



## Penguatan Hukum Merek dalam Perjanjian Lisensi Guna Peningkatan Taraf Ekonomi Masyarakat di Indonesia

Elza Syarief<sup>1✉</sup>, Rina Shahriyani Shahrullah<sup>2</sup>, Febri Jaya<sup>3</sup>, Jendris Sihombing<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Hukum Universitas Internasional Batam

E-mail Korespondensi: febri.jaya@uib.edu

### Abstract

*The issue of licensing agreements to improve the standard of living of people in Indonesia is very interesting to be studied in depth via intellectual discussions. Various problems should be taken as lessons for Indonesian people, for example: registration of the Toraja coffee trademark by the American businessmen, sambal uleg from Central Java and Gayo coffee by the Dutch and the song Sayang Sayange from Maluku and the legend of Garlic and Onion by Malaysia. The purpose of writing this article is to provide an explanation of the necessity to strengthen understanding of trademark law in the license agreement as an effort to improve the economic level of the Indonesian people. The problems focus on the government actions against the violations of Intellectual Property Rights (IPR) and as well as the roles of the government and society to improve the economic level of society through strengthening trademark law in license agreements. The research was conducted by using a normative legal research. The result of the research described in this article is that the economic level of the community can be increased by conducting a franchise business, providing opportunities for the franchisor to exploit economic rights in order to multiply and get the maximum profit at a low cost because it is borne by the franchisee.*

**Keywords:** Trademark, License Agreement, Economic Strata

### Abstrak

Persoalan mengenai perjanjian lisensi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat di Indonesia sangat menarik untuk dikaji secara mendalam dalam pembahasan ilmiah. Berbagai persoalan seharusnya dapat menjadikan pelajaran bagi masyarakat Indonesia, sebagai contoh : pendaftaran merek Kopi Toraja oleh pengusaha Amerika, sambal uleg dari Jawa Tengah dan Kopi Gayo oleh warga Belanda serta lagu sayang sayange dari Maluku dan legenda Bawang Putih dan Bawang Merah oleh Malaysia. Adapun tujuan penulisan artikel ini adalah untuk memberikan pemaparan mengenai keharusan penguatan pemahaman hukum merek dalam perjanjian lisensi sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat Indonesia. Dengan rumusan masalah yang fokus pada bentuk tindakan pemerintah terhadap pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) sampai dengan bentuk peranan pemerintah dan masyarakat untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat melalui penguatan hukum merek dalam perjanjian lisensi. Adapun penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian yuridis normatif. Sebagai hasil penelitian yang diuraikan dalam artikel ini ialah taraf ekonomi masyarakat dapat meningkat dengan cara melakukan usaha waralaba memberikan kesempatan bagi pemberi waralaba untuk melakukan eksploitasi hak ekonomi guna memperbanyak dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan biaya yang ringan karena ditanggung penerima waralaba.

**Kata kunci:** Merek, Perjanjian Lisensi, Taraf Ekonomi

Copyright©2021KosmikHukum. All rights reserved.

## I. Pendahuluan

Hak kekayaan intelektual (HKI) adalah suatu hak yang timbul dari hasil pola pikir manusia yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia.<sup>1</sup> HKI tidak melindungi suatu ide, akan tetapi ide yang diaplikasikan baik dalam bentuk dua maupun tiga dimensi. Di Indonesia, ada 2 (dua) jenis HKI yang dilindungi, yaitu: *Pertama*, bersifat komunal

<sup>1</sup> Panduan HKI, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta, 2006, hlm. 7

yang diberikan kepada sekelompok masyarakat yang menetap pada suatu daerah tertentu, hak tersebut meliputi: pengetahuan tradisional masyarakat tersebut (*tradisional knowledge*), ekspresi budaya tradisional (*folklore*) indikasi geografis (*geographical indication*) dan keaneka ragaman hayati (*biodiversity*). Kedua, HKI yang bersifat personal, diberikan kepada individu yang menghasilkan suatu karya intelektual, hak tersebut meliputi: hak cipta (*copyright*), paten (*patent*), merek (*trademark*), disain industri (rahasia dagang (*tradesecret*), dan perlindungan varietas tanaman baru (*new variety of plant*).<sup>2</sup>

Keberadaan HKI, tentunya tidak hanya, desain tataletak sirkuit terpadu (*layout design of interagted circuit*) akan tetapi juga memberikan nilai ekonomi bagi pemegang hak dan juga memberikan motivasi yang lebih besar bagi para senirupawan untuk mengembangkan daya cipta dan kreatif. Pada era *cybermelinia* yang mengglobal saat ini, menjadikan makin tipisnya jarak antar Negara (*boundary state*) di dunia. Adanya kemajuan teknologi dibidang sistem jaringan internet menyebabkan penyebaran informasi sangat luas dan cepat.

