

# PEMANFAATAN MEREK UNTUK USAHA KECIL DAN MENENGAH

Sri Husnulwati \*)

## ABSTRAK

Merupakan suatu kekeliruan jika menganggap suatu merek hanya sekedar tanda biasa. Merek berfungsi agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik itu barang maupun jasa) yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya.

Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu akan membeli atau memakai kembali produk tersebut dimasa yang akan datang. Untuk dapat melakukan hal tersebut pemakai harus mampu membedakan dengan mudah antara produk yang asli dengan produk yang identik atau yang mirip.

**Kata Kunci :** *Kekayaan Intelektual, Aset berharga*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Permasalahan

Bahwa Indonesia adalah negara yang memiliki keanekaragaman etnik/suku bangsa dan budaya serta kekayaan dibidang seni dan sastra dengan pengembangan-pengembangannya, Indonesia telah menjadi anggota berbagai konvensi/perjanjian internasional dan perkembangan dibidang perdagangan, industri dan investasi telah sedemikian pesat sehingga memerlukan peningkatan perlindungan bagi Pencipta dan Pemilik Hak Terkait dengan tetap memperhatikan kepentingan masyarakat luas.

Era perdagangan global hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim persaingan usaha yang sehat. Di sini Merek merupakan peranan yang sangat penting yang memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai sehingga perlindungan hukum terhadap Merek Dagang dan Merek Jasa merupakan suatu cara untuk memperkuat sistem perdagangan yang sehat.

Para pemilik Merek yang telah terdaftar akan mendapatkan Hak Merek, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar

Umum Merek untuk dalam jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan lisensi atau izin kepada pihak lain. Berdasarkan hak merek tersebut para pemilik merek akan mendapat perlindungan hukum sehingga dapat mengembangkan usahanya dengan tenang tanpa takut mereknya di klaim oleh pihak lain. Pemberian lisensi merek kepada pihak lain dapat mendatangkan penghasilan berupa pembayaran royalti.

### Perumusan Masalah

Mengingat betapa pentingnya Pemanfaatan Merek untuk usaha kecil dan menengah, maka penulis tertarik untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan pemanfaatan merek, antara lain;

1. Apa manfaat Merek untuk usaha kecil dan menengah ?
2. Bagaimana caranya melindungi Merek ?

### Tujuan dan Manfaat

Tulisan ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan suatu kajian teoritis tentang betapa pentingnya pemanfaatan merek untuk usaha kecil dan menengah. Juga memberikan suatu kajian teoritis tentang bagaimana

---

\*) Dosen Tetap FKIP Univ-PGRI Plg

caranya melindungi merek yang sudah dimiliki.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Merek**

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang No.15 Tahun 2001 Tentang Merek, yang dimaksud dengan 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 dan jasa. 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-barang sejenis lainnya. 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-jasa sejenis lainnya. Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Merek Dagang lebih mengarah pada produk perdagangan berupa barang, sedangkan Merek Jasa lebih terkait dengan produk perdagangan berupa jasa. Jamu Sido Muncul, Permen Tolak Angin, Teh Botol Sosro, Kacang DuaKelinci, Sepeda Federal, dan sejenisnya adalah contoh-contoh yang tergolong Merek Dagang. Sebaliknya, BNI Taplus, Tabungan Britama, Deposito Mandiri, Tabungan Siaga, Kartu Simpati, Toyota Rent-A-Car, Titipan Kilat, dan lain-lain adalah contoh-contoh yang tergolong Merek Jasa.

