

Hak dan Kewajiban Pemegang Merek Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis

Muhammad Dzul Ikram^{1*}, Budi Santoso²

¹Kantor Notaris & PPAT Muhammad Firdaus Amin, S.H., M.Kn. Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia.

²Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.
*denitomz@students.undip.ac.id

ABSTRACT

A trademark is a legal entity that provides protection for its owner against unauthorized use of trade signs by others. This study aims to examine the implementation of trademark registration for goods and services, as well as the rights and obligations of registered trademark holders under Law Number 20 of 2016, in supporting legal certainty, brand reputation protection, and consumer protection for authentic products. The research method employed is normative juridical. The findings reveal that trademark registration in Indonesia grants exclusive rights to the first party to register the trademark, ensuring its use in the trade of goods and services. Legal protection of trademarks aims to create legal certainty, safeguard brand reputation, and ensure a fair market with consumer protection for authentic and high-quality products.

Keywords: *Trademark Holder Rights; Registered Trademarks.*

ABSTRAK

Merek merupakan entitas hukum yang memberikan perlindungan bagi pemiliknya terhadap penggunaan tanda perdagangan oleh pihak yang tidak berwenang. Tujuan penelitian untuk mengetahui pelaksanaan pendaftaran merek produk barang dan jasa, serta hak dan kewajiban pemegang merek terdaftar menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mendukung kepastian hukum, perlindungan reputasi merek, dan perlindungan konsumen terhadap produk asli. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif. Hasil penelitian diketahui bahwa Pendaftaran merek di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memberikan hak eksklusif kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek dan melindungi penggunaannya dalam perdagangan barang dan jasa. Perlindungan hukum atas merek bertujuan menciptakan kepastian hukum, melindungi reputasi merek, serta memastikan pasar yang adil dengan perlindungan konsumen terhadap produk asli dan berkualitas.

Kata Kunci: *Hak Pemegang Merek; Merek Terdaftar.*

A. PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung percepatan pembangunan nasional, baik saat ini maupun di masa depan, khususnya dalam era globalisasi yang semakin kompetitif. HKI, yang merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights* dalam bahasa Inggris, atau *Intellectueel Eigendom* dalam bahasa Belanda, menjadi salah satu instrumen strategis untuk mendorong inovasi, melindungi kreativitas, dan meningkatkan daya saing bangsa di pasar global (Hidayat, 2024). HKI merupakan sebuah sistem yang terus berkembang dan menjadi bagian penting dalam berbagai aspek kehidupan, terutama di era globalisasi serta kemajuan

teknologi informasi dan komunikasi. HKI telah menjadi perhatian utama bagi banyak negara maju sebagai sarana untuk melindungi inovasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, di sisi lain, isu ini masih kurang mendapatkan perhatian yang memadai di sejumlah negara berkembang, meskipun perannya sangat penting dalam mendorong pembangunan dan daya saing di kancah global.

Dalam konteks persaingan pasar bebas, salah satu jenis HKI yang sangat dibutuhkan dan memiliki peran strategis adalah merek. Merek, sebagai identitas suatu produk atau jasa, merupakan hasil kreativitas dan pemikiran manusia yang memberikan nilai tambah bagi produk tersebut. Oleh karena itu, merek dapat dianggap sebagai bagian penting dari kekayaan intelektual yang memiliki kemampuan untuk melampaui batas-batas antar negara. Dengan perlindungan merek yang baik, pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing di pasar global dan memperkuat posisinya dalam ekonomi internasional (Arbaiyah, 2024).

Ruang lingkup HKI mencakup berbagai bentuk perlindungan hukum terhadap hasil kreativitas dan inovasi manusia. Secara umum, HKI meliputi: 1. Hak cipta dan Hak terkait yang melindungi karya seni, sastra, ilmu pengetahuan, serta hak yang berkaitan dengan pertunjukan seni, rekaman suara, dan penyiaran; 2. Merek yang memberikan perlindungan terhadap identitas produk atau jasa yang membedakan dari produk atau jasa lain di pasar; 3. Indikasi geografis yang melindungi nama produk yang menunjukkan asal geografis tertentu dan kualitas atau reputasi yang terkait dengannya; 4. Desain industri yang melindungi estetika atau tampilan luar suatu produk yang bersifat orisinal; 5. Paten yang memberikan hak eksklusif atas invensi di bidang teknologi yang dapat diterapkan dalam industri; 6. Desain tata letak sirkuit terpadu yang melindungi rancangan sirkuit elektronik yang bersifat unik; 7. Rahasia dagang yang melindungi informasi bisnis yang bersifat rahasia, bernilai ekonomi, dan tidak diketahui publik; dan 8. Perlindungan varietas tanaman yang memberikan hak eksklusif atas varietas tanaman baru yang memiliki karakteristik khusus dan inovatif (Ramadhan, 2021). Keseluruhan aspek ini memainkan peran penting dalam mendorong inovasi, investasi, dan pembangunan ekonomi baik secara nasional maupun global.

Salah satu peran utama HKI adalah memberikan perlindungan hukum terhadap kepemilikan karya intelektual, khususnya merek. Merek berfungsi sebagai indikator penting dalam pengembangan ekonomi kreatif dan menjadi bagian integral dari upaya pembangunan nasional. Perlindungan terhadap merek tidak hanya melindungi identitas produk atau jasa, tetapi juga mendorong kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar.

Bagi pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pentingnya perlindungan merek tidak boleh diabaikan. Dengan mendaftarkan merek, pelaku usaha dapat

melindungi aset intelektual mereka dari penyalahgunaan, sekaligus membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar, baik secara nasional maupun internasional. Langkah ini menjadi fondasi dalam menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan inovatif (Santoso & Santoso, 2022).

Setiap korporasi atau perusahaan yang memproduksi barang atau jasa untuk memajukan usahanya dan menggerakkan roda perekonomian menggunakan berbagai strategi. Salah satu strategi utama adalah penggunaan merek. Sebagai elemen penting, merek berfungsi memberikan identitas yang membedakan barang atau jasa suatu perusahaan dari barang atau jasa sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Dengan merek, perusahaan tidak hanya menciptakan pengenalan di pasar, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Merek menjadi simbol kualitas, reputasi, dan nilai tambah dari produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga mampu memberikan keunggulan kompetitif dalam persaingan usaha (Alfarizi, 2021).

