

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA MENGENAI MEREK DAN INDUSTRI RUMAH TANGGA

A. Tinjauan Umum Tentang Merek

1. Pengertian Merek

R. Soekardono merek adalah suatu tanda, dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, dimana perlu juga untuk mempribadikan asalnya barang atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperniagakan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.¹⁷⁾

Merek adalah suatu tanda yang pada dirinya terkandung daya pembeda yang cukup (*capable of distingling*) dengan barang-barang lain yang sejenis. Kalau tidak ada pembedaan, maka tidak mungkin disebut merek.¹⁸⁾

Ketentuan dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 sebagai berikut “Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

¹⁷⁾ Ok Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 440.

¹⁸⁾ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek: Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Medpress Digital, Yogyakarta, 2013, hlm 30.

Dalam hal ini merek merupakan suatu daya pembeda dari sebuah produk barang dan/atau jasa yang menjadi identitas dan dapat menjamin kualitas suatu produk tersebut.

2. Jenis dan Bentuk Merek

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, merek dapat dibagi menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Merek Dagang

Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

b. Merek Jasa

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.

c. Merek Kolektif

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 secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Merek merupakan bentuk yang menyatakan wujud merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa. Berikut macam-macam bentuk merek yang digunakan pada untuk barang dan/atau jasa, yaitu:

a. Merek Gambar atau Logo

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud gambar atau logo antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis.

b. Merek Kata

Merek ini mempunyai daya pembeda dalam bunyi kata antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa sejenis lainnya.

c. Merek Huruf atau Angka

Bentuk merek ini mempunyai daya pembeda dalam wujud huruf atau angka antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis.

d. Merek Nama

Bentuk merek ini mempunyai daya pembeda dalam wujud nama antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa lain yang sejenis.

e. Merek Kombinasi

Bentuk merek mempunyai daya pembeda dalam wujud gambar atau logo dan kata antara barang dan/atau jasa yang satu dengan barang atau jasa lain yang sejenis.

Selain bentuk-bentuk merek diatas ada pula merek tiga (3) dimensi.

3. Fungsi dan Manfaat Merek

Merek digunakan oleh pelaku usaha industri atau pemilik merek untuk melindungi produk yang dimilikinya. Merek memiliki fungsi sebagai berikut:¹⁹⁾

- a) Fungsi pembeda, yaitu membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lain.
- b) Fungsi promosi, yaitu merek dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang diperdagangkan, sekaligus untuk menguasai pasar.
- c) Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri, yaitu merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme pasar bebas.

Fungsi dari suatu merek adalah untuk dapat membedakan barang atau jasa sejenis yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau industri lain. Fungsi merek juga selain sebagai daya pembeda, merek juga memiliki fungsi lain yaitu:²⁰⁾

- a. Menjaga persaingan usaha yang sehat. Dalam hal ini menjaga keseimbangan antar kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum dengan menumbuhkan iklim usaha yang kondusif.
- b. Melindungi konsumen, dengan adanya merek para konsumen tidak perlu mengkhawatirkan kualitas barang karna merek dapat menjamin kualitas suatu produk.
- c. Sebagai sarana dari pengusaha untuk memperluas bidangnya. Merek dari barang-barang yang sudah dikenal oleh konsumen sebagai tanda untuk barang yang bermutu tinggi akan memperlancar usaha pemasaran produk yang bersangkutan.
- d. Sebagai sarana untuk dapat menilai kualitas suatu barang. Kualitas barang tentunya tidak selalu baik atau dapat memberikan kepuasan bagi setiap konsumen. Suatu merek dapat memberikan kekayaan kepada pembeli bahwa semua barang yang menggunakan merek, mempunyai mutu yang sama seperti yang telah ditentukan oleh pabrik atau industri tersebut.
- e. Untuk memperkenalkan barang atau nama barang, merek mempunyai fungsi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan barang atau nama barang (sebagai media promosi).
- f. Untuk memperkenalkan identitas perusahaan, ada kalanya suatu merek digunakan untuk memperkenalkan nama perusahaan yang menggunakan mereknya.

¹⁹⁾Endang Purwaningsih, Muslikh, Nurul Fajri Chikmawati, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Investasi*, Setara Press, Malang, 2019, hlm 14.

