

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan perekonomian menimbulkan persaingan bisnis pada pelaku usaha baik perusahaan maupun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sehingga pelaku usaha diminta untuk membuat inovasi produk yang memiliki ciri khas dan menjadi pembeda dengan pesaing.<sup>1</sup>

Salah satu tanda pembeda yang menjadi ciri khas barang maupun jasa bagi pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya, yaitu dengan merek. Masyarakat melihat merek sebagai pilihan dalam menentukan pembelian produk dan menjadi suatu identitas dari produk itu sendiri. Merek juga dapat digunakan dalam media pemasaran untuk menarik banyak pelanggan dan mendapatkan *exposure* lebih untuk produk yang dijual.<sup>2</sup> Bagi pelaku usaha merek dapat menjadi identitas atau tanda pengenal suatu barang ataupun jasa sehingga terhindar dari peniruan dengan pihak lain.<sup>3</sup> Oleh karena itu banyak pelaku usaha yang ingin usahanya cepat berkembang dengan mendompleng merek pelaku usaha lain yang banyak diketahui oleh masyarakat, bahkan terdapat beberapa pelaku usaha yang menggunakan kata umum sebagai Merek karena tidak ada pengaturan secara khusus terkait parameter penggunaan kata umum dalam pendaftaran merek.

Maraknya kasus Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia dari periode tahun 2016 - 2021 tercatat sebanyak 958 kasus dengan spesifik terkait kasus merek sebanyak 658.<sup>4</sup> Maraknya kasus tersebut menggambarkan perlindungan hukum

---

<sup>1</sup> Jefry Romdonny dan Maskarto Lucky Nara Rosmadi, 2018, *Pengaruh Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bola Sepak*, Ikraith-Humaniora, Vol. 2, No. 2, hlm. 82. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/124/54>

<sup>2</sup> Hery Firmansyah, 2013, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Medpress Digital, Yogyakarta, hlm. 12.

<sup>3</sup> Ok Saidin, 2016, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT Raja Grafindo, Jakarta, hlm. 25.

<sup>4</sup> <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211006162910-4-281909/polri-tangani-958-kasus-hak-kekayaan-intelektual> diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 12.50 WIB.

terhadap merek di Indonesia masih belum sepenuhnya mampu melindungi merek-merek yang memiliki resiko terhadap peniruan merek.<sup>5</sup>

Sejarah dalam kemunculan merek ini sendiri sudah terjadi sejak zaman kuno, salah satunya yaitu pada periode *Minoan* dimana orang sudah memberikan tanda pada barang-barang miliknya. Di era yang sama bangsa Mesir juga sudah menerakan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah raja.<sup>6</sup> Regulasi terkait merek dimulai pada saat dibentuknya *Statue of Prama* yang memfungsikan merek sebagai pembeda untuk beberapa produk seperti pisau, pedang, dan berbagai barang dari produk tembaga lainnya.<sup>7</sup>

Merek sebagai salah satu tanda pembeda yang menjadi ciri khas barang maupun jasa bagi pelaku usaha merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek sebagai bagian dari Hak kekayaan intelektual merupakan hak yang memerlukan perlindungan untuk menjamin kepastian hukum dari pemegang merek.<sup>8</sup> Hak Kekayaan Intelektual timbul dari olah pikiran intelektual seseorang atau badan hukum. Perlindungan ini sebagai bentuk penghargaan terhadap suatu karya yang diciptakan dari hasil olah pikir tersebut.<sup>9</sup> Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek didefinisikan sebagai berikut “*Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, angka, huruf, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, ataupun kombinasi dari 2 (dua) ataupun lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang*

---

<sup>5</sup> Nurul Hidayati dan Naomi Yuli Ester S, 2017, *Urgensi Perlindungan Merek Melalui Protokol Madrid (Trademark Protection Urgency Through the Madrid Protocol)*, Jurnal Legislasi Indonesia, Vol. 14, No.02, hlm. 183. <https://doi.org/10.54629/jli.v14i2.100>

<sup>6</sup> Dornis and Tim W, 2017, *Trademark and unfair competition conflicts: Historical-comparative, doctrinal, and economic perspectives*, Cambridge University Press, Vol. 34.