Merek merupakan entitas hukum yang memberikan perlindungan bagi pemiliknya terhadap penggunaan tanda perdagangan oleh pihak yang tidak berwenang. Perlindungan ini mencakup upaya hukum untuk memulihkan hak pemilik apabila terjadi pelanggaran. Secara fundamental, merek adalah tanda yang berfungsi untuk mengidentifikasi dan membedakan produk atau jasa suatu perusahaan dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Merek tidak hanya menjadi alat untuk membangun identitas di pasar, tetapi juga memainkan peran penting dalam menjaga reputasi dan eksistensi bisnis di tengah persaingan global (Anton, 2021).

Merek merupakan salah satu bentuk Hak atas HKI, yang merupakan hak hukum yang diberikan untuk melindungi hasil kreativitas dan inovasi manusia. Dalam cakupan HKI, merek termasuk dalam kategori hak kekayaan industri, bersama dengan paten, desain industri, dan indikasi geografis. Sebagai bagian dari hak kekayaan industri, merek memiliki peran penting dalam memberikan identitas pada produk atau jasa, melindungi nilai komersialnya, dan memastikan pengakuan atas upaya kreatif di pasar. Perlindungan merek tidak hanya melibatkan pengakuan hukum atas kepemilikan, tetapi juga menjadi landasan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.

Merek, atau *brand* dalam bahasa Inggris, adalah nama, simbol, desain, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut yang berfungsi untuk membedakan produk atau layanan suatu perusahaan dari produk atau layanan lainnya. Merek tidak hanya berperan sebagai identitas, tetapi juga menjadi alat strategis untuk menciptakan citra yang kuat di mata konsumen. Selain sebagai pembeda, merek memiliki peran penting dalam membangun persepsi kualitas dan reputasi suatu produk atau perusahaan. Merek yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen,

memperkuat loyalitas pelanggan, dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar. Dengan demikian, merek menjadi aset yang sangat bernilai bagi keberlanjutan dan kesuksesan bisnis.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografis), disebutkan bahwa: Merek adalah tanda yang dapat berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki kemampuan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dari barang atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum lainnya. Definisi ini menegaskan bahwa merek berfungsi sebagai identitas yang membedakan produk atau jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan lain, serta memberikan perlindungan hukum bagi pemiliknya.

Secara khusus, merek adalah hak yang diberikan untuk melindungi nama, simbol, logo, atau desain yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan produk atau layanan suatu perusahaan dari produk atau layanan perusahaan lain. Hak atas merek mencakup beberapa aspek penting, yaitu hak eksklusif dan perlindungan hukum. Merek yang terdaftar memperoleh perlindungan hukum terhadap penggunaan yang tidak sah atau peniruan oleh pihak lain, serta memberikan hak kepada pemiliknya untuk menuntut pelanggaran merek. Melalui pendaftaran merek, pemilik dapat melindungi identitas bisnis atau usaha mereka, sekaligus memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan dapat dibedakan dengan jelas di pasar. Dengan demikian, pendaftaran merek tidak hanya berfungsi sebagai alat perlindungan hukum, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun reputasi dan daya saing di pasar.

Merek yang sudah terdaftar akan memperoleh sertifikat yang diterbitkan oleh Menteri, sebagai bukti hukum bahwa merek tersebut telah terdaftar. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 25 UU Merek dan Indikasi Geografis. Sertifikat merek ini memuat informasi penting, antara lain: nama dan alamat pemilik merek, tanggal penerimaan pendaftaran, label merek yang didaftarkan, kelas dan jenis barang atau jasa yang terkait dengan merek tersebut, serta jangka waktu berlaku pendaftaran merek. Sertifikat ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan dan melindungi merek tersebut dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain.

Merek dapat menjadi aset yang berharga bagi perusahaan apabila produk barang atau jasa yang diproduksi dengan merek tersebut banyak diminati dan digunakan oleh sebagian besar masyarakat. Dalam hal ini, merek akan menjadi kata kunci yang dikenal luas oleh konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian. Merek yang sukses menciptakan pengenalan dan loyalitas di pasar, sehingga menjadi elemen strategis yang tidak hanya melindungi identitas produk, tetapi juga berperan dalam memperkuat posisi kompetitif perusahaan.

Merek adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada identitas atau nama yang digunakan oleh suatu perusahaan atau individu untuk membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing. Merek biasanya terdiri dari berbagai elemen, seperti nama, logo, simbol, desain, atau slogan. Fungsi utama merek mencakup identifikasi, pembangunan citra dan reputasi, menciptakan loyalitas, pemasaran, diferensiasi produk, serta menciptakan nilai jangka panjang.

Merek membantu konsumen untuk mengenali dan membedakan produk atau layanan suatu perusahaan dari produk atau layanan perusahaan lain. Lebih dari itu, merek juga menciptakan citra atau kesan tertentu di benak konsumen, yang dapat mencakup persepsi mengenai kualitas, nilai, dan tingkat kepercayaan terhadap produk atau perusahaan tersebut. Sebuah merek yang kuat dapat memengaruhi preferensi konsumen dan membangun hubungan yang lebih erat antara produk dengan penggunanya.

Merek yang kuat dapat membangun loyalitas pelanggan karena konsumen sering merasa terhubung secara emosional dengan merek tertentu. Koneksi emosional ini sering kali mendorong konsumen untuk terus memilih produk atau layanan dari merek yang sama, bahkan dalam menghadapi pilihan pesaing. Merek juga memungkinkan perusahaan untuk memasarkan produk atau layanan mereka dengan cara yang unik dan berbeda, serta menciptakan pesan yang konsisten yang mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

Merek yang dikenal dan dipercaya tidak hanya meningkatkan pengenalan produk, tetapi juga menambah nilai bagi produk atau layanan tersebut, menjadikannya lebih bernilai di mata konsumen. Kepercayaan ini berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan, dengan membuka peluang untuk ekspansi pasar dan meningkatkan daya saing di industri. Sebuah merek yang kuat dapat menjadi aset berharga yang menguntungkan secara finansial dan strategis.

Dalam era perdagangan bebas seperti sekarang ini, merek memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Oleh karena itu, dibutuhkan perlindungan hukum yang memadai untuk mencegah penyalahgunaan atau pelanggaran terhadap merek yang terdaftar. Merek akan memperoleh perlindungan hukum apabila merek tersebut terdaftar secara resmi pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Zakariya & Hidayah, 2017). Pada prinsipnya, pendaftaran merek merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk mengontrol penggunaan merek tersebut, serta mencegah pihak lain yang tidak berhak untuk menggunakannya. Perlindungan ini penting untuk menjaga identitas dan reputasi merek di pasar, serta memberikan rasa aman bagi pemiliknya dalam berbisnis.