²⁰⁾Hery Firmansyah, *Op. Cit.*, hlm 33.

Merek dapat memberikan manfaat-manfaat baik bagi produsen, pedagang, dan juga bagi konsumen, yaitu sebagai berikut:

- a) Bagi produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya terutama mengenai kualitas dan pemakaiannya.
- b) Bagi pedagang, merek digunakan untuk memperlancar promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan memperluas pasar.
- c) Bagi konsumen, merek dapat dijadikan alat untuk memilih produk yang akan dibeli.

4. Elemen Penggunaan Merek

Istilah penggunaan (*use*) untuk perdagangan barang dan/atau jasa pun perlu diketahui selain daripada masalah tanda (*sign*) dan daya pembeda (*distinctiveness*). Berdasarkan *Article 15 (2)* dan *Article 16 TRIPs* Negara anggota dapat membuat ketentuan bahwa kemampuan dapat didaftarkan tergantung pada penggunaan. Penggunaan aktual dari merek tidak wajib dijadikan persyaratan permohonan pendaftaran.²¹⁾

a. Penggunaan Merek Secara Terbuka dan Terpercaya

Merek utamanya berkembang melalui penggunaan untuk melindungi *goodwill* melawan produk lain dari produsen pesaingnya. Merek bukan termasuk kekayaan apabila tidak terkait dengan aktivitas bisnis atau perdagangan. Perlindungan merek berfungsi untuk memastikan bahwa pemegang merek harus menggunakan mereknya. Agar dapat memperoleh merek, harus ada penggunaan secara terbuka yang dibuat untuk konsumen

²¹⁾Rahmi Jened, *Op.Cit.*, hlm 131.

kelas yang relevan atau konsumen prospektif, karena merek dilindungi jika ditujukan untuk mengidentifikasi dan membedakan produk barang dan/jasa satu produsen dari produsen lainnya.

b. Penggunaan Secara Itikad Baik

Merek apabila digunakan oleh dua pihak, maka persoalan hukumnya bukan tentang persamaan pada pokoknya atau persamaan secara keseluruhan, namun harus ditentukan siapa yang menggunakan merek dengan itikad baik dalam pasar. Merek tidak dapat didaftarkan atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pemohon yang beritikad tidak baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk meniru atau menjiplak suatu merek lain untuk kepentingan pribadi yang dapat merugikan pihak lain.

c. Penggunaan Bukan Sekedar Sebagai Pencitraan

Branding merupakan kegiatan pencitraan secara positif, agar konsumen dapat mengingat citra sebuah produk seperti yang diinginkan oleh produsen untuk diingat oleh konsumen dan khalayak. Dalam melakukan branding untuk membangun sebuah merek terdapat 3 (tiga) tahapan yang harus dilakukan yaitu menyusun fondasi yang kuat mengenai merek yang diinginkan, mengkomunikasikan fondasi merek yang telah dibangun tersebut, dan melakukan evaluasi dalam proses *branding*.

d. Penggunaan untuk memperoleh daya pembeda

Penggunaan untuk mencapai daya pembeda disebut juga membangun *secondary meaning*. Suatu tanda yang tidak secara *prima facie* bersifat *distinctive*, atau merek yang bersifat deskriptif dapat menjadi *distinctive* melalui penggunaan guna membangun asosiasi konsumen. Penggunaan harus secara layak yang disertai bukti meliputi, tempat, waktu, hakikat, dan luasnya penggunaan. Bukti dapat didukung dengan dokumen, pembungkus, label, daftar harga, katalog, *invoice*, foto, periklanan dan pendapat masyarakat dari hasil survei. Selain itu, dapat juga ditampilkan bukti pendukung yang diperoleh dari pernyataan dibawah sumpah secara tertulis atau yang memiliki efek yang sama berdasarkan hukum Negara, atau bukti dari ahli perdagangan atau asosiasi.²²⁾

5. Permohonan Pendaftaran Merek

a) Pengajuan Pendaftaran Merek

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, menyebutkan permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada menteri secara elektronik ataupun non elektronik. Dalam permohonan harus mencantumkan tanggal, bulan, tahun permohonan, identitas dan alamat pemohon atau kuasa apabila diajukan melalui kuasa, warna jika merek yang diajukan menggunakan warna, nama Negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan

²²⁾Jncipta, "Branding Bukan Pencitraan", www.totalgiftsindonesia.com/branding-bukan-pencitraan/ akses 3 Mei 2020 pukul 18:29.

diajukan dengan hak prioritas dan kelas barang dan/atau jasa serta uraian jenis barang dan/atau jasa.