Saat ini banyak kasus-kasus klaim hak cipta atas kekayaan intelektual budaya dan hayati Indonesia seperti misalnya pendaftaran merek Kopi Toraja oleh pengusaha Amerika, *sambal uleg* dari Jawa Tengah dan Kopi Gayo oleh warga Belanda serta lagu *Sayang Sayange* dari Maluku dan legenda bawang putih dan bawang merah oleh Malaysia.

Sehubungan dengan hal tersebut, perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual pada dasarnya ber-intikan pengakuan terhadap kekayaan intelektual baik untuk perseorangan maupun kelompok. Oleh sebab itu Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting bagi perekonomian dan perdagangan suatu bangsa. Salah satu perkembangan di bidang merek adalah munculnya perlindungan terhadap tipe merek baru atau yang disebut sebagai merek non-tradisional.

Untuk hal tersebut telah pula diatur didalam salah satu bentuk pengaturan hukum hak kekayaan intelektual adalah *Trade Related Aspects of Intellectual Property Right (TRIPs)* yang dibahas dalam putaran Uruguay. TRIPs merupakan kesepakatan internasional yang paling lengkap berkenaan dengan perlindungan HKI. TRIPs Agreement juga mengadopsi konvensi-konvensi di bidang HKI yaitu *Paris Convention* dan *Berne Convention* (dua konvensi utama di bidang *copyright* dan *industrial property*).<sup>3</sup> Dan yang seperti diketahui prinsip-prinsip yang melandasi pengaturan hubungan perdagangan bagi seluruh negara anggota WTO dikenal sebagai prinsip *Most Favoured Nations Treatment (MFN)*, yaitu prinsip yang menekankan perlakuan yang sama bagi seluruh negara anggota WTO, serta prinsip *National Treatment (NT)* yaitu prinsip perlakuan nasional yang tidak boleh berbeda dengan negara anggota lainnya. Prinsip MFN mengatur bahwa keberpihakan, keuntungan, maupun perlakuan istimewa yang diberikan kepada suatu negara peserta TRIPs haruslah diberikan *immediately* dan *unconditionally* kepada warga negara lainnya yang juga merupakan peserta TRIPs seperti diatur dalam Article 4 TRIPs. Article 4.1 TRIPs mensyaratkan semua persetujuan yang dibuat dan ditandatangani dalam rangka HKI harus diperlakukan secara sama, serta tidak boleh ada penerapan ketentuan yang berbeda dan diistimewakan kepada suatu negara anggota tertentu.<sup>4</sup>

Sejarah terbentuknya TRIPs menunjukkan bahwa HKI mempunyai peranan penting dalam perdagangan khususnya untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Secara normatif, tujuan *TRIPs Agreement* terdapat dalam artikel 7 yaitu untuk memberi perlindungan HKI dan prosedur penegakan hukum dengan menerapkan tindakan-tindakan yang menciptakan perdagangan yang sehat, untuk memacu invensi baru di bidang teknologi dan memperlancar alih teknologi serta penyebaran teknologi dengan tetap memperhatikan kepentingan produsen

---

<sup>2</sup> Dikutip dari laman: [www.daftarhaki.com](http://www.daftarhaki.com)

<sup>3</sup> Zumrottus Sa'adah, "Jati Diri Bangsa Dan Potensi Sumber Daya Konstruktif Sebagai Aset Ekonomi Kreatif Di Indonesia", *Jurnal Economia*, Vol. 11, No. 2, Oktober 2015, hlm. 150-160.