Disamping Merek Dagang dan Merek Jasa juga dikenal adanya Merek Kolektif. Merek Kolektif dapat berasal dari suatu badan usaha tertentu yang memiliki produk perdagangan berupa barang dan jasa. Contoh Merek Kolektif sejenis ini misalnya merek Esia yang dimiliki perusahaan Bakrie Telecom yang digunakan untuk produk barang (Telepon Esia/Wifone/Wimode), dan produk jasa (kartu perdana dan kartu isi ulang). Merek Kolektif juga dapat berasal dari dua atau lebih badan usaha yang bekerja sama untuk memiliki merek yang sama, contohnya adalah undian Tabungan Simpeda yang dikelola oleh semua Bank Pembangunan Daerah (BPD) di Indonesia, di mana masing-masing Bank Pembangunan Daerah adalah badan usaha yang mandiri dan terpisah.

### **Pemanfaatan Merek**

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia bekerja sama dengan Japan Internasional Co-operation Agency (2007); Pemakaian merek berfungsi sebagai:

1. Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi yang lain atau badan hukum lainnya;
2. Sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya;
3. Sebagai jaminan atas mutu barangnya;
4. Menunjukkan asal barang/jasa dihasilkan.

Menurut Iswi Hariani (2010); fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat

mencirikan suatu produk (baik itu barang maupun jasa) yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu akan membeli atau memakai kembali produk tersebut di masa yang akan datang. Untuk dapat melakukan hal tersebut pemakai harus mampu membedakan dengan mudah antara produk yang asli dengan produk-produk yang identik atau yang mirip.

## PEMBAHASAN

### Pemanfaatan Merek untuk usaha kecil dan menengah

Perkembangan pesat dibidang teknologi informasi dan transportasi mendorong tumbuhnya integrasi pasar perekonomian dan perdagangan dalam skala global. Era perdagangan global tersebut hanya dapat dipertahankan jika didukung oleh adanya iklim persaingan usaha yang sehat. Berdasarkan pertimbangan tersebut merek adalah merupakan aset yang berharga dalam suatu perusahaan tidak peduli apakah itu usaha kecil maupun usaha menengah. Karena fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik itu barang maupun jasa) yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu akan membeli atau memakai kembali produk tersebut di masa yang akan datang. Untuk dapat melakukan hal tersebut pemakai harus mampu membedakan dengan mudah antara produk yang asli dengan produk-produk yang identik atau yang mirip.

Untuk memungkinkan suatu perusahaan dapat membedakan

dirinya dan produk yang dimiliki terhadap apa yang dimiliki oleh para pesaingnya, maka merek menjadi peran penting dalam **pencitraan dan strategi pemasaran** perusahaan, pemberian kontribusi terhadap **citra**, dan **reputasi** terhadap produk dari sebuah perusahaan di mata konsumen. Konsumen sering memakai factor emosional pada merek tertentu, berdasarkan serentetan kualitas yang diinginkan atau fitur-fitur yang terwujud dalam produk-produk yang dimiliki merek tersebut.

Merek juga dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam memelihara dan meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki guna menjamin bahwa merek produk yang mereka miliki reputasi yang baik.

Jika seseorang pesaing menggunakan merek yang identik atau mirip, pelanggan dapat menjadi bingung sehingga membeli produk pesaingnya tersebut yang dikiranya produk dari perusahaan sebenarnya. Hal ini tidak saja mengurangi keuntungan perusahaan dan membuat bingung pelanggannya, tetapi dapat juga merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan, khususnya jika produk pesaing kualitasnya lebih rendah. Dari institusi keuangan yang menyadari arti pentingnya sebuah merek dalam sukses-nya bisnis sebuah usaha, karena merek;

- Memberikan jaminan kepada konsumen untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya;
- Membuat perusahaan dapat membedakan produk-produk yang mereka miliki;
- Merupakan alat pemasaran dan dasar untuk membangun citra dan reputasi;
- Dapat dilisensikan/waralaba sehingga menjadi sumber

penghasilan langsung berupa royalti;

- Merupakan bagian penting dalam persetujuan waralaba;
- Dapat menjadi aset bisnis yang sangat berharga;
- Mendorong perusahaan untuk berinvestasi dalam memelihara/menjaga atau meningkatkan kualitas produk;
- Merupakan hal yang sangat bermanfaat untuk menambah pendapatan.