<sup>7</sup> Rahmi Jened, 2007, *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, Airlangga University Press, Surabaya, hlm. 28.

<sup>8</sup> Zaenal Arifin and Muhammad Iqbal, 2020, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol. 5, No.1, hlm. 48. <http://dx.doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>

<sup>9</sup> Medisita Nurfauziah Istiqmalia dan Iwan Erar Joesoef, 2021, *Itikad Baik Dalam Pendaftaran Merek: Studi Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terkenal Di Indonesia*, Jurnal Penegakan Hukum Indonesia, Vol. 2, No. 3, hlm 408. <https://doi.org/10.51749/jphi.v2i3.10>

*diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”*

Pelaku usaha yang memiliki merek yang terdaftar dan sudah dalam bentuk sertifikat merek tercatat sebanyak 573.155 (lima ratus tujuh puluh tiga seratus lima puluh lima) dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual di Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual.<sup>10</sup> Pasal 20 Undang-Undang Merek mengatur ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan, salah satunya ialah ketentuan pada Pasal 20 huruf f yang menyatakan bahwa "Merek tidak dapat didaftar jika merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum." Ketentuan ini juga terdapat dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek. Pada Pasal 16 Ayat 1 huruf (f) menyatakan hal yang sama yaitu “Permohonan pendaftaran merek tidak dapat didaftar jika merupakan merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum."

**Tabel 1.1**  
**Merek Terdaftar yang Menggunakan Kata Umum pada PDKI**

No	Merek Terdaftar	No. Pendaftaran	Pemilik Merek
1.		IDM000866844	PT. Inspirasi Bisnis Nusantara
2.		IDM000955143	PT. Ajaib Teknologi Indonesia

<sup>10</sup> <https://merek.dgip.go.id/sertifikat-merek> diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 pukul 15.50 WIB.

3.	 <b>JAKARTA</b>	IDM000684490	PT. Berjaya Sukses Cemerlang
4.	 <b>DANA</b>	IDM000715057	PT. Elang Andalan Nusantara
5.	 <b>ruangguru</b>	IDM000852885	PT. Ruang Raya Indonesia

Penggunaan kata umum sebagai merek sangat marak di Indonesia. Sebagai contoh, penggunaan kata “Jakarta” dengan nomor pendaftaran IDM000684490, padahal Jakarta merupakan kosakata yang digunakan sebagai nama kota. Selain kata Jakarta, pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual penulis juga menemukan kata “Haus” yang didaftarkan dengan nomor pendaftaran IDM000947515. Hal ini menunjukkan adanya ketidak-jelasan norma penggunaan kata umum dimana dalam Pasal 20 Undang-Undang Merek dan Pasal 16 Ayat 1 huruf (f) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 dalam penerapan diterimanya pendaftaran merek tidak memberikan penjelasan terkait parameternya.

Maraknya penggunaan kata umum sebagai merek seperti dalam merek “Jakarta” dan “Haus” serta Undang-undang tersebut tidak memberikan informasi mengenai parameter penggunaan kata umum yang dapat diterima dalam pendaftaran merek. Akibatnya berimplikasi pada hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut ataupun memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Pokok masalah yang diteliti adalah bagaimana DJKI mengabulkan permohonan merek yang menggunakan kata umum dimana undang-undang tidak memberikan penjelasan parameternya.

Ketidak-jelasan norma penggunaan kata umum ini dalam undang-undang menimbulkan ketidakpastian hukum bagi masyarakat.

Hal ini yang menjadi fokus penulis untuk membuat judul penelitian **Penggunaan Kata Umum Dalam Pendaftaran Merek (Studi Pada Merk Minuman “HAUS”)**. Dalam penelitian akan membahas apa dasar pertimbangan Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual mengabulkan pendaftaran merek atas minuman “Haus” serta bagaimana seharusnya pendaftaran merek yang menggunakan kata umum yang memberikan kepastian hukum dengan mengkaji Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apa dasar pertimbangan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual mengabulkan pendaftaran merek atas minuman “Haus”?
2. Bagaimana seharusnya pengaturan norma pendaftaran merek yang menggunakan kata umum yang memberikan kepastian hukum?