<sup>4</sup> Ni Ketut Supasti Dharmawan dan Wayan Wiryawan, " Keberadaan dan Implikasi Prinsip MFN dan NT Dalam Pengaturan Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia", *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol.6, No.2, 2014, hlm. 259-275.

dan pengguna pengetahuan yang dilakukan untuk menunjang kesejahteraan sosial dan ekonomi, serta keseimbangan antara hak dan kewajiban.<sup>5</sup>

Untuk itu pemerintah telah berkomitmen untuk membangun dan mengembangkan ekonomi kreatif sebagai bagian penting pembangunan ekonomi nasional dibuktikan dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) melalui Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo. Lembaga non-kementerian ini bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dan bertugas membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif. Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan ekonomi kreatif, kemudian direvisi dengan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015). Berdasarkan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015, sedikitnya ada 16 subsektor pengembangan ekonomi kreatif yang telah ditetapkan Badan Ekonomi Kreatif, sebagai berikut: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fesyen; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Kebijakan penerapan HKI di Indonesia secara umum masih menyisakan berbagai permasalahan krusial. Hal ini disebabkan karakter dari HKI itu sendiri bertolak belakang dengan kepribadian atau budaya orang Indonesia. HKI yang bersumber dari hukum barat memiliki ciri khas melindungi hak individu pemilik HKI dari penggunaan tanpa izin oleh pihak lain secara komersial. Sedangkan umumnya orang Indonesia masih memegang budaya Timur yang memegang teguh nilai-nilai komunal atau kebersamaan. Sebagian masyarakat Indonesia masih memegang filosofi “ilmu yang dibagi akan lebih bermanfaat untuk orang lain dan menjadi kebanggaan tersendiri jika ilmu pengetahuan yang dimilikinya banyak yang meniru”. Kondisi ini menjadi salah satu penyebab masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap arti penting HKI bagi perlindungan ide atau karya-karyanya. Kendala lainnya yang menyebabkan pemilik HKI tidak antusias untuk mendaftarkan produk ekonomi kreatif sebagai ide atau karyanya adalah biaya pendaftaran HKI yang relatif mahal untuk golongan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Sedangkan perlindungan terhadap HKI pada dasarnya merupakan perwujudan dari nilai penting dari HKI itu sendiri. Dengan demikian perlindungan HKI memiliki tujuan tertentu, yaitu untuk melindungi seseorang sebagai pemilik sah HKI dari perbuatan/tindakan orang lain yang dapat merugikan pemegang HKI. Berkaitan dengan hal ini, Deputy Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Harmonisasi Regulasi, memiliki tugas merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan-kebijakan dan program fasilitasi HKI serta sinkronisasi regulasi di bidang ekonomi kreatif.

Berkaitan dengan perlindungan hukum, Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa<sup>6</sup> salah satu sifat dan sekaligus merupakan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat, dan perlindungan hukum terhadap masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum. Perlindungan hukum itu sendiri merupakan upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingannya tersebut.

Maka untuk itu perlindungan hukum dapat dibedakan dalam perlindungan hukum *preventif dan represif*. Perlindungan hukum *preventif* diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Sedangkan perlindungan hukum *represif* merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan

<sup>5</sup> Agus Sardjono, *Pengetahuan Tradisional*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2009), hlm. 5.

<sup>6</sup> Satjipto Rahardjo, *Permasalahan Hukum di Indonesia*, Cetakan ke-3, (Bandung: Alumni, 2003), hlm. 121.

yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran. Pelindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa.<sup>7</sup>

## **II. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, penulis merumuskan rumusan masalah yang akan dibahas dalam artikel ini sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya pemerintah dalam menekan tingkat pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual?
2. Bagaimana peran pemerintah dan masyarakat untuk penguatan hukum merek dalam perjanjian lisensi guna peningkatan taraf ekonomi masyarakat di Indonesia?