Mengingat peran dari merek dan peran yang dimiliki oleh sebuah merek dalam menentukan suksesnya sebuah produk di pasar, maka perlu dipastikan bahwa merek tersebut sudah terdaftar, guna mendapat perlindungan dalam pasar yang bersangkutan (Sumber: Wipo.int/sme)

### **Cara Melindungi Merek**

Walaupun sebagian besar pelaku bisnis menyadari pentingnya penggunaan merek untuk membedakan produk yang mereka miliki dengan produk para pesaing mereka, tapi tidak semua dari mereka yang menyadari mengenai pentingnya perlindungan merek melalui pendaftaran.

Pendaftaran, menurut UU Merek memberikan hak eksklusif kepada perusahaan pemilik merek guna mencegah pihak-pihak lain untuk memasarkan produk-produk yang identik atau mirip dengan merek yang dimiliki oleh perusahaan bersangkutan dengan menggunakan merek yang sama atau merek yang dapat membingungkan konsumen.

Tanpa adanya pendaftaran merek, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi sesuatu yang sia-sia karena perusahaan pesaing dapat memanfaatkan merek yang sama atau

merek yang mirip tersebut untuk membuat atau memasarkan produk yang identik atau produk yang mirip. Jika seseorang pesaing menggunakan merek yang identik atau mirip, pelanggan dapat menjadi bingung sehingga membeli produk pesaingnya tersebut yang dikiranya produk dari perusahaan sebenarnya. Hal ini tidak saja mengurangi keuntungan perusahaan dan membuat bingung pelanggannya, tetapi dapat juga merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan, khususnya jika produk pesaing kualitasnya lebih rendah.

Mengingat peran dari merek dan peran yang dimiliki oleh sebuah merek dalam menentukan suksesnya sebuah produk di pasar, maka perlu dipastikan bahwa merek tersebut sudah terdaftar, guna mendapat perlindungan dalam pasar yang bersangkutan.

Jika sebuah merek dapat dilindungi melalui pemanfaatannya maka sangat disarankan untuk mendaftarkan merek dengan mengajukan permohonan pada kantor HAKI setempat (beberapa kantor HAKI memiliki formulir pendaftaran secara online). Pendaftaran merek akan memberi perlindungan yang lebih kuat, khususnya jika bertentangan dengan merek yang identik atau yang mirip.

Adapun fungsi pendaftaran merek adalah:

1. Sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan;
2. Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenis;
3. Sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenis.

Pengajuan Permohonan Pendaftaran Merek sebagaimana dijelaskan berdasarkan Undang-Undang No.15 Tahun 2001, adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan permohonan pendaftaran dalam rangkap 4 yang diketik dalam bahasa Indonesia pada blangko formulir permohonan yang telah disediakan dan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya, yang berisi;
  - Tanggal, bulan dan tahun permohonan;
  - Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
  - Nama lengkap dan alamat kuasa, apabila pemohon melalui kuasa;
  - Nama Negara dan tanggal pendaftaran merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas;
  - Contoh merek/etiket merek;
  - Warna-warna etiket merek;
  - Arti bahasa/huruf/ asing dan cara pengucapannya;
  - Kelas barang/jasa;
  - Jenis barang/jasa
2. Surat permohonan pendaftaran merek perlu dilampiri dengan:
  - Fotokopi KTP yang dilegalisir. Bagi pemohon yang berasal dari luar negeri sesuai dengan ketentuan undang-undang harus memilih tempat kedudukan di Indonesia, biasanya dipilih alamat kuasa hukumnya;
  - Fotokopi akte pendirian badan hukum yang telah disahkan oleh notaris apabila permohonan diajukan atas nama badan hukum;
  - Fotokopi salinan peraturan penggunaan merek kolektif

apabila permohonan diajukan diajukan untuk merek kolektif;

- Surat kuasa khusus apabila permohonan pendaftaran dikuasakan;
- Tanda pembayaran biaya permohonan;
- 20 helai etiket merek (ukuran max. 9x9 cm, min. 2x2 cm);
- Surat pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.

