

**PENGUNAAN MEREK KOLEKTIF SEBAGAI ALTERNATIF
PERLINDUNGAN MEREK BAGI KEPENTINGAN BERSAMA
(STUDI KASUS MEREK GENTENG SOKKA KEBUMEN)**

Oleh : Mastur, SH, MH

Dosen Fak. Hukum Universitas Wahid Hasyim
email : Mastur_unwahas@yahoo.com

Abstract

On the global and free trade era, mark has urgent role on determining equal regulation system because the system could be prevented if there is fair and health competitive business. Genteng Sokka, merek of tile from Kebumen, is one item example. The matter in this research is if collective mark could be used as mark law protection alternative, and response of Kebumen regent government on the using of it. The meant of the research is to know and analysis using of collective mark as mark law protection alternative , how the regent government on the collective mark. The research used empiris juridical method with specification analytic description, the writer explain ababout mmrk collective making as the alternative so it could decrease of competitive level, and ho regent government attitude this mark. From the research, could be argued if the collective mark could be used as alternative, because the property is owned by small medium enterprises, non fair competitive among the owners could limited. The contribution to devolepment is significant employment and investment so genteng Sokka could be potencial industry in Kebumen Regent. Dissemination the urgent of protection mark must be done so every owner of genteng Sokka could understand how urgent of protection.

Keywords : Protection mark, collective mark, protection mark alternative

A. PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak yang muncul karena hasil kreatifitas intelektual seseorang, dengan bentuk nyata ada dimensi fisiknya, ada kreatifitasnya, sehingga bukan hanya sekedar ide, gagasan, konsep, fakta tertentu yang tidak mempunyai dimensi fisik. Apabila diperhatikan dalam sistem hukum Perdata di Indonesia, HKI masuk dalam hukum harta kekayaan yang terdiri dari dua bagian yaitu hukum perikatan (pasal 1233 KUH Perdata dan hukum benda pasal 499 KUH Perdata). Pada

konsep harta kekayaan, setiap benda selalu ada pemiliknya, setiap pemilik benda mempunyai hak atas benda miliknya, yang biasanya disebut “ Hak Milik “ dengan demikian pemilik berhak untuk menikmati dan menguasai benda tersebut sepenuhnya.

Hak Kekayaan Intelektual secara sederhana merupakan kekayaan yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia. Karya-karya yang timbul atau lahir dari kemampuan intelektual manusia dapat berupa karya-karya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Karya-karya tersebut dilahirkan atau dihasilkan atas kemampuan intelektual manusia melalui curahan waktu, tenaga, pikiran, daya cipta, rasa dan karsanya. HKI merupakan hak yang berasal dari karya, karsa, dan daya cipta kemampuan intelektualitas manusia yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia dan mempunyai nilai ekonomi. Bentuk nyata dari hasil karya, karsa, dan daya cipta intelektualitas manusia tersebut dapat berupa ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan sastra. HKI pada dasarnya bisa dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok karya cipta yang meliputi ; Ilmu pengetahuan, seni, sastra dan kelompok Hak milik Industri yaitu Paten, Merek, Desain Industri, Rahasia Dagang, Desain dan Varietas Tanaman.

Pemahaman dan kesadaran masyarakat luas tentang Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia masih sangat kurang, tidak untuk saling menyalahkan tapi inilah potret yang kini dirasakan bangsa kita, bangsa yang kaya dengan asset dan kaya dengan karya-karya intelektual yang tinggi, tapi belum juga sadar akan pentingnya perlindungan HKI khususnya dibidang merek. Masyarakat Kebumen yang belum tahu akan pentingnya perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual sehingga banyak sekali terjadi pelanggaran-pelanggaran dibidang HKI baik yang disengaja maupun tidak disengaja khususnya dibidang merek. Kabupaten Kebumen sudah lama dikenal diseluruh Propinsi Jawa Tengah menjadi pusat sentra produk Genteng Sokka. Masyarakat umum disekitar Kabupaten Kebumen sudah tahu bahwa bicara masalah Genteng pasti teringat Genteng merek Sokka Kebumen. Karena didaerah Kebumen khususnya di daerah-daerah

tertentu seperti Kecamatan Pejagoan, Sruweng, Klirong, Adimulyo, Buluspesantren merupakan pusat-pusat industri genteng sokka yang menjadi salah satu andalan industri daerah yang banyak menyerap tenaga-tenaga kerja disekitarnya.