Perlindungan hukum bagi pemegang hak merek yang telah didaftarkan mencakup berbagai aspek yang dirancang untuk memastikan hak eksklusif pemilik merek serta melindungi merek dari

pelanggaran. Pendaftaran merek memberikan berbagai keuntungan signifikan bagi pemiliknya, baik dari sisi hukum, bisnis, maupun pemasaran. Dengan pendaftaran merek, pemilik memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dan mencegah pihak lain yang tidak berwenang untuk menggunakannya, sekaligus dapat menuntut pihak yang melanggar hak merek tersebut.

Contoh merek yang telah terdaftar dan mendapatkan perlindungan hukum adalah produk makanan ringan seperti *Happy Toss* dan *cokelat Silverqueen*. Merek-merek ini sudah terdaftar, dan pemegang hak merek tersebut memiliki hak dan kewajiban yang diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis. Pemegang merek ini berhak melindungi mereknya dari penggunaan yang tidak sah, serta wajib mengikuti ketentuan yang ada dalam undang-undang terkait penggunaan dan perlindungannya.

Untuk mengulas persoalan dalam artikel ini digunakan 2 teori yaitu Teori Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights Theory*) dan Teori Keadilan (*Theory of Justice*). Teori Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights Theory*) digunakan untuk memahami bagaimana hak atas merek terdaftar diberikan perlindungan hukum yang eksklusif. Teori ini memberikan dasar bahwa hak kekayaan intelektual, termasuk merek, harus dijaga untuk mendorong inovasi, melindungi nilai komersial, dan memberikan kepastian hukum bagi pemegang hak. Dalam konteks ini, merek yang telah terdaftar mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis, sehingga pemegang hak merek memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi sesuai ketentuan yang berlaku.

Sementara itu, Teori Keadilan (*Theory of Justice*) menekankan pentingnya keseimbangan antara hak eksklusif pemegang merek dan kewajiban mereka terhadap pihak lain, seperti konsumen dan pesaing. Teori ini relevan untuk memastikan bahwa perlindungan terhadap merek tidak menyebabkan monopoli yang merugikan atau menghambat akses pihak lain dalam menggunakan hak yang sah. Dalam praktiknya, teori ini menjadi panduan dalam penerapan regulasi yang tidak hanya memberikan perlindungan hukum kepada pemegang merek, tetapi juga menjaga keadilan dalam kompetisi bisnis dan kepentingan publik. Melalui pendekatan kedua teori ini, artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana hak dan kewajiban pemegang merek terdaftar diatur, dipraktikkan, dan dilindungi dalam kerangka hukum yang adil serta memberikan solusi terhadap potensi konflik yang dapat muncul di lapangan.

Beberapa penelitian sebelumnya juga membahas mengenai perlindungan terhadap merek terdaftar. Penelitian yang dilakukan oleh Enny Mirfa dengan judul “Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar”, memfokuskan kajiannya pada bagaimana negara memberikan perlindungan hukum terhadap merek yang terdaftar serta bentuk perlindungan hukum yang diberikan (Mierfa,

2016). Selanjutnya, artikel penelitian oleh Selvi Nurma Fitriani, Dyah Ochtorina Susanti, dan A'an Efendi berjudul Perlindungan Hukum Pemegang Hak Merek yang Sesuai dengan Karakteristik Hak Merek, menitikberatkan pembahasan pada bentuk perlindungan hukum bagi pemegang hak merek sesuai dengan karakteristik hak merek itu sendiri (Fitriani, Susanti & Efendi, 2022). Adapun penelitian yang dilakukan oleh Meli Hertati Gultom dengan judul "Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar terhadap Pelanggaran Merek", membahas mengenai perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran merek menurut ketentuan hukum merek di Indonesia, mekanisme penyelesaian terhadap pelanggaran yang merugikan pemegang hak, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan perlindungan hukum tersebut (Gultom, 2018). Penelitian ini secara khusus membahas pelaksanaan pendaftaran merek untuk produk barang dan jasa, serta mengkaji hak dan kewajiban pemegang merek terdaftar berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografi, dalam mendukung kepastian hukum, menjaga reputasi merek, dan melindungi konsumen dari produk yang tidak asli.

Penulis pada latar belakang ini, membahas rumusan masalah yaitu 1. Bagaimana pelaksanaan pendaftaran merek produk barang dan jasa?; dan 2. Bagaimana hak dan kewajiban pemegang merek terdaftar menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mendukung kepastian hukum, perlindungan reputasi merek, dan perlindungan konsumen terhadap produk asli? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan pendaftaran merek produk barang dan jasa, serta hak dan kewajiban pemegang merek terdaftar menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mendukung kepastian hukum, perlindungan reputasi merek, dan perlindungan konsumen terhadap produk asli.

B. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, yang melihat hukum sebagai seperangkat norma atau aturan yang dihasilkan dari sistem hukum yang berlaku. Pendekatan ini juga memahami hukum sebagai kenyataan sosial dan kultural yang memengaruhi masyarakat (Muhammad, 2004). Dalam konteks penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Data tersebut berfokus pada implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif untuk menganalisis permasalahan yang telah dirumuskan, dengan mengacu pada bahan-bahan hukum yang relevan, seperti peraturan perundang-undangan dan doktrin-doktrin hukum. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, dimana data yang dikumpulkan berasal dari bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), bahan hukum sekunder (literatur hukum, jurnal, dan artikel). Metode analisis

data yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif, dimana data dianalisis secara sistematis dan dijelaskan secara deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai permasalahan yang diteliti. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara teori dan praktik dalam penerapan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis serta memberikan rekomendasi atas temuan-temuan yang ada.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Pendaftaran Merek Produk Barang dan Jasa.

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, yang mencakup berbagai bentuk, seperti gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut. Merek digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh individu atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Definisi ini tercantum dalam Pasal 1 angka (1) UU Merek dan Indikasi Geografis.

Merek merupakan unsur atau tanda yang digunakan untuk membedakan produk-produk yang dihasilkan, serta menunjukkan asal-usul atau identitas barang dan/atau jasa. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan akan perlindungan merek semakin meningkat, terutama dengan tumbuhnya perdagangan dan industri lintas negara. Hal ini mengakibatkan hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menjadi bagian penting dalam sistem hukum Indonesia, karena hak-hak tersebut memiliki peranan vital dalam mendukung sasaran pembangunan nasional. Perlindungan terhadap merek tidak hanya menjamin hak eksklusif bagi pemilikinya, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi, inovasi, dan persaingan usaha yang sehat.