Merek yang diajukan berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, maka label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari merek tersebut, dalam hal merek berupa suara, maka label merek yang dilampirkan akan berupa notasi dan rekaman suara.

Permohonan wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan oleh pemohon. Permohonan yang diajukan oleh lebih dari satu orang pemohon secara bersama-sama berhak atas merek tersebut, semua nama pemohon dapat dicantumkan namun hanya dengan satu alamat dan permohonan di tandatangani oleh salah satu dari pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon yang mewakilkan.

Permohonan untuk lebih dari satu kelas barang dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan dengan menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya. Dalam hal yang berkaitan dengan administrasi merek yang diajukan oleh pemohon yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap diluar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia maka wajib diajukan melalui kuasa. Pemohon wajib menyatakan dan memilih alamat kuasa sebagai domisili hukum di Indonesia.

Permohonan pendaftaran merek dengan hak prioritas harus diajukan dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal

penerimaan permohonan pendaftaran merek yang pertama kali diterima di Negara lain yang merupakan anggota konvensi paris tentang perlindungan kekayaan industri atau anggota persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia.

b) Pemeriksaan Kelengkapan Persyaratan Pendaftaran Merek

Permohonan dapat diajukan dengan memenuhi semua kelengkapan persyaratan pendaftaran merek sebagaimana yang telah disebutkan dalam pengajuan pendaftaran, apabila terdapat kekurangan kelengkapan maka dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal penerimaan, pemohon akan diberi waktu untuk melengkapi persyaratan tersebut dalam jangka waktu paling lama 2 (dua) bulan sejak pemberitahuan.

Kelengkapan persyaratan permohonan yang belum dapat dipenuhi dalam waktu 2 (dua) bulan karna bencana alam atau keadaan memaksa diluar kendali manusia, maka pemohon atau kuasanya dapat mengajukan permohonan tertulis untuk meminta perpanjangan jangka waktu agar dapat memenuhi kelengkapan persyaratan tersebut.

c) Pengumuman Permohonan

Pengumuman permohonan pendaftaran merek akan diumumkan oleh menteri dalam berita resmi merek dalam jangka waktu 15 (lima belas) hari sejak tanggal penerimaan permohonan. Pengumuman tersebut akan diberitakan selama 2 (dua) bulan dan diterbitkan secara berkala

oleh menteri melalui sarana elektronik ataupun non-elektronik.

Pengumuman dilakukan dengan mencantumkan nama dan alamat pemohon atau kuasa, kelas dan jenis barang dan/atau jasa, tanggal penerimaan, label merek, termasuk keterangan mengenai warna dan jika label merek menggunakan bahasa asing dan/atau huruf selain huruf latin dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, disertai terjemahannya kedalam bahasa Indonesia, huruf latin atau angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapannya.

d) Keberatan dan Sanggahan

Keberatan dapat diajukan oleh semua pihak secara tertulis kepada menteri atas permohonan yang bersangkutan dengan dikenai biaya, dalam jangka waktu pengumuman permohonan. Keberatan tersebut dapat diajukan jika terdapat alasan yang cukup dan di sertai bukti bahwa merek yang dimohonkan pendaftarannya adalah merek yang tidak dapat didaftarkan atau ditolak berdasarkan Undang-Undang. Dalam waktu paling lama 14 (empat belas) hari sejak tanggal penerimaan keberatan, maka salinan surat yang berisikan keberatan tersebut dikirimkan kepada pemohon atau kuasanya.

Pemohon atau kuasa berhak untuk mengajukan sanggahan terhadap keberatan kepada menteri, sanggahan tersebut dapat diajukan secara tertulis dalam waktu paling lama 2 (dua) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan salinan keberatan yang disampaikan oleh menteri.