Namun dibalik banyak sentra-sentra Industri Genteng Sokka di Kabupaten Kebumen pemahaman akan pentingnya perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual terutama bidang merek masih sangat rendah, Apabila Hal ini bisa dilihat ribuan sentra-sentra Industri Genteng merek Sokka hanya beberapa orang yang telah mendaftarkan mereknya dan memiliki Sertifikat Merek dari Direktorat Jenderal HKI. Namun sebagian besar para pemilik sentra-sentra Industri Genteng sokka belum mengetahui dan memahami akan pentingnya perlindungan merek dagang mereka untuk kepastian hukum. Sebenarnya peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengatur tentang Merek sudah ada dan cukup lengkap seperti Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, namun masih banyaknya para produsen merek genteng sokka tidak segera mendaftarkan mereknya.

B. PERMASALAHAN

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Aturan Hukum merek yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 sudah memberikan Perlindungan Hukum terhadap pemilik merek genteng Soka yang sudah terdaftar ?
2. Apakah merek kolektif dapat dijadikan alternatif perlindungan merek genteng Sokka Kebumen?

C. METODE PENELITIAN

1. Metode Pendekatan

Berdasarkan dengan permasalahan yang dikemukakan maka penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis empirik, karena dalam penelitian ini tekanannya pada aspek hukum sebagai suatu sikap masyarakat terhadap hukum dan sistem hukum sebagai contoh nilai-nilai, ide-ide, kepercayaan ataupun harapan-harapan yang pada akhirnya dengan kekuatan-kekuatan sosial akan dapat menentukan

bagaimana hukum tersebut tersebut ditaati, dilanggar ataupun disimpangi, atau dapat dikatakan dengan yuridis sosiologis, hukum tak hanya dipandang sebagai peraturan-peraturan atau kaidah-kaidah saja akan tetapi juga meliputi bekerjanya hukum dalam masyarakat.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi Penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Analitis yaitu menggambarkan keadaan dari obyek yang diteliti dan sejumlah faktor-faktor yang mempengaruhi data yang diperoleh itu dikumpulkan, disusun, dijelaskan, kemudian dianalisis.¹ Penelitian ini dikatakan deskriptif karena hasil-hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara menyeluruh dan sistematis mengenai perlindungan hukum terhadap merek genteng Sokka dengan merek kolektif yang ada di Kabupaten Kebumen.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian studi kasus dikenal subyek penelitian dan objek penelitian. Penentuan responden dilakukan dengan *purposive sampling*² yaitu memasukkan ciri-ciri tertentu dari responden dari kelompoknya. Adapun responden yang akan diambil penelitian ini yaitu :

- a. Para pemilik Produk genteng merek Sokka yang terdaftar dan belum terdaftar.
- b. Para Pengepul atau Penampung merek Genteng Sokka
- c. Perangkat Pemerintah Daerah yang terkait seperti Pemda Kab Kebumen, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi

Objek penelitian merupakan sasaran penelitian mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini, penulis menetapkan objek penelitian yaitu merek Genteng Sokka yang merupakan objek pelanggaran merek.

4. Metode Pengumpulan Data

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara interview atau wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan langsung

¹Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali Press, 1998), hal. 35

²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2006, hal 112

kepada responden. Sifat interview adalah bebas terpimpin .

- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh berdasarkan studi kepustakaan dimaksudkan untuk membandingkan antara teori dan kenyataan yang terjadi dilapangan.