Pengertian merek di berbagai negara saat ini pada dasarnya mengandung banyak persamaan, karena merujuk pada ketentuan yang terkandung dalam *Paris Convention for the Protection of Industrial Property*. Merek diartikan sebagai tanda yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh suatu perusahaan untuk membedakan barang atau jasa yang dihasilkan dengan produk atau jasa dari perusahaan lain. Dalam konteks hukum Indonesia, merek didefinisikan sebagai tanda yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan, sesuai dengan ketentuan dalam UU Merek dan Indikasi Geografis (Syarifin, & Jubaedah, 2004).

UU Merek dan Indikasi Geografis membedakan merek kedalam 3 (tiga) jenis, yaitu sebagai berikut: a. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang, beberapa orang secara bersama-sama, atau badan hukum, dengan tujuan untuk

membedakan barang tersebut dari barang-barang sejenis lainnya; 2. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang, beberapa orang secara bersama-sama, atau badan hukum, dengan tujuan untuk membedakan jasa tersebut dari jasa-jasa sejenis lainnya; dan c. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa yang memiliki karakteristik yang sama, seperti sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa tersebut, serta pengawasannya. Merek kolektif ini diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan barang dan/atau jasa tersebut dari barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Pada prinsipnya, pendaftaran merek merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum terhadap hak pemilik merek. Di Indonesia, perlindungan merek menganut prinsip *first to file*, yang merupakan bagian dari Stelsel Konstitutif. Artinya, perlindungan hukum terhadap merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut, tanpa memandang siapa yang pertama kali menggunakannya.

Perbedaan tingkat kemasyhuran suatu merek menciptakan variasi dalam derajat perlindungan yang diberikan. Ada tiga jenis merek yang dikenal oleh masyarakat, yaitu: a. Merek Biasa adalah merek yang digunakan oleh perusahaan atau individu untuk membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing. Merek ini biasanya tidak memiliki reputasi yang sangat dikenal di pasar; b. Merek terkenal adalah merek yang sudah dikenal luas oleh masyarakat, memiliki citra yang kuat, dan sering kali dianggap memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang menonjol dibandingkan merek lainnya. Merek ini mendapatkan perlindungan hukum yang lebih luas; dan c. Merek termasyhur adalah merek yang sangat terkenal, tidak hanya di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional. Merek ini memiliki pengaruh yang signifikan dan mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat terhadap penggunaan atau peniruan yang tidak sah, bahkan di luar kategori barang atau jasa yang didaftarkan. Dengan adanya kategori merek ini, hukum memberikan perlindungan yang lebih baik untuk merek-merek yang memiliki tingkat kemasyhuran tinggi, guna menjaga integritas dan eksklusivitas identitas merek tersebut.

Pendaftaran merek adalah suatu proses hukum yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan merek mereka dalam kegiatan perdagangan dan melindungi merek dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Proses ini diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memberikan dasar hukum bagi pendaftaran dan perlindungan merek di Indonesia. Manfaat pendaftaran merek antara lain: a. Hak Eksklusif. Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan, yang berarti hanya pemilik terdaftar yang memiliki hak untuk

menggunakan merek tersebut. Jika pihak lain menggunakan atau meniru merek yang terdaftar, pemilik merek memiliki hak untuk mengambil tindakan hukum; b. Perlindungan Hukum. Merek yang terdaftar mendapatkan perlindungan hukum terhadap penyalahgunaan atau pemalsuan oleh pihak lain. Ini melindungi identitas dan reputasi merek dari kerugian yang disebabkan oleh penggunaan yang tidak sah; c. Reputasi dan Citra Perusahaan. Merek yang terdaftar membantu membangun reputasi yang kuat di mata konsumen. Konsumen akan mengaitkan merek dengan kualitas, keandalan, dan nilai-nilai tertentu yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini memperkuat citra positif yang ada di pasar; d. Aset Berharga. Merek yang sukses dapat menjadi aset berharga bagi bisnis Anda. Seiring dengan pertumbuhan bisnis dan popularitas merek, nilai merek dapat meningkat, memberikan potensi keuntungan tambahan di masa depan; dan e. Dukungan Pemasaran. Pendaftaran merek memberikan dukungan yang signifikan untuk upaya pemasaran dan branding. Merek yang terdaftar dapat digunakan dalam iklan, materi pemasaran, dan kampanye branding untuk menarik konsumen dan memperluas pangsa pasar. Dengan mendaftarkan merek, perusahaan tidak hanya melindungi identitas dan produk mereka, tetapi juga menciptakan dasar yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang dan keberlanjutan bisnis.

Dalam pendaftaran merek, ada beberapa alasan yang dapat menyebabkan penolakan atas pendaftaran merek. Menurut UU Merek dan Indikasi Geografis, merek dapat ditolak jika memenuhi salah satu dari ketentuan berikut: a. Bertentangan dengan Ideologi Negara, Peraturan Perundang-undangan, Moralitas, Agama, Kesusilaan, atau Ketertiban Umum. Merek yang melanggar norma-norma dasar yang berlaku dalam masyarakat atau bertentangan dengan nilai-nilai negara Indonesia tidak akan diterima. Hal ini meliputi penggunaan kata atau simbol yang mengandung unsur negatif atau berpotensi merusak tatanan sosial dan hukum; b. Sama dengan atau Berkaitan dengan Barang dan/atau Jasa yang Didaftarkan. Merek tidak dapat didaftarkan jika identik atau serupa dengan merek yang sudah terdaftar untuk barang dan/atau jasa yang sama atau sejenis. Ini bertujuan untuk mencegah kebingungan konsumen dan memastikan adanya pembeda yang jelas antara produk atau jasa yang berbeda; c. Memuat Unsur yang Menyesatkan Masyarakat. Merek yang mengandung unsur yang dapat menyesatkan masyarakat mengenai asal-usul, kualitas, jenis, ukuran, macam, atau tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya tidak akan diterima. Hal ini juga berlaku untuk merek yang menggunakan nama varietas tanaman yang dilindungi, yang tidak sesuai dengan barang atau jasa yang sejenis; dan d. Memuat Keterangan yang Tidak Sesuai dengan Kualitas, Manfaat, atau Khasiat Barang dan/atau Jasa. Merek yang memberikan keterangan palsu atau tidak akurat mengenai kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi akan ditolak. Misalnya, jika suatu merek mengklaim kualitas atau manfaat tertentu yang

tidak dapat dibuktikan atau bertentangan dengan kenyataan. Penolakan ini penting untuk menjaga agar pendaftaran merek tidak merugikan kepentingan publik dan untuk memastikan bahwa merek yang terdaftar tidak menyesatkan konsumen atau bertentangan dengan hukum yang berlaku.