6. Pemeriksaan Substantif Merek dan Perbaikan Sertifikat

Pemeriksaan substantif merupakan pemeriksaan yang dilakukan oleh pemeriksa terhadap permohonan pendaftaran merek. Segala keberatan dan/atau sanggahan dalam proses permohonan pendaftaran merek menjadi pertimbangan dalam pemeriksaan substantif.

Pemeriksaan substantif dilakukan dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal berakhirnya pengumuman apabila tidak terdapat keberatan. Namun apabila terdapat keberatan maka pemeriksaan substantif akan dilakukan 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal berakhirnya batas waktu penyampaian sanggahan. Pemeriksaan substantif diselesaikan dalam jangka waktu paling lama 150 (seratus lima puluh) hari. Apabila diperlukan untuk melakukan pemeriksaan substantif, dapat ditetapkan tenaga ahli pemeriksa merek diluar pemeriksa. Hasil pemeriksaan substantif yang dilakukan oleh tenaga ahli pemeriksa merek diluar pemeriksa dapat dianggap sama dengan hasil pemeriksaan substantif yang dilakukan oleh pemeriksa dengan persetujuan menteri. Dalam hal pemeriksa memutuskan permohonan dapat didaftar, maka menteri mendaftarkan merek, memberitahukan pendaftaran merek tersebut kepada pemohon atau kuasa, menerbitkan sertifikat merek dan mengumumkan pendaftaran merek dalam berita resmi baik secara elektronik maupun non-elektronik.

Permohonan tidak dapat didaftarkan atau ditolak oleh pemeriksa maka menteri akan memberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasa dengan menyebutkan alasannya. Sejak tanggal pengiriman surat

pemberitahuan pemohon atau kuasanya dapat menyampaikan tanggapan secara tertulis dengan menyebutkan alasannya dalam jangka waktu paling 30 (tiga puluh) hari. Apabila pemohon atau kuasa tidak menyampaikan tanggapan maka menteri akan menolak permohonan tersebut. Apabila pemohon atau kuasanya menyampaikan tanggapan dan pemeriksa memutuskan tanggapan tersebut diterima maka menteri akan melaksanakan ketentuan dalam Pasal 24 ayat (1) Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yaitu mendaftarkan merek, memberitahukan pendaftaran merek kepada pemohon atau kuasanya selanjutnya menerbitkan sertifikat merek dan mengumumkan pendaftaran merek dalam berita resmi merek secara elektronik maupun non-elektronik. Jika pemohon menyampaikan tanggapan dan pemeriksa memutuskan tanggapan tersebut tidak dapat diterima maka menteri menolak permohonan tersebut. Penolakan permohonan akan diberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya dengan menyebutkan alasan penolakan. Dalam hal terdapat keberatan, maka menteri akan menyampaikan tembusan surat pemberitahuan pendaftaran atau penolakan tersebut kepada pihak yang mengajukan keberatan.

Sertifikat merek diterbitkan oleh menteri sejak merek tersebut terdaftar. Sertifikat merek memuat nama dan alamat lengkap pemilik merek yang mendaftarkan, nama dan alamat lengkap kuasa apabila permohonan dilakukan melalui kuasa, tanggal penerimaan, nama Negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas, label merek yang didaftarkan termasuk keterangan mengenai

macam warna, dan jika merek menggunakan bahasa asing, huruf selain huruf latin, dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapannya dalam ejaan lain, selain itu sertifikat juga memuat nomor dan tanggal pendaftaran, kelas dan jenis barang dan/atau jasa yang mereknya didaftarkan serta jangka waktu berlakunya pendaftaran merek tersebut.

Sertifikat merek yang telah diterbitkan namun tidak diambil oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu paling lama 18 (delapan belas) bulan sejak tanggal penerbitan sertifikat, maka merek yang telah terdaftar dianggap ditarik kembali dan dihapuskan.

Pemilik merek terdaftar atau kuasanya dapat mengajukan permohonan perbaikan sertifikat secara tertulis kepada menteri apabila terdapat kesalahan sertifikat tanpa dikenai biaya. Namun apabila kesalahan sertifikat merek disebabkan oleh kesalahan pemohon dalam proses mengajukan permohonan pendaftaran merek, maka perbaikan sertifikat akan dikenai biaya.