Data skunder dalam penelitian ini mencakup :

1. Bahan hukum primer yaitu yaitu peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang No 15 tahun 2001 tentang merek.
2. Bahan hukum skunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, misalnya hasil penelitian, hasil karya ilmiah para sarjana, artikel-artikel, internet, buku-buku yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan yang akan diteliti.
3. Bahan hukum tersier, yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, contohnya adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, Kamus Bahasa Inggris, serta Kamus Bahasa Belanda.

5. Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif yang dipadukan dengan metode kuantitatif. Analisis data kualitatif adalah suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis/lisan dan juga perilakunya yang nyata, diteliti, dan dipelajari secara utuh.

Penelitian ini juga menggunakan metode analisis kuantitatif. Data penelitian kuantitatif diperoleh dengan melakukan pengukuran atas variabel yang sedang ditelitinya. Dengan begitu ada satu aktivitas sangat penting dalam proses awal pengumpulan data adalah membuat instrumen atau skala penelitian.³

³Muhammad Idrus, *Op.cit*, Hal 42.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum Merek Genteng Sokka Kebumen

Salah satu industri yang ada di Kabupaten Kebumen yang sudah terkenal diseluruh Jawa Tengah, Jawa Timur dan wilayah sekitarnya yaitu Sentra Indutri Genteng merek Sokka yang tersebar hampir diseluruh wilayah Kabupaten Kebumen. Sentra-sentra industri genteng merek Sokka sebagian besar dimiliki dan kelola *home industry* dan sebagian dimiliki oleh pengusaha menengah, pengusaha kecil. Sentra-sentra Industri genteng merek Sokka di Kabupaten Kebumen mencapai ratusan sentra-sentra industri-industri genteng Sokka yang tersebar hampir diseluruh wilayah Kebumen terutama Kecamatan Pejagoan, Sruweng, Klirong, Adimulyo, Buluspesantren merupakan pusat-pusat industri genteng sokka yang menjadi salah satu andalan industri daerah Kebumen yang banyak menyerap tenaga-tenaga kerja disekitarnya. Banyaknya industri genteng merek Sokka di Kebumen tidak terlepas dari kondisi Sumber Daya Alamnya yang mendukung yaitu tanahnya yang baik dan cocok untuk bahan dasar produk genteng.

Asal-usul genteng Kebumen menggunakan merek Sokka sebenarnya kata Sokka merupakan nama daerah yang terdapat Pabrik Tebu peninggalan Penjajah Hindia Belanda yang ada dipertigaan Pejagoan dan Kedawung yang sampai sekarang dijadikan nama jalan. Industri-industri Genteng yang ada di Kebumen semuanya menggunakan kata Sokka. Gema industri genteng Kebumen dengan nama produk genteng merek Sokka memang cukup lama dikenal di Jawa Tengah. Namanya disejajarkan dengan industri genteng terkenal lainnya, seperti genteng Jatiwangi asal Majalengka, Jawa Barat. Hanya saja genteng Sokka masih memiliki kelemahan pada teknik pencetakan yang tradisional. Industri genteng yang juga mengandalkan sumber daya alam ini, secara eksternal cukup positif karena memunculkan nama Kebumen di pasar genteng nasional khususnya di Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Sentra-sentra Industri genteng merek Sokka di Kabupaten Kebumen mencapai ratusan sentra-sentra industri-industri genteng Sokka yang tersebar hampir diseluruh wilayah Kebumen yang sebagian masih berbentuk Industri Kecil dan Menengah. Banyaknya industri genteng merek Sokka di Kebumen tidak terlepas dari kondisi Sumber