Untuk mendapatkan hak atas merek, pemohon wajib melalui mekanisme pendaftaran yang diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis, khususnya dalam Pasal 4 hingga Pasal 40. Pendaftaran merek adalah langkah penting untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek tersebut (Putra, 2014). Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) dan (2) UU Merek dan Indikasi Geografis tersebut, permohonan pendaftaran merek dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

- a. Permohonan Pendaftaran. Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia kepada Menteri;
- b. Persyaratan Permohonan. Dalam permohonan, pemohon harus mencantumkan beberapa informasi penting, antara lain: 1). Tanggal, bulan, dan tahun permohonan; 2). Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon; 3). Alamat lengkap serta alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa; 4). Warna, jika merek yang dimohonkan melibatkan unsur warna; 5). Nama negara dan tanggal permintaan merek pertama kali jika menggunakan hak prioritas; 6). Kelas barang dan/atau jasa serta uraian jenis barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
- c. Dokumen yang Diperlukan. Permohonan harus ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya dan dilampiri dengan: 1). Label merek yang mencerminkan karakteristik merek yang dimohonkan; dan 2). Bukti pembayaran biaya pendaftaran.
- e. Biaya Pendaftaran. Biaya pendaftaran ditentukan per kelas barang dan/atau jasa, dan ketentuan lebih lanjut mengenai biaya ini akan diatur dengan peraturan pemerintah;
- f. Jenis Merek yang Didaftarkan. Jika merek berbentuk tiga dimensi, label yang dilampirkan harus menggambarkan bentuk merek tersebut, dan jika merek berupa suara, label merek harus melampirkan notasi dan rekaman suara;
- g. Surat Pernyataan Kepemilikan Merek. Permohonan juga wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan pendaftarannya.

Pendaftaran merek merupakan langkah yang sangat penting untuk memberikan perlindungan hukum yang sah kepada pemilik merek dari penggunaan yang tidak sah atau peniruan oleh pihak lain.

Pendaftaran merek bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap hak atas merek kepada pemiliknya. Proses pendaftaran merek dilakukan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), yang merupakan instansi pemerintah yang bertugas untuk mengelola dan mencatatkan hak kekayaan intelektual, termasuk merek. DJKI memiliki peran utama dalam memastikan bahwa merek yang diajukan memenuhi persyaratan hukum dan berhak mendapatkan perlindungan hukum.

Terdapat dua cara pendaftaran merek yang dapat dipilih oleh pemohon: a. Pendaftaran Manual (Non-elektronik). Pemohon dapat mengajukan permohonan pendaftaran merek secara langsung ke kantor Kementerian Hukum dan HAM terdekat. Dalam hal ini, pemohon membawa seluruh dokumen dan persyaratan pendaftaran yang diperlukan, termasuk formulir permohonan yang telah diisi, bukti pembayaran biaya pendaftaran, serta label merek; b. Pendaftaran Elektronik (*Online*). Pemohon dapat melakukan pendaftaran merek secara elektronik melalui website Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Website ini menyediakan panduan lengkap dan petunjuk langkah demi langkah tentang cara melakukan pendaftaran merek secara *online*. Pendaftaran *online* menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam prosesnya, karena pemohon dapat mengakses layanan ini kapan saja tanpa perlu datang langsung ke kantor. Kedua metode ini memungkinkan pemohon untuk memilih cara yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan mereka, namun keduanya tetap mengarah pada tujuan yang sama, yaitu memperoleh perlindungan hukum atas merek yang didaftarkan.

Tata cara Pendaftaran merek secara *online*, masuk ke *website* Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual dan ikuti semua panduannya diantara langkah pertama adalah dengan registrasi akun kemudian mengisi pilih permohonan baru kemudian mengisi formulir permohonan dan mengupload data yang diperlukan. Setelah itu memesan kode *billing* setelah mendapatkan keluar maka langkah selanjut membayar *billing* tersebut dengan maksimal waktu 24 jam di hari yang sama, kemudian pemohon meng "klik" setelah semua data benar. Setelah selesai semua maka dapat diunduh tanda bukti permohonan. Atau bisa di jelaskan sebagai berikut : a. Membuat akun: 1). *Log in* pada akun merek <https://merek.dgip.go.id>; 2). Pilih permohonan *online*; 3). Langkah 1: pilih tipe permohonan; 4). Langkah ke 2 : Masukkan data pemohon; 5). Langkah ke 3: di isi jika permohonan dengan kuasa (Konsultan Kekayaan Intelektual (KI); 6). Langkah ke 4: diisi jika memiliki hak prioritas; 7). Langkah ke 5 : masukan data merek; 8). Langkah ke 6 : Masukkan data kelas dengan klik "tambah"; 9). Langkah ke 7: Klik "tambah" untuk menggugah lampiran dokumen persyaratan; 10). Langkah ke 8 : Klik Buat *billing* lalu bayar kode *billing* tersebut setelah kdoi *billing* di bayar , klik simpan dan lanjutkan; 11). Langkah ke 9: cek data dan dokumen yang diunggah sudah benar dan lengkap setelah itu klik Selesai dan "oke"; dan 12). Langkah ke 10: kembali ke permohonan untuk mengunduh tanda terima.

Syarat pada permohonan pendaftaran merek untuk perlindungan produk barang dan jasa yaitu: a. Etiket/label; b. Tanda tangan pemohon; c. Surat rekomendasi UKM Binaan atau surat keterangan UKM Binaan Dinas (asli); dan d. Surat pernyataan UMK bermaterai untuk pemohon Usaha Mikro Kecil. Jika permohonan pendaftaran merek telah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan,

selanjutnya Direktorat Jenderal HKI akan melakukan pemeriksaan substantif sebagaimana diatur dalam Pasal 18 sampai Pasal 23 UU Merek dan Indikasi Geografis. Pemeriksaan substantif ini mempunyai tujuan yaitu menentukan layak atau tidaknya merek yang bersangkutan didaftarkan. Setelah itu pemeriksaan substantif akan disimpulkan apakah merek tersebut disetujui atau tidak, setelah permohonan tersebut mendapat persetujuan untuk didaftarkan atas persetujuan Direktur Jenderal HKI serta diumumkan di Berita Resmi Merek (Umami, 2019).

Pengajuan permohonan pendaftaran merek secara *online* ini berdasarkan pada Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual secara elektronik. Pendaftaran secara elektronik atau *online* ini bertujuan untuk lebih meningkatkan pelayanan untuk permohonan kekayaan intelektual dengan mudah, cepat, efektif, dan efisien dalam rangka menyelaraskan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga dapat memberikan kepastian hukum bagi dunia industri dan perdagangan maupun investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian baik tingkat lokal maupun internasional.