7. Merek Yang Tidak Dapat Didaftarkan dan Ditolak

Pasal 20 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis dalam menyebutkan, merek yang telah diajukan pendaftarannya namun merek tersebut tidak dapat didaftarkan apabila:

- a) Bertentangan dengan ideologi Negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum.
- b) Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

- c) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- d) Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi.
- e) Merek tersebut tidak memiliki daya pembeda.
- f) Merek yang diajukan merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Permohonan pendaftaran merek akan ditolak apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan hal berikut:

- a) Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
- b) Memiliki persamaan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
- c) Memiliki persamaan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu.
- d) Memiliki kesamaan dengan indikasi geografis terdaftar.

Permohonan pendaftaran dapat ditolak jika merek tersebut merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau badan hukum yang dimiliki oleh orang lain kecuali dengan persetujuan tertulis dari yang memiliki hak, suatu merek tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu Negara atau lembaga Negara

nasional maupun internasional, dan meniru atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh Negara atau lembaga pemerintah kecuali atas persetujuan penulis dari pihak yang berwenang. Selain itu, permohonan juga dapat ditolak apabila pemohon yang mengajukan tidak memiliki itikad yang baik. Merek yang didaftarkan menjadi nama generik dapat diajukan permohonan merek oleh setiap pelaku usaha dengan menggunakan nama generik tersebut sepanjang memiliki unsur pembeda.

8. Pengalihan Hak dan Lisensi

a) Pengalihan

Hak atas merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena pewarisan, wasiat, wakaf, hibah, perjanjian atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Pengalihan hak atas merek terdaftar oleh pemilik merek yang lebih dari satu merek terdaftar yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis hanya dapat dilakukan jika semua merek terdaftar dialihkan kepada pihak yang sama. Pengalihan hak atas merek terdaftar dimohonkan pencatatannya kepada menteri. Permohonan pengalihan hak merek disertai dengan dokumen-dokumen pendukung. Pengalihan hak atas merek terdaftar yang telah dicatatkan berikutnya diumumkan dalam berita resmi merek, apabila tidak dicatatkan maka tidak berakibat hukum kepada pihak ketiga. Pencacatan pengalihan hak atas merek akan dikenai biaya. Pengalihan hak dapat dilakukan pada saat proses permohonan pendaftaran merek.

b) Lisensi

Pemilik merek terdaftar dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa. Perjanjian lisensi berlaku diseluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, kecuali bila diperjanjikan lain. Perjanjian lisensi wajib dimohonkan pencatatannya kepada Menteri dengan dikenai biaya. Setelah perjanjian dicatatkan oleh Menteri dan maka akan diumumkan dalam berita resmi merek. Perjanjian lisensi apabila tidak dicatatkan tidak berakibat hukum pada pihak ketiga. Perjanjian lisensi dilarang memuat ketentuan baik yang langsung maupun tidak langsung yang menimbulkan akibat yang merugikan perekonomian Indonesia atau memuat pembatasan yang menghambat kemampuan bangsa Indonesia dalam menguasai dan mengembangkan teknologi. Pemilik merek terdaftar yang telah memberikan lisensi kepada pihak lain tetap dapat menggunakan sendiri atau memberikan lisensi kepada pihak ketiga untuk menggunakan merek tersebut, kecuali diperjanjikan lain. Penggunaan merek terdaftar di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia oleh penerima lisensi dianggap sama dengan penggunaan merek tersebut oleh pemilik merek.