Daya Alam sekitarnya mendukung tetap eksisnya genteng merek Sokka diantaranya tanahnya yang baik dan cocok untuk bahan dasar produk genteng. Wilayah Kebumen sebagai sentra Industri Genteng merek Sokka, masyarakat Kebumen umumnya dan khususnya para pengusaha genteng merek Sokka masih banyak yang belum mendaftarkan mereknya. Pendaftaran merek yang digunakan untuk mengidentifikasi barang dan jasa yang diproduksi atau didistribusi oleh perusahaan tertentu memberikan hak kepada perusahaan untuk menggunakan secara eksklusif mereknya. Pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mencegah pihak lain menggunakan mereknya tanpa ijin sebagai dasar perlindungan hukum merek genteng. Untuk tahu akan pentingnya perlindungan hukum dibidang Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek sehingga banyak sekali terjadi pelanggaran-pelanggaran dibidang HKI khususnya tentang merek baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Dalam memasuki pasar bebas perlindungan akan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia perlu perhatian yang serius dalam menghadapi arus globalisasi baik dibidang sosial, ekonomi, budaya dan bidang-bidang kehidupan lainnya. Namun para pemilik merek genteng Sokka masih sangat sedikit yang mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebagai dasar perlindungan merek genteng miliknya. Hal ini bisa dilihat dari Tabel berikut :

No	Nama Merek	Pemilik	Alamat	Kecamatan	Keterangan
1	MAS SOKKA	KHAYATUN MAS'UD	JABRES RT 01/03	SRUWENG	Terdaftar
2	IMAN SUPER	H. IMAN SUMARTO	KEDAWUNG RT RT 05/05	PEJAGOAN	Belum terdaftar
3	HM SOKKA	Ir. HARTONO	SRUWENG RT 03/01	SRUWENG	Terdaftar
4	MAS SOKKA	HJ. KHAYATUN MAS'U DI	JABRES RT 01/03	SRUWENG	Belum terdaftar
5	SUPER AM SOKKA	AHMAD MUNASIR	SRUWENG RT 01/04	SRUWENG	Belum terdaftar
6	KSI SOKKA	NY. ASEWI	KEDAWUNG RT 04/06	PEJAGOAN	Belum terdaftar
7	HB SOKKA	H. MOKHAMAD ANWAR	BUMIHARJO RT02/01	KLIRONG	Belum terdaftar
8	MUTIARA SOKKA	KUSWANTORO	KEBULUSAN RT 02/01	PEJAGOAN	Belum terdaftar
9	TH SOKKA	MARYATUN	KEDAWUNG RT 04/03	PEJAGOAN	Belum terdaftar
10	UD SUPER HM SOKKA	SUNARIYADI, SE	KEBULUSAN RT01/01	PEJAGOAN	Belum terdaftar
11	ADM SOKKA	ACHMAD DARWINTO	KEDAWUNG RT 04/01	PEJAGOAN	Belum terdaftar
12	SDN SOKKA	H SUDIMAN	KEDAWUNG RT 05/06	PEJAGOAN	Belum terdaftar
13	SUPER BM SOKKA	CHAERUDIN	MURTIREJO RT 01/05	KEBUMEN	Belum terdaftar
14	SBM SOKKA	KHAERODI	MURTIREJO RT 02/05	KEBUMEN	Belum terdaftar
15	SUPER SPN SOKKA	SITI PANITIAH	KEDAWUNG	PEJAGOAN	Belum terdaftar

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kebumen

Dari Tabel diatas dapat dilihat masih banyaknya merek genteng Sokka Kebumen yang belum didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Kebanyakan para pengusaha-pengusaha genteng yang sebagian besar usaha menengah kecil dan Industri Rumah Tangga hanya memiliki Surat ijin Usaha dan Produksi dari Instansi yang berwenang, dan banyak juga yang tidak memiliki ijin sama sekali.

Ada beberapa alasan-alasan para pemilik usaha merek genteng sokka tidak mendaftarkannya mereknya antar lain :

1. Tidak mengetahui adanya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terutama dibidang merek.
2. Belum mengetahui adanya Undang-Undang No 15 tahun 2001 yang mengatur tentang merek.
3. Masih kurangnya perhatian dari pemerintah daerah dalam koordinasi dan sosialisasi tentang pentingnya perlindungan merek.
4. Masih jarang terjadinya sengketa tentang merek sehingga para pengusaha pemilik merek genteng sokka belum merasakan pentingnya perlindungan merek.
5. Apabila terjadi sengketa tentang merek biasanya tidak sampai ke Pengadilan, biasanya diselesaikan musyawarah dan kekeluargaan sudah selesai.

