akan selalu menjaga kualitas dari produknya. Dengan produk yang berkualitas maka secara otomatis akan memberikan image yang positif bagi perusahaan.
 - d. Meningkatkan pangsa pasar. Produk yang berkualitas dengan merek yang terkenal akan dipercaya oleh masyarakat sehingga tidak sulit bagi perusahaan untuk meningkatkan dan memperluas pangsa pasar produk tersebut.

Bagi perusahaan yang tidak mendaftarkan merek pada produk barang atau jasanya akan berdampak pada tidak adanya perlindungan hukum pada produk barang atau jasa tersebut, tidak adanya keamanan dalam berinvestasi, kurang loyalnya konsumen terhadap barang tanpa merek, kesulitan dalam pemasaran dan

promosi serta akan kesulitan dalam penegakan hak.

Selain dari kehilangan atas keuntungan dari pendaftaran merek, perusahaan yang tidak melakukan pendaftaran merek akan mudah bagi pihak lain untuk mendapatkan keuntungan dari merek barang atau jasa produknya. Bahkan dengan tanpa adanya perlindungan dari pendaftaran merek bukan tidak mungkin merek yang diproduksi oleh suatu perusahaan akan dengan mudah diambil alih oleh perusahaan lainnya.

PENUTUP

Merek sebagai identitas suatu produk perlu mendapatkan perlindungan hukum. Merek merupakan bagian dari Hak Atas Kekayaan Intelektual yang pengaturannya adalah sebagai upaya untuk melindungi merek dari upaya-upaya yang merugikan dari pihak lain. Penting bagi seorang pengusaha untuk melakukan pendaftaran atas merek barang atau jasa produksinya. Banyak keuntungan yang bisa diperoleh dengan melakukan pendaftaran atas merek barang atau jasa produksinya tersebut. Keuntungan tersebut bukan hanya dari perlindungan hukumnya saja tapi juga akan mendapatkan keuntungan dari hak eksklusif dari pendaftaran merek yang akan dapat berujung bagi meningkatnya keuntungan bagi perusahaan pemilik merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad, Prof. SH. 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.
- Achmad Fauzan, SH.,LLM, 2004, *Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung, CV. Yrama Widya.
- Adrian Sutedi, SH., MH. 2009, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Djaslim Saladin, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya
- Iswi Haryani, SH.,MH. 2010, *Prosedur Mengurus HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) yang Benar*, Yogyakarta, Pustaka Yustisia.
- Kotler Philip, Alih Bahasa A.B. Susanto, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo
- T. Didik Taryadi, Direktorat Merek Direktorat Jenderal HKI Kementrian Hukum dan HAM RI, <https://www.pandi.or.id>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang *Merek*
<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/artikel/merek/manfaat-merek/>
<http://indobeta.com/fungsi-dari-merek/10611/>
<http://sulajadech.wordpress.com/2011/06/13/makalah-tentang-merk/>