9. Penghapusan dan pembatalan pendaftaran merek

a) Penghapusan

Penghapusan merek terdaftar dapat diajukan oleh pemilik merek yang bersangkutan kepada menteri. Permohonan penghapusan dapat diajukan oleh pemiliki merek atau melalui kuasanya, baik untuk sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa. Hak merek yang masih terikat perjanjian lisensi,

penghapusan hanya dapat dilakukan jika disetujui secara tertulis oleh penerima lisensi. Penghapusan pendaftaran merek dicatat dan diumumkan dalam berita resmi merek. Pemilik merek yang keberatan terhadap keputusan penghapusan merek terdaftar atas prakarsa menteri dapat mengajukan gugatan melalui Pengadilan Tata Usaha Negara.

b) Pembatalan

Gugatan pembatalan merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak. Pemilik merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan setelah mengajukan permohonan kepada menteri. Gugatan pembatalan pendaftaran merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran merek. Gugatan pembatalan dapat diajukan tanpa batas waktu jika terdapat unsur itikad tidak baik dan/atau merek yang bersangkutan bertentangan dengan ideologi Negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum.

B. Tinjauan Umum Tentang Industri Rumah Tangga atau *Home Industry*

1. Pengertian Industri Rumah Tangga

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi lagi penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun industri dan perkerjasama industri.²³⁾

Pengertian yang dikemukakan oleh Kartasapoetra bahwa industri adalah sebuah kegiatan mengolah bahan baku agar menjadi sebuah barang yang memiliki

²³⁾Kartasapoetra, *Teknologi Konservasi Tanah dan Air*, Rineka Cipta, Jakarta, 2000, hlm 23.

nilai lebih tinggi, maka industri akan sangat berguna bagi kegiatan perdagangan barang maupun jasa. Pada mulanya, industri hanya ditemukan di pabrik-pabrik besar, namun kini sudah banyak yang menciptakan industri rumahan dengan cakupan yang lebih kecil daripada pabrik seperti yang dikemukakan oleh Kimbal.

Pengertian industri rumah tangga disebut pula sebagai suatu kegiatan keluarga, yaitu sebagai unit-unit konsumtif dan produktif yang terdiri dari paling sedikit 2 (dua) anggota rumah tangga yang sama, sama-sama menanggung pekerjaan, makanan dan tempat berlindung.²⁴⁾

Industri rumah tangga yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari 4 (empat) orang. Industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya industri anyaman, industri kerajinan, industri tempe, tahu dan industri makanan ringan.²⁵⁾

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) menurut Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah yaitu suatu entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih antara Rp. 200.000.000,- sampai dengan Rp. 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan bersih tahunan sekitar Rp. 1.000.000.000,-.²⁶⁾

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyebutkan:

²⁴⁾Kimbal.R.W, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*, Depublis, Yogyakarta, 2015, hlm 27.

²⁵⁾ Daud Sajo, "Pengertian Industri dan Klarifikasi Industri", <https://Scribd.Com/Document/343788171/Pengertian-Industri-Dan-Klasifikasi-Industri> 25 April 2020 pukul 15:09

²⁶⁾ Endang Purwaningsih, Muslikh, Nurul Fajri Chikmawati, *Op. Cit.*, hlm 102.

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Karakter Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bersifat padat karya, dan jika dikembangkan serta dikelola secara baik dan profesional akan dapat menyerap banyak tenaga kerja dan menyediakan lapangan pekerjaan yang akan berdampak pada peningkatan kondisi sosial ekonomi masyarakat.²⁷

2. Fungsi Industri Rumah Tangga

Home industry atau industri rumah tangga dapat memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat serta dapat meningkatkan pula pendapatan keluarga, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Suryana menuturkan, fungsi industri rumah tangga adalah sebagai berikut:²⁸⁾

- 1) Memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, produksi, penyalur, dan pemasaran bagi hasil produk-produk industri besar. Usaha kecil berfungsi sebagai transformator antar sektor yang mempunyai kaitan ke depan maupun ke belakang.
- 2) Meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada. Usaha kecil sangat fleksibel karena dapat menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal serta meningkatkan sumber daya manusia agar dapat menjadi wirausaha yang tangguh.

²⁷⁾ *Ibid*, hlm 104.

²⁸⁾ Suryana, *kewirausahaan pedoman praktis kiat dan proses menuju sukses*, salemba empat, Jakarta, 2006.

- 3) Sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar diperkotaan maupun pedesaan.