a. Perlindungan Hukum Merek dalam Undang-Undang No 15 tahun 2001

1. Sejarah Pengaturan Perundang-undangan tentang Merek

Indonesia mengenal hak merek pertama kali pada saat penjajahan Belanda dengan dikeluarkannya Undang-Undang Hak milik perindustrian yaitu dalam “ Reglement Industriële Eigendom Kolonien “ Stb 1912 – 545 jo Stb 1913 – 214 , kemudian pada jaman penjajahan Jepang dikeluarkan peraturan merek yang dikenal dengan osamu Seirei Nomor 30 tentang menyambung pendaftaran cap dagang yang mulai berlaku pada tanggal 1 bulan 9 tahun Syowa (2603) kemudian peraturan tersebut diganti dengan Undang-undang Nomor 21 tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan Sebelum tahun 1961, Undang-undang Merek Kolonial Belanda tahun 1912 tetap berlaku sebagai akibat dari penerapan pasal-pasal peralihan dalam UUD 1945 dan Undang Dasar RIS

1949 serta UUD Sementara 1950. Undang-Undang merek 1961 kemudian menggantikan Undang-Undang merek Kolonial. Namun sebenarnya UU tahun 1961 hanya merupakan ulangan dari Undang-undang sebelumnya.

Pada Tahun 1992 Undang- Undang merek merek baru diundangkan dan berlaku mulai tanggal 1 April 1993, menggantikan Undang-Undang merek tahun 1961. Dengan adanya Undang-Undang baru tersebut, surat keputusan administratif yang terkait dengan prosedur pendaftaran merek dibuat. Berkaitan dengan kepentingan reformasi Undang-Undang merek, Indonesia turut serta meratifikasi Perjanjian merek WIPO (*World Intellectual Property Organization*).

Pada tahun 1997 Undang- undang merek tahun 1992 diubah dengan mempertimbangkan pasal-pasal dari perjanjian Internasional tentang Aspek-aspek yang terkait dengan perdagangan dari Hak Kekayaan Intelektual yaitu TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*). Dalam pasal-pasal tersebut memuat perlindungan atas indikasi asal dan geografis. Dalam Undang-undang tahun 1997 juga mengubah ketentuan dalam Undang-undang sebelumnya dimana tentang penggunaan merek pertama di Indonesia berhak untuk mendaftarkan merek tersebut sebagai merek. Pada tahun 2001 berlaku Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 sebagai Undang-Undang merek yang baru menggantikan Undang-Undang Nomor 14 tahun 1997. Ada beberapa perubahan penting yang tercantum dalam Undang-Undang nomor 15 Tahun 2001 yaitu ; Penetapan sementara Pengadilan, perubahan delik biasa menjadi delik aduan, peran Pengadilan Niaga dalam memutuskan sengketa suatu perkara merek, kemungkinan penggunaan alternatif penyelesaian sengketa dan ketentuan pidana yang diperberat.

b. Ruang Lingkup Merek dalam Undang-Undang No 15 Tahun 2001

Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 pasal 1 (1) tentang merek, merek didefinisikan sebagai tanda yang terdiri : gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan

dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa .

Dalam pasal ini mengandung tiga rumusan yang perlu diperhatikan yaitu :

1. dilihat dari bentuk atau wujud merek sama dengan tanda yang terdiri dari beberapa unsur,
2. segi fungsinya merek sebagai daya pembeda
3. tujuan merek digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Sebuah merek dapat disebut merek apabila memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*), maksudnya tanda yang dipakai (*sign*) tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi sesuatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda ini, maka merek itu harus dapat memberikan penentuan atau "individualisering" pada barang atau jasa yang bersangkutan. Menurut pasal 1 angka 1 Undang-Undang No 15 Tahun 2001 tentang merek disebutkan bahwa :