## **III. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif dan empiris dengan sifat penelitian deskriptif. Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan meneliti data sekunder berupa kaidah atau aturan hukum sebagai suatu bangunan sistem yang terkait dengan suatu peristiwa hukum. Selanjutnya untuk memperkuat kajian penelitian, maka akan dilihat juga pengembangan ekraf melalui pelindungan HKI pada tataran empirisnya yang difokuskan juga implementasi pelindungan HKI pada produk ekraf khususnya di daerah yang diteliti. Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu dengan menggambarkan atau memaparkan secara tepat masalah yang diteliti dengan mendasarkan pada kaidah, norma, asas-asas dan sinkronisasi peraturan perundang-undangan, baik secara vertikal maupun horizontal. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dengan menggunakan perangkat hukum positif sebagai dasar awal melakukan analisis.<sup>8</sup>

Dalam kaitan ini analisis yang dilakukan mengacu pada peraturan perundang-undangan di bidang HKI dan ekraf untuk kemudian dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Sumber data primer dihasilkan dengan cara melakukan observasi langsung di lapangan dan wawancara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara semi terstruktur.

Data sekunder penelitian diperoleh dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan di bidang HKI. Bahan hukum sekunder berupa buku, majalah ilmiah, kliping, jurnal, makalah, situs internet, dan sumber lainnya. Semua data tersebut dideskripsikan dan dipergunakan untuk membantu menganalisa data yang ditemukan di lapangan. Selanjutnya data yang diperoleh disusun secara sistematis sesuai dengan permasalahan penelitian untuk kemudian dianalisis secara kualitatif dengan mendeskripsikan dan menafsirkan norma-norma terkait perlindungan HKI. Data juga dideskripsikan menggunakan kerangka teori yang ada guna mendapatkan bentuk pengaturan perlindungan hukum hak kekayaan intelektual sesuai yang diharapkan dan implementatif di masa yang akan datang.

## **IV. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Upaya Pemerintah dalam Menekan Tingkat Pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual**

Upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk mengurangi terjadinya pelanggaran HKI, dengan melakukan sosialisasi sadar hukum tentang hak merek, disamping itu juga pemerintah telah menghimbau masyarakat untuk mendaftarkan HKI dibidang lisensi merek agar memiliki hak moral dan hak ekonomi, sehingga memiliki manfaat dan berdaya guna,

---

<sup>7</sup> Muchsin, *Perlindungan Hukum Bagi Investor di Indonesia*, (Surakarta: Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2018), hlm. 14.

<sup>8</sup> Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia, 2008), hlm. 302.

sebagaimana diatur dalam UU no 20 Tahun 2016 Tentang Merek, memberikan definisi mengenai arti hak atas merek, yaitu : “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”.

Sehubungan dengan hal tersebut, kegiatan perdagangan barang dan jasa melintasi batas wilayah negara. Telah membuat suatu mekanisme pendaftaran Merek internasional menjadi salah satu sistem yang seharusnya dapat dimanfaatkan guna melindungi Merek nasional di dunia internasional. Sistem pendaftaran Merek internasional berdasarkan Protokol Madrid menjadi sarana yang sangat membantu para pelaku usaha nasional untuk mendaftarkan Merek di luar negeri dengan mudah dan biaya yang terjangkau. Oleh sebab itu Indonesia menganut sistem pendaftaran Merek dengan sistem konstitutif. Sistem ini mengharuskan adanya pendaftaran Merek agar suatu Merek bisa mendapatkan perlindungan, sistem ini dikenal juga dengan sistem *first to file*. Sistem ini menegaskan bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan Merek, maka dialah yang berhak atas hak Merek tersebut. Walaupun Indonesia menganut pendaftaran Merek berdasarkan sistem konstitutif, perlindungan Merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia tetap akan mendapatkan perlindungan, karena Indonesia sudah meratifikasi Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPS (*The World Trade Organization's TRIPS Agreement*).

Di samping itu pula, keikutsertaan Indonesia meratifikasi Konvensi tentang Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization*) yang mencakup pula persetujuan tentang Aspek-aspek Dagang dari Hak Kekayaan Intelektual/HKI (*Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights/TRIPs*) sebagaimana telah disahkan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), telah menuntut Indonesia untuk mematuhi dan melaksanakan isi dari perjanjian internasional tersebut. Ratifikasi dari peraturan tersebut mendorong keikutsertaan Indonesia dalam meratifikasi *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Konvensi Paris) yang telah disahkan dengan Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 dan *Trademark Law Treaty* (Traktat Hukum Merek) yang disahkan dengan Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997. Perjanjian internasional tersebut menjadikan adanya kewajiban bagi Indonesia untuk menyesuaikan Undang-Undang Merek yang berlaku dengan ketentuan dalam perjanjian internasional yang telah diratifikasi tersebut. Untuk hal tersebut ada dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, jenis merek dapat dibedakan menjadi:

1. Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum membedakan dengan barang sejenis lainnya
2. Merek Jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.
3. Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Dengan melihat arti kata merek dan objek yang dilindunginya, maka merek digunakan untuk membedakan barang atau produksi satu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Dengan demikian merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya, maka hal itu menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya tersebut sewaktu diperdagangkan.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Rahmi Janed, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015), hlm. 6.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas cara untuk menyeimbangkan kepentingan dan peranan pribadi individu dengan kepentingan masyarakat, maka sistem hak milik intelektual berdasarkan pada prinsip:<sup>10</sup>

1. Prinsip Keadilan (*the principle of natural justice*) Para investor berhak mendapatkan imbalan berupa materi maupun imateri atas karyanya berdasarkan kemampuan intelektualnya.
2. Prinsip ekonomi (*the economic argument*) Hak kekayaan intelektual yang dituangkan dalam berbagai bentuk kepada publik memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia.
3. Prinsip kebudayaan (*the cultural argument*) Perkembangan ilmu pengetahuan, seni dan sastra sangat besar artinya bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban dan martabat manusia.
4. Prinsip sosial (*the social argument*) Hukum berfungsi menyeimbangkan kepentingan individu dengan masyarakat, terlebih dalam dunia global yang memandang bahwa seluruh komunitas manusia di seluruh belahan dunia adalah satu masyarakat.

Oleh sebab itu upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi terjadinya pelanggaran HKI, dengan melakukan:

1. Pendaftaran merek dagang maupun jasa, baik yang bersifat komunal ataupun pribadi oleh subyek hukum.
2. Dengan menggunakan prinsip:
  - a. Prinsip Keadilan (*the principle of natural justice*).
  - b. Prinsip ekonomi (*the economic argument*).
  - c. Prinsip kebudayaan (*the cultural argument*).
  - d. Prinsip sosial (*the social argument*).
3. Diumumkan melalui media internet sesuatu hak merek berdasarkan *Article 4 TRIPS. Article 4.1 TRIPs* : mensyaratkan semua persetujuan yang dibuat dan ditandatangani dalam rangka HKI harus diperlakukan secara sama, serta tidak boleh ada penerapan ketentuan yang berbeda dan diistimewakan kepada suatu negara anggota tertentu. Karena Indonesia sebagai anggota perdagangan yang ikut mengesahkan *Agreement Establishing the World Trade Organization*.
4. Merek di Indonesia dengan menggunakan sistem konstitutif. Sistem ini mengharuskan adanya pendaftaran Merek agar suatu Merek bisa mendapatkan perlindungan, sistem ini dikenal juga dengan sistem *first to file*. Sistem ini menegaskan bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan Merek, maka dialah yang berhak atas hak Merek tersebut. Walaupun Indonesia menganut pendaftaran Merek berdasarkan sistem konstitutif, perlindungan Merek terkenal yang belum terdaftar di Indonesia tetap akan mendapatkan perlindungan, karena Indonesia sudah meratifikasi Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPS (*The World Trade Organization's TRIPS Agreement*).

Dari a sampai dengan d tersebut diatas, menghimbau pada masyarakat bahwa aturan hukum yang berlaku tentang merek, seharusnya dapat dimengerti dan sadar hukum untuk tidak melanggar ketentuan-ketentuan yang telah ada.