Pemeriksaan substantif terhadap pendaftaran dilakukan paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal penerimaan, dan hasil dari pemeriksaan ini ada 2 (dua), yaitu:

- Permohonan diterima;
- Permohonan tidak diterima atau diolak

Apabila setelah pemeriksaan substantif permohonan merek disetujui oleh Dirjen HKI untuk didaftar, permohonan tersebut segera diumumkan paling lama 10 (sepuluh) hari sejak persetujuan. Pengumuman berlangsung 3 (tiga) bulan di:

- Berita Resmi Merek yang diterbitkan secara berkala oleh Dirjen HKI
- Sarana khusus yang dengan mudah dan jelas dapat dilihat oleh masyarakat yang disediakan oleh Dirjen HKI.

Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan surat sejak tanggal penerimaan permohonan merek bersangkutan. Atas permohonan pemilik merek jangka waktu perlindungan merek terdaftar dapat diperpanjang setiap kali untuk jangka waktu yang sama.

Permohonan perpanjangan pendaftaran merek dapat diajukan secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya secepat-cepatnya 12 (dua

belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar tersebut sampai dengan hari terakhir masa berlakunya perlindungan hukum terhadap pendaftaran tersebut.

Merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan dengan cara:

- Pewarisan;
- Wasiat;
- Hibah;
- Perjanjian; atau
- Sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Pemilik merek terdaftar berhak memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa. Perjanjian lisensi wajib dimohonkan pencatatannya pada Dirjen Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI) dengan dikenai biaya dan akibat hukum dari pencatatan perjanjian lisensi berlaku terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dan terhadap pihak ketiga.

Merek tidak dapat didaftarkan karena merek tersebut:

- didaftarkan oleh pemohon yang berakad tidak baik;
- bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas keagamaan, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- tidak memiliki daya pembeda;
- telah menjadimilik umum; atau
- merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya (Pasal 4 dan 5 UUM).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Manfaat Merek untuk usaha kecil dan menengah, adalah:
  - Memberikan jaminan kepada konsumen untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya;
  - Membuat perusahaan dapat membedakan produk-produk yang mereka miliki;
  - Merupakan alat pemasaran dan dasar untuk membangun citra dan reputasi;
  - Dapat dilisensikan/waralaba sehingga menjadi sumber penghasilan langsung berupa royalti;
  - Merupakan bagian penting dalam persetujuan waralaba;
  - Dapat menjadi aset bisnis yang sangat berharga;
  - Mendorong perusahaan untuk berinvestasi dalam memelihara/menjaga atau meningkatkan kualitas produk;
  - Merupakan hal yang sangat bermanfaat untuk menambah pendapatan.

### **2. Cara Melindungi Merek**

- Merek harus didaftar secara resmi pada kantor Dirjen HKI
- Prosedur pendaftaran Merek sesuai dengan UU No. 15 Tahun 2001
- Dengan pendaftaran adalah merupakan sebagai alat bukti yang sah bagi pemilik
- Merek.

### **Saran-saran**

1. Sebaiknya masyarakat harus menyadari betul betapa pentingnya merek dalam suatu usaha.
2. Perlu adanya sosialisasi hukum mengenai Hak Kekayaan Intelektual

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Bari Azed, Prof, SH,MH, 2007, *Panduan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, Dirjen HKI, Tangerang.
- Abdulkadir Muhammad, 2006, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Cetakan ke-3, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Adrian Sutedi, 2009, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta.
- OK.Saidin, 2004, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*, Cetakan ke-4, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Iswi Hariyani,SH,MH, 2010, *Prosedur Mengurus Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.
- C.S.T. Kansil, Prof., Drs.,SH dan Christine S.T.Kansil,SH,MH, 2006 , *Kitab Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)*, Jakarta.