Pendaftaran merek produk barang dan jasa merupakan salah satu bentuk perlindungan hak kekayaan intelektual yang sangat penting dalam dunia perdagangan. Dalam Teori Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights Theory*), hak atas merek dianggap sebagai hak eksklusif yang diberikan kepada pemiliknya untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan, baik barang maupun jasa. Teori ini mengakui bahwa merek adalah aset yang bernilai secara komersial dan harus dilindungi untuk mencegah pemalsuan atau penyalahgunaan yang dapat merugikan pemiliknya..

Dalam konteks pendaftaran merek, IPR Theory menekankan pentingnya pendaftaran sebagai sarana untuk memberikan kepastian hukum atas penggunaan merek yang sah. Pendaftaran merek yang dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, memberikan hak eksklusif kepada pemilik untuk menggunakan merek dan melarang pihak lain untuk menggunakannya tanpa izin. Dengan demikian, pendaftaran merek bukan hanya melindungi kepentingan ekonomi pemilik merek, tetapi juga memberikan perlindungan terhadap konsumen, yang dapat membedakan produk asli dari produk palsu atau tiruan.

Teori Keadilan Rawls menekankan pada dua prinsip utama: prinsip kebebasan yang setara (*equal basic liberties*) dan prinsip perbedaan (*difference principle*). Dalam konteks pendaftaran merek, teori ini mengusulkan agar sistem pendaftaran merek memberikan akses yang setara bagi semua pelaku usaha. Ini berarti bahwa tidak hanya perusahaan besar atau mapan yang harus memperoleh perlindungan hukum atas merek mereka, tetapi juga usaha kecil dan menengah (UKM)

yang sering kali terpinggirkan dalam sistem yang cenderung lebih menguntungkan entitas yang sudah mapan.

Prinsip perbedaan Rawls menyarankan bahwa ketidaksetaraan sosial atau ekonomi hanya dapat dibenarkan jika menguntungkan kelompok yang paling terpinggirkan. Oleh karena itu, dalam konteks pendaftaran merek, peraturan yang memberikan kesempatan yang lebih besar bagi UKM untuk mendaftarkan merek mereka, meskipun memerlukan biaya atau usaha lebih sedikit, akan dianggap sebagai langkah yang adil.

Dalam penerapan teori keadilan, keadilan prosedural juga sangat penting. Rawls menganggap bahwa prosedur yang adil adalah prosedur yang memberi kesempatan yang sama bagi setiap individu tanpa diskriminasi. Dengan demikian, prosedur pendaftaran merek harus dirancang untuk memastikan bahwa seluruh pelaku usaha, tanpa memandang ukuran perusahaan atau kekuatan finansial mereka, dapat mengakses sistem pendaftaran merek dengan cara yang setara. Hal ini mencakup transparansi dalam proses pendaftaran, kemudahan akses informasi, dan pemberian kesempatan yang setara untuk memperjuangkan hak mereka atas merek yang sah.

Penyelesaian sengketa merek juga harus dilihat dari perspektif keadilan sosial dan ekonomi. Berdasarkan teori keadilan Rawls, sistem penyelesaian sengketa yang adil harus memberikan perlindungan yang seimbang antara kepentingan pemilik merek yang lebih besar dan pemilik merek yang lebih kecil. Misalnya, proses penyelesaian sengketa merek tidak boleh didominasi oleh kekuatan ekonomi pihak yang lebih besar, tetapi harus menempatkan kepentingan yang lebih adil bagi pihak yang lebih lemah, seperti UMKM atau pelaku usaha baru. Hal ini penting untuk memastikan bahwa persaingan di pasar tetap sehat dan adil.

Pendaftaran merek bukan hanya sebagai alat perlindungan hukum, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen untuk menciptakan keadilan dalam dunia perdagangan. Dengan memberikan hak yang sah kepada pemilik merek atas identitas komersial mereka, pendaftaran merek mendukung terciptanya pasar yang lebih adil, di mana pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk melindungi inovasi dan identitas merek mereka. Pada akhirnya, hal ini juga dapat berkontribusi pada terciptanya persaingan yang sehat, yang memberi manfaat langsung bagi konsumen dalam bentuk lebih banyak pilihan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif.

Terakhir, teori keadilan Rawls mengajak kita untuk melihat hubungan antara keadilan dan kesejahteraan sosial. Pendaftaran merek yang dilakukan secara sah dan adil tidak hanya melindungi hak pelaku usaha, tetapi juga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi secara lebih merata. Perlindungan merek yang lebih luas, yang mencakup pelaku usaha kecil dan menengah, dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan menciptakan peluang yang lebih adil dalam persaingan. Hal

ini berpotensi mengurangi kesenjangan antara perusahaan besar dan kecil, serta mendukung pembangunan ekonomi yang lebih inklusif.

2. Hak dan Kewajiban Pemegang Merek Terdaftar Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Mendukung Kepastian Hukum, Perlindungan Reputasi Merek, dan Perlindungan Konsumen terhadap Produk Asli.

Dalam dunia perdagangan, persoalan merek memiliki arti yang sangat penting untuk memudahkan proses penawaran dan pembelian barang maupun jasa. Merek merupakan komponen vital dalam bisnis, karena dengan adanya merek konsumen dapat dengan mudah membedakan produk. Merek juga memiliki peran krusial dalam bidang periklanan dan pemasaran, mengingat publik sering kali mengaitkan citra, kualitas, atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi aset yang sangat bernilai secara komersial. Bahkan, merek suatu perusahaan sering kali lebih bernilai dibandingkan aset riil perusahaan itu sendiri.

Merek adalah suatu tanda yang digunakan untuk membedakan suatu benda tertentu dengan benda lain yang sejenis. Hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan merek tersebut secara pribadi atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Asuan, 2022). Dari sisi konsumen, merek sangat diperlukan untuk memudahkan pemilihan produk yang akan dibeli. Secara lebih luas, merek berperan penting dalam merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat serta menguntungkan semua pihak. Merek juga memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam perkembangan usaha.

Merek adalah tanda yang digunakan dalam kegiatan usaha, baik dalam perdagangan barang, jasa, atau sejenisnya. Oleh karena itu, pendaftaran merek sangat penting untuk membedakan hasil produk usaha. Peraturan yang mengatur merek di Indonesia adalah UU Merek dan Indikasi Geografis.