Untuk menjamin perlindungan hukum atas merek dalam proses perdagangan barang dan jasa, maka para pemilik merek diharapkan dapat mendaftarkan mereknya guna mendapatkan kepastian hukum. Selain itu, pengalihan dan penghapusan hak atas merek harus benar-benar dilaksanakan sesuai dengan undang-undang demi terjaminnya suatu perlindungan hukum. Diperlukan tindakan yang tegas terhadap pihak-pihak yang melanggar hak atas merek. Untuk itu, penyediaan perangkat hukum dibidang merek harus didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan benar-benar berkompeten dalam mengurus persolan dibidang merek. Perangkat hukum yang ada diharapkan memberikan sanksi yang tegas bagi pelaku pelanggaran hukum merek agar timbul efek jera bagi masyarakat untuk tidak melakukan pelanggaran hukum khususnya dibidang merek. Selain itu, sosialisasi dibidang merek dirasa perlu dilakukan kepada masyarakat. Kesadaran masyarakat umum ataupun pengusaha sangat dibutuhkan untuk

---

<sup>10</sup> Sayud Margono, *Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia*, (Bogor : Ghalia, 2011), hlm. 47.

menghindari terjadinya praktekpraktek curang dibidang merek, juga dapat menjamin terlaksananya proses perdagangan barang dan jasa yang sehat.

## 2. Peran Pemerintah dan Masyarakat untuk penguatan hukum merek dalam perjanjian lisensi guna peningkatan taraf ekonomi masyarakat di Indonesia

Upaya yang telah ditempuh oleh pemerintah dan masyarakat dalam meningkatkan taraf ekonomi hak lisensi merek seperti mendaftarkan jenis usahanya dalam bidang waralaba (*Francise*). Sehingga bagi pemilik merek yang ingin diakui dan dilindungi haknya atas merek yang dipunyai dan dipergunakan dalam perdagangan, wajib diminta pendaftaran kepada kantor merek. Hanya pendaftar pertama yang memperoleh kedudukan dan perlindungan atas hak eksklusif. Di Indonesia, perlindungan hak ekonomi atas merek terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Merek yang sudah terdaftar dalam Daftar Umum Merek (DUM) tentu akan langsung mendapat perlindungan hukum dan dapat menjerat tuntutan perdata atau pidana pada pihak yang beritikad tidak baik pada mereknya. Perlindungan tersebut bertujuan untuk:

1. Kepastian hukum untuk menentukan siapa yang sebenarnya pemilik merek yang paling utama untuk dilindungi. Cukup dilihat siapa yang lebih dulu memperoleh "*filing date*" atau terdaftar dalam Daftar Umum Merek.
2. Kepastian hukum pembuktian, karena hanya didasarkan pada fakta pendaftaran.
3. Pendaftaran satu-satunya alat bukti utama, dan alat bukti yang seperti itu, bersifat otentik karena dibuat oleh pejabat yang berwenang untuk itu yakni Kantor Merek. Pembuktian terhindar dari pemalsuan dan kecurangan.
4. Mewujudkan dugaan hukum siapa pemilik merek yang paling berhak, tidak menimbulkan kontroversi antara pemakai pertama dengan pendaftar pertama, karena dugaan hukum hanya berdiri di atas fakta pendaftaran pertama.
5. Menentukan siapa pemegang merek yang paling utama hanya didasarkan atas prinsip pendaftaran pertama, dan pembuktian didasarkan pada dokumen yang lebih bersifat otentik. Hal ini berdampak positif atas penyelesaian sengketa, yakni penyelesaian jauh lebih sederhana, cepat dan biaya ringan.

Hak eksklusif yang dimiliki pemilik merek setelah membangun ekuitas merek dalam rangka mendapatkan manfaat dari merek tersebut, meliputi jangkauan Hak Tunggal (*sole or single right*), Hak Monopolitis (*monopoly right*), dan Hak paling unggul atau *superior right*.<sup>11</sup>

Sehubungan dengan meningkatkan taraf ekonomi didalam hal lisensi merek, dapat dilakukan dengan jalan usaha Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui cabang dari penerima waralaba. Perjanjian Waralaba melibatkan dua belah pihak, Pemberi waralaba yaitu pemilik merek dagang dan system bisnis yang terbukti sukses. Penerima waralaba yaitu pihak yang memperoleh hak (izin) menggunakan merek dagang dan system bisnis yaitu, perorangan atau pengusaha lain yang dipilih oleh pemberi waralaba untuk menjadi penerima waralaba, dengan memberikan imbalan berupa uang jaminan awal (*fee*) kepada pemberi waralaba dan *royalti* (imbalan bagi hasil terus menerus) serta keduanya bersepakat melakukan kerjasama saling menguntungkan, dengan berbagai persyaratan yang disetujui dan dituangkan dalam perjanjian yang disebut Perjanjian Waralaba.