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

Suatu merek agar memenuhi tujuannya serta mendapatkan perlindungan hukum maka perlu didaftarkan. Ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak pada dasarnya hampir sama dengan peraturan yang termuat dalam Undang-Undang No 19 tahun 1992 dengan Undang-undang No 15 tahun 2001 tentang merek yaitu sebagai berikut :

1. Merek yang tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur :
 - a. bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum;
 - b. tidak memiliki daya pembeda;
 - c. telah menjadi milik umum;
 - d. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftarannya.
2. Merek harus ditolak apabila :

- a. Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar terlebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis. Hal ini berarti adanya kesan yang sama antara lain mengenai bentuk, cara penempatan, atau kombinasi anatar unsur maupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek yang bersangkutan.
- b. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- c. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- d. Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, merek dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain yang sudah terkenal kecuali atas persetujuan tertulis.
- e. Lambang negara , bendera tanpa izin dari pemerintah
- f. Tanda atau cap atau stempel resmi tanpa persetujuan tertulis dari pihak berwenang.

Dari ketentuan pengertian merek serta persyaratan suatu merek agar dapat didaftarkan tersebut dapat disimpulkan bahwa sesuatu dapat dikategorikan dan diakui sebagai merek apabila :

1. Mempunyai fungsi pembeda (*Distinctive, distinguish*)
2. Merupakan tanda pada barang dagang atau jasa (unsur-unsur gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.
3. Tidak memenuhi unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum,
4. Bukan menjadi milik umum.
5. Tidak merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Merek berfungsi memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi pemilik merek, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang sarana promosi (*means of trade promotion*)

dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang dan jasa yang bersangkutan. Hal senada dikemukakan oleh Arthur R Miller dan Michael H Davis : ” The trademark function not to distinguish on the basis of origin but on the basis of the atributing to the product qualities of consumer preference based on advertising, its value to the owner is essentially good will”.⁴

Dalam dunia perdagangan global merek seringkali dijadikan sebagai salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan *good will* dimata konsumen dan sekaligus untuk sarana untuk memperluas pasaran suatu barang atau jasa ke seluruh dunia. Sehingga merek yang sudah mempunyai reputasi tinggi dan menjadikan *good will* bagi pemilik barang dan jasa, hal ini merupakan sesuatu yang tak ternilai harganya.

Merek juga dapat berfungsi merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. *Commercial Advisory foundation in Indonesian (CAFI)* mengakui bahwa masalah perekonomian Indonesia, terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha industri dalam rangka penanaman modal. Realisasi pengaturan merek tersebut juga akan sangat penting bagi kemandirian perkembangan perekonomian Indonesia jangka panjang serta sebagai sarana yang diperlukan dalam menghadapi mekanisme pasar yang bebas yang akan dihadapi dalam globalisasi pasar internasional seperti untuk menghadapi AFTA maupun NAFTA.

c. Jenis Merek

Jenis merek dapat dibedakan menjadi :

- 1) Merek Dagang : adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang dengan barang yang sejenisnya.
- 2) Merek Jasa adalah merek yang digunakan ada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang untuk

⁴Arthur R Miller, Michael Davis: Intellectual Property, Paten , Trademarks and Copyright, St. Paul Mina, West Publishing Co, 1990, Hal 131

membedakan jasa-jasa lainnya yang sejenis.

- 3) Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan beberapa orang 1) atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya (pasal 1 butir 2, 3 dan 4 Undang- undang merek.

Didalam konvensi Paris diatur mengenai merek kolektif, yang merupakan merek dari suatu perkumpulan atau asosiasi . Umumnya para asosiasi ini dari para produsen atau para pedagang dalam barang yang dihasilkan dalam suatu negara tertentu atau dari barang-barang dan jasa yang mempunyai ciri-ciri umum tertentu.