Pendaftaran merek dagang untuk barang atau jasa sangat penting untuk melindungi produk dari penyalahgunaan nama merek oleh pihak lain tanpa izin dari pemiliknya. Hanya orang yang terdaftar sebagai pemilik yang berhak menggunakan merek tersebut dan memberikan izin kepada orang lain untuk menggunakannya melalui sistem lisensi. Jika suatu merek tidak didaftarkan, maka tidak ada perlindungan hukum atas merek tersebut, karena pemiliknya tidak memiliki hak atas merek tersebut. Pemegang merek yang telah terdaftar memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan dan berhak menuntut apabila mereknya digunakan oleh pihak lain tanpa izin. Pendaftaran merek yang sah juga menimbulkan hak dan kewajiban, serta

memberikan manfaat bagi pemegang merek.

Pemilik merek memperoleh hak eksklusif atas merek yang telah terdaftar untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun, dan hak tersebut dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. Pemilik merek berwenang menggunakan merek tersebut secara pribadi maupun memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas merek baru timbul setelah merek didaftarkan, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UU Merek dan Indikasi Geografis. Adapun ketentuan mengenai jangka waktu perlindungan merek tercantum dalam Pasal 35 ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis, yang menegaskan bahwa "Merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan."

Pemegang merek mendapatkan sertifikat bahwa merek yang didaftarkan tersebut adalah hak yang didapatkan oleh pemegang merek yang telah didaftarkan. Sesuai dengan Pasal 25 pada UU Merek dan Indikasi Geografis, yakni:

- (1) Sertifikat Merek diterbitkan oleh Menteri sejak Merek tersebut terdaftar.
- (2) Sertifikat Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat:
 - a. nama dan alamat lengkap pemilik Merek yang didaftar;
 - b. nama dan alamat tengkap Kuasa, dalam hal Permohonan melalui Kuasa;
 - c. Tanggal Penerimaan;
 - d. nama negara dan Tanggal Penerimaan permohonan yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan menggunakan Hak Prioritas;
 - e. label Merek yang didaftarkan, termasuk keterangan mengenai macam warna jika Merek tersebut menggunakan unsur warna, dan jika Merek menggunakan bahasa asing, huruf selain huruf Latin, dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia, huruf Latin dan angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapannya dalam ejaan Latin;
 - f. nomor dan tanggal pendaftaran;
 - g. kelas dan jenis barang dan/atau jasa yang Mereknya didaftar; dan
 - h. jangka waktu berlakunya pendaftaran Merek.

Dalam sistem hukum yang diatur oleh UU Merek dan Indikasi Geografis, pemegang merek yang terdaftar tidak hanya diberikan hak eksklusif, tetapi juga memiliki kewajiban untuk menggunakan mereknya dalam perdagangan barang dan/atau jasa yang sesuai dengan jenis barang atau jasa yang telah didaftarkan. Salah satu kewajiban pemegang merek adalah untuk memastikan bahwa sertifikat pendaftaran merek yang diterbitkan oleh negara diambil dalam jangka waktu yang ditentukan. Jika sertifikat tersebut tidak diambil dalam waktu 18 bulan setelah penerbitan, sesuai dengan Pasal 25 ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis tersebut, merek dianggap ditarik kembali dan dihapuskan oleh Menteri. Hal ini menunjukkan bahwa kewajiban administratif yang harus dipenuhi oleh pemilik merek merupakan bagian dari sistem perlindungan yang lebih luas untuk menjaga keberlanjutan dan eksklusivitas merek yang terdaftar.

Perlindungan hukum yang diberikan oleh UU Merek dan Indikasi Geografis bertujuan untuk memastikan bahwa pemegang merek dapat menjalankan hak eksklusifnya dalam perdagangan dengan menghindari adanya pihak lain yang menggunakan merek yang sama atau mirip. Perlindungan ini juga mencakup hak untuk melarang pihak lain melakukan pelanggaran, seperti pemalsuan atau penggunaan merek tanpa izin. Dalam konteks ini, merek yang terdaftar tidak hanya memiliki fungsi sebagai simbol identitas produk, tetapi juga sebagai alat untuk menciptakan daya saing yang adil di pasar.

Dalam analisis teori Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights Theory* atau *IPR*), hak eksklusif ini diperkuat oleh pengakuan hukum terhadap pemilik merek yang terdaftar. Teori IPR menekankan bahwa hak atas kekayaan intelektual, termasuk merek, diberikan untuk melindungi inovasi dan kreativitas individu atau entitas yang menciptakan atau mengembangkan produk. Pemegang merek berhak untuk mengontrol penggunaan merek mereka, baik dengan cara mengalihkan haknya atau memberikan izin kepada pihak lain. Di sisi lain, pemegang merek juga memiliki kewajiban untuk memanfaatkan merek tersebut secara aktif dalam perdagangan sesuai dengan klasifikasi barang atau jasa yang terdaftar. Kewajiban ini bertujuan untuk menjaga keberlanjutan nilai dan reputasi merek serta menghindari penyalahgunaan hak eksklusif yang dapat merugikan pihak lain atau konsumen.

Selain hak eksklusif, kewajiban pemegang merek yang terdaftar juga melibatkan perlindungan terhadap konsumen. Teori Keadilan (*Theory of Justice*) yang dikemukakan oleh John Rawls berfokus pada prinsip distribusi yang adil dan pemerataan hak untuk semua pihak. Dalam konteks sistem pendaftaran merek, teori ini mengajukan bahwa hak-hak eksklusif pemegang merek tidak hanya harus dilindungi, tetapi juga memastikan bahwa semua pelaku usaha, tanpa terkecuali, memiliki akses yang setara untuk mendaftarkan merek mereka. Teori Keadilan menekankan bahwa sistem ini harus terbebas dari diskriminasi, dengan memberikan kesempatan yang sama bagi perusahaan besar maupun kecil untuk memperoleh perlindungan hukum yang setara atas merek.

Penerapan prinsip keadilan ini dapat dilihat dalam kebijakan pendaftaran merek secara elektronik yang tercantum dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 42 Tahun 2016. Pendaftaran secara *online* memungkinkan pelaku usaha, termasuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), untuk mengakses sistem pendaftaran merek dengan cara yang lebih mudah, cepat, dan efisien. Dengan mengurangi hambatan biaya dan waktu yang menjadi kendala utama bagi usaha kecil, kebijakan ini menggambarkan implementasi dari prinsip keadilan yang menekankan pemerataan kesempatan bagi semua pelaku usaha. Oleh karena itu, teori keadilan berperan dalam memastikan bahwa sistem pendaftaran merek dapat diakses secara adil oleh seluruh pelaku usaha,

tanpa memandang ukuran atau kapasitas ekonomi mereka.