Waralaba memberikan kesempatan bagi pemberi waralaba untuk melakukan eksploitasi hak ekonomi guna memperbanyak dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan biaya yang ringan karena ditanggung penerima waralaba. Waralaba juga memberikan penerima waralaba untuk melakukan eksploitasi hak ekonomi untuk melakukan penjualan, reproduksi dan mendapatkan keuntungan dari merek pemberi waralaba. Penerima waralaba tidak perlu

---

<sup>11</sup> Yahya Harahap, *Tinjauan Umum Merek dan Hukum Merek Di Indonesia*, cetakan ke -3, (Bandung : Citra Aditya Bhakti, 2007), hlm. 342.

bersusah payah dari awal lagi guna memperkenalkan dan menjual produk pada masyarakat karena merek tersebut sudah dikenalkan pada masyarakat oleh pemberi waralaba seperti Waralaba Ayam Bakar Wong Solo, Es Teler 77 dan sebagainya.

Waralaba di Indonesia saat ini diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba (selanjutnya disingkat PP No. 42/2007). Dalam Pasal 1 angka 1 PP No. 42/2007 tersebut ditentukan: *“Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”*.

Maka oleh sebab itu untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat melalui hal lisensi dengan perjanjian waralaba, baik jasa maupun produk dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dan saling menguntungkan kedua belah pihak, karena adanya ketentuan pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya dan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang syarat sahnya sebuah perjanjian.

## **V. Penutup**

Perlindungan hukum bagi pemegang merek terdaftar terhadap peniruan merek menurut Undang-undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 dapat dilakukan upaya perlindungan hukum secara preventif dan perlindungan hukum secara represif. Perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa dan merupakan suatu upaya untuk mendorong masyarakat agar mematuhi ketentuan hukum yang berlaku dan tidak merugikan hak dan kepentingan orang lain. Sedangkan sebaliknya perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa menyangkut dengan dengan suatu penetapan yang berupa sanksi hukum terhadap pelanggar hukum yang merugikan kepentingan umum maupun pribadi orang lain terkait dengan tindakan peniruan merek terdaftar.

Untuk hal tersebut untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dengan cara melakukan usaha waralaba memberikan kesempatan bagi pemberi waralaba untuk melakukan eksploitasi hak ekonomi guna memperbanyak dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan biaya yang ringan karena ditanggung penerima waralaba. Waralaba juga memberikan penerima waralaba untuk melakukan eksploitasi hak ekonomi untuk melakukan penjualan, reproduksi dan mendapatkan keuntungan dari merek pemberi waralaba. Penerima waralaba tidak perlu bersusah payah dari awal lagi guna memperkenalkan dan menjual produk pada masyarakat karena merek tersebut sudah dikenalkan pada masyarakat oleh pemberi waralaba seperti Waralaba Ayam Bakar Wong Solo, Es Teler 77 dan sebagainya.

## **Daftar Pustaka**

- Dharmawan, Ni Ketut Supasti & Wiryawan, Wayan. *“Keberadaan dan Implikasi Prinsip MFN dan NT Dalam Pengaturan Hak Kekayaan Intelektual Di Indonesia”*, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol.6, No.2, 2014: 259-275.
- Harahap, Yahya. *Tinjauan Umum Merek dan Hukum Merek Di Indonesia*, cetakan ke -3, Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2007.
- Ibrahim, Johnny. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia, 2008.
- Janed, Rahmi. *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015.
- Margono, Sayud. *Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia*, Bogor: Ghalia, 2011.
- Muchsin, *Perlindungan Hukum Bagi Investor di Indonesia*, Surakarta: Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2018.
- Panduan HKI, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Jakarta, 2006.



- Raharjo, Satjipto. *Permasalahan Hukum di Indonesia*, Bandung: Alumni, 2003,
- Sa'adah, Jati Diri Bangsa Dan Potensi Sumber Daya Konstruktif Sebagai Aset Ekonomi Kreatif Di Indonesia, *Jurnal Economia*, Vol. 11, No. 2, Oktober 2015 : 150-160.
- Sardjono, Agus. *Pengetahuan Tradisional*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2009.