3. Manfaat Industri Rumah Tangga

Industri rumah tangga sangat bermanfaat bagi masyarakat, khusus bagi golongan ekonomi lemah karena sebagian besar pelaku industri kecil adalah masyarakat dalam golongan tersebut. Adapun beberapa manfaat dari adanya industri rumah tangga yaitu:

- a. Dapat memberikan lapangan kerja untuk penduduk yang umumnya tidak bekerja secara utuh.
- b. Dapat memberikan pendapatan tambahan tidak hanya bagi pekerja atau kepentingan keluarga namun anggota keluarga lain juga.
- c. Mampu memproduksi barang-barang keperluan penduduk dengan harga jual yang lebih murah dibandingkan dengan industri besar.

Industri rumah tangga mempunyai kedudukan yang penting dalam sektor perekonomian yaitu dapat memberikan manfaat dari segi sosial yang sangat berperan aktif dalam perekonomian. Beberapa manfaat lain dari industri rumah tangga bagi perekonomian adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan peluang usaha yang luas namun dengan pembiayaan yang relatif murah.
- b. Mengambil peranan dalam peningkatan dan mobilitas tabungan domestik.
- c. Mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri sedang dan besar.

- d. Mendorong munculnya kewirausahaan domestik sekaligus menghemat sumber daya Negara.
 - e. Menggunakan teknologi padat karya, sehingga dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja dibandingkan yang disediakan oleh perusahaan berskala besar.
 - f. Mendorong proses desentralisasi inter regional dan intra regional, karena usaha kecil industri rumah tangga dapat berlokasi di kota-kota kecil dan pedesaan.
4. Perlindungan Hukum Dibidang Merek
- a) Perlindungan Hukum Merek Hak Merek Di Indonesia

Kebutuhan adanya perlindungan hukum atas merek semakin berkembang pesat setelah banyaknya orang yang melakukan peniruan terhadap suatu produk. Terlebih setelah dunia perdagangan semakin maju, serta alat transportasi yang semakin baik, dan dengan dilakukannya promosi maka wilayah pemasaran barang pun menjadi lebih luas. Merek menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dapat membedakan asal usul dan kualitas suatu produk serta untuk menghindari peniruan.²⁹⁾

Merek akan mendapatkan perlindungan hukum apabila merek tersebut telah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, sebagaimana telah disebutkan dalam Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang telah didaftarkan akan memiliki hak eksklusif untuk melarang pihak ketiga yang tanpa izin dan tanpa sepengetahuan pemilik merek tersebut untuk memakai merek yang sama untuk barang dan/atau jasa yang telah didaftarkan lebih dahulu.

²⁹⁾Erna Wahyuni, dkk, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, Yayasan Pembaruan Administrasi Publik Indonesia, Yogyakarta, 2002, hlm 2.

Hak khusus yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang telah didaftarkan meliputi:³⁰⁾

- a. Menciptakan Hak Tunggal (*sole or single right*)
Hukum atau Undang-Undang memberikan hak tersendiri kepada pemilik merek. Hak itu terpisah dan berdiri sendiri secara utuh tanpa campur tangan pihak lain.
- b. Mewujudkan Hak Monopoli (*monopoly right*)
Meniru, memakai, dan mempergunakan dalam perdagangan barang dan/atau jasa tanpa izin pemilik merek sangat dilarang.
- c. Memberi Hak Paling Unggul (*superior right*)
Hak superior merupakan hak yang diberikan oleh doktrin, hak yang paling unggul bagi pendaftar nama. Oleh karena itu, pemegang hak khusus atau suatu merek menjadi unggul dari merek orang lain untuk dilindungi.

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*.³¹⁾ Maksudnya, merek hanya mendapatkan perlindungan apabila merek tersebut telah didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian hukum dan HAM dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

Orientasi kewirausahaan bagi pelaku industri rumah tangga berkaitan langsung dengan pengambilan keputusan *entrepreneurial* yang ditandai dengan preferensi terhadap *innovativeness*, *risk taking* (keberanian mengambil risiko), dan proaktif (*proactiveness*). Sikap proaktif merupakan tindakan mencari peluang pasar terus menerus dan eksperimen dengan menggunakan respon yang potensial terhadap kecenderungan perubahan lingkungan.³²⁾ Selain itu pelaku usaha industri rumah tangga juga harus proaktif terhadap perlindungan merek produk

³⁰⁾Sudargo Gautama, *Hak Merek Dagang Menurut Perjanjian TRIPs-GATT dan Undang-Undang Merek RI*, Citra Aditya, Bandung, 1994, hlm19.