Selain itu, teori keadilan juga berfokus pada perlindungan konsumen, yang menjadi aspek penting dalam konteks pendaftaran merek. Perlindungan terhadap merek yang terdaftar tidak hanya berfungsi untuk melindungi hak eksklusif pemegang merek, tetapi juga untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan produk yang berkualitas dan terjamin keasliannya. Merek yang terdaftar memberikan jaminan bahwa produk yang dibeli oleh konsumen berasal dari sumber yang terpercaya, sekaligus mengurangi risiko penipuan atau peredaran produk palsu. Dengan demikian, sistem pendaftaran merek yang transparan dan sah secara hukum turut melindungi kepentingan konsumen, menjamin mereka dapat mengakses produk yang aman dan asli.

Secara keseluruhan, baik teori Hak Kekayaan Intelektual (IPR) maupun teori Keadilan saling melengkapi dalam menciptakan sistem pendaftaran merek yang berkeadilan. Teori IPR menekankan pentingnya perlindungan hak eksklusif pemegang merek, serta kewajiban mereka untuk menggunakan merek tersebut dengan cara yang tidak merugikan pihak lain. Sementara itu, teori Keadilan memperhatikan aspek keadilan dalam akses pendaftaran, perlindungan terhadap usaha kecil, dan jaminan hak-hak konsumen. Dengan mengintegrasikan kedua teori ini, sistem pendaftaran merek dapat berfungsi secara efektif, menciptakan pasar yang sehat dan adil, serta memberikan manfaat yang luas bagi semua pihak yang terlibat.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan pendaftaran merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan perlindungan hukum terhadap merek yang digunakan untuk membedakan barang dan jasa. Merek dibagi menjadi tiga jenis: merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif. Pendaftaran merek mengikuti prinsip "*first to file*," yang memberikan hak eksklusif kepada pihak pertama yang mendaftarkan merek, tanpa memandang penggunaannya. Proses pendaftaran dilakukan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) secara manual atau elektronik, dengan persyaratan mencakup formulir permohonan, dokumen terkait, dan biaya pendaftaran. Pendaftaran merek bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, melindungi identitas, dan menghindari penggunaan yang tidak sah atau peniruan oleh pihak lain.

Pemegang merek yang terdaftar berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek dalam perdagangan barang dan jasa serta memberikan izin kepada pihak lain melalui lisensi. Merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum selama 10 tahun yang dapat diperpanjang, dan

pemegang merek wajib menggunakan merek sesuai dengan jenis barang atau jasa yang terdaftar. Pemegang merek juga harus mengambil sertifikat pendaftaran dalam waktu 18 bulan, jika tidak, merek dianggap ditarik kembali. Perlindungan ini, yang dilandasi oleh teori Kekayaan Intelektual (IPR) dan teori Keadilan, bertujuan menjaga reputasi merek dan menciptakan pasar yang adil bagi semua pelaku usaha, dengan memastikan akses yang setara dan perlindungan konsumen terhadap produk yang berkualitas serta terjamin keasliannya.

Menyikapi temuan di atas diberikan saran yaitu diharapkan pemerintah meningkatkan sosialisasi dan kemudahan akses pendaftaran merek, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah, untuk memastikan perlindungan hukum yang merata dan mendukung pengembangan usaha. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) disarankan untuk mengoptimalkan sistem pendaftaran elektronik agar lebih efisien, transparan, dan mampu mencegah potensi sengketa terkait klaim merek di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, M. (2021). *Penerapan Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Merek Terkenal Konvensi Paris ke Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Anthon, F. (2016). Alternatif Perlindungan Hukum atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi Guna Mengurangi Persaingan Usaha di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Unifikas*, Vol. 3, (No. 2), p.18. Retrieved from <https://journal.uniku.ac.id/index.php/unifikasi/article/view/403>
- Arbaiyah. (2024) *Perlindungan Hukum terhadap Merek Hasil Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Indragiri Hilir*. Universitas Islam Indragiri.
- Asuan. (2022). Pendaftaran Hak Atas Merek. *Solusi*, Vol. 20, (No. 1), p.135-160. <https://doi.org/10.36546/solusi.v20i1.533>
- Fitriani, Selvi Nurma Dyah., Susanti, Ochtorina., & Efendi, A'an. (2022). Perlindungan Hukum Pemegang Hak Merek yang Sesuai dengan Karakteristik Hak Merek. *Jurnal Rechtsens*, Vol. 11, (No. 2), p.239-256. <https://doi.org/10.56013/rechtsens.v11i2.1783>
- Gultom, M.H. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar terhadap Pelanggaran Merek. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa: Jurnal Warta Edisi No. 56*. <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i56.14>

- Hidayat, T. (2024). Analisis Hukum tentang Hak Merek Sebagai Jaminan Kredit pada Perbankan Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum Legal Oponion*, Vol. 12, (No. 2), p. 458-462. Retrieved from <https://jurnal.fh.untad.ac.id/index.php/LO/article/view/1028>
- Mirfa, E. (2016). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan* Vol. 11, (No. 1), p.65-77. Retrieved from <https://ejournalunsam.id/index.php/jhsk/article/view/27>
- Muhammad, A. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 42 Tahun 2016 tentang Pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual Secara Elektronik.
- Putra, F.N.D. (2014). Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Atas Merek terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek. *Mimbar Keadilan, Jurnal Ilmu Hukum*, (Edisi: Januari-Juni), p.97-108. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/240068/perlindungan-hukum-bagi-pemegang-hak-atas-merek-terhadap-perbuatan-pelanggaran-m>
- Ramadhan, G.D. (2021). Ruang Lingkup Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap Video Game. *Journal of Intellectual Property* Vol. 4, (No. 2), p.2-14. <https://doi.org/10.20885/jipro.vol4.iss2.art1>
- Santoso, Agil Febriansyah., & Santoso, Budi. (2022). Implementasi Hukum Kekayaan Intelektual dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Negara Hukum. *Notarius*, Vol. 15, (No. 2), p.818-832. <https://doi.org/10.14710/nts.v15i2.33566>
- Syarifin, Pipin., & Jubaedah, Dedah. (2004). *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Umami, Y.Z. (2016). Penerapan Doktrin Persamaan Merek pada Pendaftaran Merek. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTIE*, Vol. 9, (No. 2), p.112-132. <http://dx.doi.org/10.31942/jqi.v9i2.1960>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Zakariya, Hafid., & Hidayah, Nurul (2017). Keberpihakan Pemerintah dalam Mendukung Daya Saing UMKM Melalui Pendaftaran Merek Kolektif. *Jurnal Serambi Hukum*, Vol. 10, (No. 02), p.1-12. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/163553/keberpihakan-pemerintah-dalam-mendukung-daya-saing-umkm-melalu-pendaftaran-merek#id-section-content>