B. Merek Kolektif sebagai Alternatif Perlindungan Merek bagi Kepentingan Bersama

Pengertian merek kolektif menurut ketentuan yang lama yaitu pasal 1 angka 4 Undang-undang No 19 Tahun 1992 tentang merek yaitu :

”Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya”

Pengertian merek kolektif menurut Undang-Undang yang baru yaitu pasal 1 angka 4 Undang-Undang No 15 tahun 2001 tentang merek yaitu :

”Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang dan/atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya”

Dengan memakai kata dan/atau, maka dalam pengertiannya sekarang merek kolektif tersebut pemakaiannya lebih luas yaitu bahwa merek kolektif dapat dipakai pada barang juga jasa secara bersama-sama pada kedua-duanya, berbeda apabila memakai kata atau, maka pengertiannya hanya salah satu.

Peraturan penggunaan merek kolektif harus memuat :

1. Sifat, ciri-ciri umum atau mutu dari barang atau jasa yang

diproduksi dan diperdagangkannya akan menggunakan merek kolektif tersebut.

2. Ketentuan bagi pemilik merek kolektif untuk melakukan pengawasan yang efektif atas penggunaan merek tersebut dengan peraturan.
3. Sanksi atas penggunaan merek kolektif yang bertentangan dengan peraturan.

Pemilik merek kolektif terdaftar hanya dapat menggunakan merek tersebut bersama-sama dengan perusahaan, perkumpulan atau perhimpunan lain yang juga memakai merek kolektif yang bersangkutan, apabila hal tersebut dinyatakan dengan tegas persyaratannya dalam persetujuan penggunaan merek kolektif yang dijanjikan.

D. PENUTUP

Dalam era Globalisasi dan perdagangan global sekarang ini perlindungan akan Hak Kekayaan Intelektual sangat penting. Dengan tumbuh dan berkembangnya HaKI menimbulkan kebutuhan untuk melindungi atau mempertahankan terhadap hak tersebut. Perlindungan tentang Merek sebagai bagian dari HaKI sudah diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001. Dalam era perdagangan global, peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek yang sudah terdaftar.

Kebumen sebagai sentra Industri genteng merek Sokka diperlukan perlindungan hukum merek, bagi para pengusaha untuk kelangsungan usahanya. Masih kurangnya kesadaran pemilik merek genteng sokka di Kebumen disebabkan ketidaktahuan para pemilik merek Genteng Sokka Kebumen tentang adanya Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 yang mengatur tentang merek. Penggunaan merek kolektif dapat dijadikan alternatif perlindungan merek genteng Sokka bagi kepentingan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Prof Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni Bandung, 2006.
- Drs. Muhamad Djumhana, SH, *Hak Milik Intelektual*, Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- H.OK Saidin, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 2004
- R Soebekti dan R Tjitrosudibyo, *Kitab Undang – Undang Hukum Perdata*, Pradya Paramita, Jakarta, 1986
- W.R. Cornish, *Intellectual Property dalam Etty Susilowati*, “Kontrak Alih Teknologi Pada Industri Manufaktur”, Yogyakarta: Genta Press, 2007
- Roscou Pound, *Pengantar Filsafat Hukum (terjemahan Mohammad Radjab)* Cetakan Ketiga, Bharatara Karya Aksara, 1982
- WIPO, Bab II bagian B1.
- Soekardono, R : *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid I, Dian Rakyat, Jakarta 1983,
- Insan Budi Maulana; *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, Citra Aditya Bakti, Bandung 1997
- Wiratmo Dianggoro : *Pembaharuan UU Merek dan ampak Bagi Dunia Bisnis*, *Jurnal Hukum Bisnis*, Volume 2
- H.B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Hukum Kualitatif Bagian II*, UNS Press, Surakarta, 1998
- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu-ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*, UII Press, Yogyakarta, 2007
- Ahmadi Miru, SH, MS, *Hukum Merek Cara mudah mempelajari Undang-undang Merek*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta 2005
- Undang- undang No 15 Tahun 2001 tentang merek
- Undang- undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat
- Undang –undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Alternatif dan Penyelesaian Sengketa
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata
- Kitab Undang-undang Hukum Pidana