³¹⁾Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Jakarta, 2017, hlm 54.

³²⁾Endang Purwaningsih, Muslikh, Nurul Fajri Chikmawati, *Op. Cit.*, hlm 105.

yang dimilikinya agar terhindar dari kerugian atau sengketa yang akan terjadi dimasa yang akan datang.

Industri rumah tangga yang memiliki suatu produk baik barang ataupun jasa yang menggunakan merek namun merek tersebut tidak didaftarkan, maka pelaku usaha industri rumah tangga tersebut dapat kehilangan perlindungan hukum atas merek suatu produknya. Perlindungan hukum terhadap hak merek dibutuhkan untuk menjamin kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek atau pemegang merek, dapat mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas hak merek, dan memberikan manfaat kepada masyarakat banyak agar lebih terdorong mendaftarkan merek.

Hak kekayaan intelektual memiliki hubungan yang sangat erat dengan produk perdagangan. Hal tersebut telah disebutkan dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yaitu bahwa didalam era perdagangan global, sejalan dengan internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek dan indikasi geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan usaha mikro, kecil, dan menengah dan industri dalam negeri.

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis menjadi salah satu cara pemerintah dalam melindungi usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) melalui perlindungan kekayaan intelektual yang berupa merek. Pengakuan merek yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) maka industri besar ataupun para pelaku usaha yang memiliki itikad baik, tidak dapat mengambil kekayaan intelektual milik pelaku usaha lain yang telah

terdaftar dan dilindungi oleh pemerintah. Apabila terjadi pelanggaran terhadap hak atas merek yang telah didaftarkan maka pemegang hak tersebut dapat melakukan pengajuan gugatan baik pidana maupun perdata, sebagaimana yang telah termuat dalam Pasal 83 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.

b) **Jangka Waktu Perlindungan dan Perpanjangan Merek Yang Telah Terdaftar**

Merek yang telah habis masa perlindungannya menurut Ahmadi Miru, dapat diajukan perpanjangan, perpanjangan mana dapat ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal milik orang lain.

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan merek yang telah terdaftar akan mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan, dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. Permohonan perpanjangan dapat diajukan secara elektronik maupun non-elektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik merek ataupun kuasanya dalam waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek yang telah terdaftar dengan dikenai biaya. Apabila perpanjangan diajukan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan maka akan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.

Permohonan perpanjangan akan disetujui apabila pemohon dapat melampirkan surat pernyataan tentang merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang dan/atau jasa sebagaimana yang tercantum dalam sertifikat merek dan barang atau jasa tersebut masih diproduksi dan/atau

diperdagangkan. Apabila ketentuan yang diajukan tidak memenuhi maka permohonan dapat ditolak dan akan diberitahukan kepada pemilik merek atau kuasanya dengan menyebutkan alasannya secara tertulis.

Perpanjangan merek terdaftar yang berupa logo atau lambang suatu perusahaan tidak memerlukan prosedur tersebut, namun cukup dengan melakukan pembayaran biaya perpanjangan merek terdaftar dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya waktu perlindungan merek yang telah terdaftar, sepanjang tidak terjadi sengketa terhadap perpanjangan merek. Apabila terjadi sengketa, maka penetapan pendaftaran perpanjangan merek dapat diundur dan akan ditetapkan setelah memiliki putusan yang berkekuatan hukum tetap, setelah perpanjangan jangka waktu perlindungan disetujui maka akan dicatat dan diumumkan dalam berita resmi merek serta akan diberitahukan kepada pemilik merek secara tertulis.

Terhadap perubahan nama dan/atau alamat pemilik merek terdaftar harus diajukan permohonan kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pencatatan perubahan nama dan/atau alamat pemilik merek terdaftar dikenai biaya pencatatan untuk dicatat dalam Daftar Umum Merek dengan disertai salinan yang sah mengenai bukti pencatatan yang untuk selanjutnya diumumkan dalam Berita Resmi Merek.