## **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian yang akan dilakukan objek penelitiannya adalah parameter penggunaan kata umum untuk pendaftaran merek, sedangkan subjek dari penelitian ini adalah merek minuman “Haus”. Penelitian ini mencakup terkait dengan Hukum positif pendaftaran merek di Indonesia, kategori penggunaan kata umum “Haus” sebagai merek serta parameter penggunaan kata umum untuk pendaftaran merek suatu produk. Penelitian ini membatasi pembahasan dan berfokus pada pokok permasalahan mengenai Pertimbangan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Dalam Mengabulkan Penggunaan Kata Umum Untuk Pendaftaran Merek. Permasalahan ini ditinjau melalui Pasal 20 UU Merek.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis dasar pertimbangan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual mengabulkan pendaftaran merek atas minuman “Haus”.
- b. Untuk mengetahui pengaturan norma pendaftaran merek yang menggunakan kata umum yang memberikan kepastian hukum

### **2. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka dengan adanya penelitian ini agar mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum serta referensi untuk penelitian selanjutnya baik dalam bidang ilmu hukum maupun bidang lainnya terkait pengaturan parameter penggunaan kata umum untuk pendaftaran merek suatu produk.

#### **b. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat untuk:

##### **1) Bagi Penulis**

Selama mengerjakan penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan terkait Hak Kekayaan Intelektual khususnya aturan mengenai kata umum yang belum memiliki indikator dan parameter yang jelas dalam pendaftaran merek.

##### **2) Bagi Pelaku Usaha**

Dapat membangun kesadaran terkait pentingnya merek suatu produk dan kejelasan mengenai penggunaan kata umum yang dapat digunakan dalam pendaftaran merek

##### **3) Bagi Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Sub. Dit Merek**

Dapat dijadikan bahan masukan bagi para pengambil keputusan dan lembaga pengawasan yang berkaitan dengan hukum hak merek di

Indonesia untuk dapat memberikan perlindungan hukum yang jelas dan parameter penggunaan kata umum yang dapat didaftarkan pada DJKI Sub. Dit Merek.

## E. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif yaitu hukum dikonsepsikan seperti apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan perilaku manusia yang dianggap pantas.<sup>11</sup> Soerjono Soekanto menjelaskan bahwa definisi pendekatan yuridis normatif merupakan penelitian hukum yang didasarkan dengan cara meneliti data sekunder atau bahan pustaka belaka.<sup>12</sup> Penelitian ini juga didukung oleh data primer berupa wawancara (*indepth-interview*) dan berdasarkan pada teori-teori yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan, bahan kepustakaan (*library research*), dan data sekunder yang berhubungan dengan permasalahan.

### 2. Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan penelitian, yaitu pendekatan perundang-undangan (*statue approach*). Pendekatan ini menelaah peraturan perundang-undangan, dikarenakan hal yang diteliti berfokus pada beberapa aturan hukum dan menjadi tema sentral pada suatu penelitian.<sup>13</sup> Pendekatan kedua adalah pendekatan konseptual (*conseptual approach*) yang merupakan pendekatan dimana dari pandangan-pandangan serta doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum sehingga melahirkan

---

<sup>11</sup> Amirudin dan Zinal Asikin, 2018, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Cetakan 10, Rajawali Pers, Depok, hlm. 118.

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2019, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)* Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 57.

<sup>13</sup> Bahder Johan Masution, 2013, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Mandar Maju, Bandung, hlm 8.

pengertian hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi.<sup>14</sup>

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian yuridis normatif ini, penulis menggunakan sumber data sebagai berikut:

a. Data Primer berupa interview atau wawancara.

b. Data Sekunder berupa:

1) Bahan Hukum Primer

Merupakan bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum mengikat, dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa bahan hukum primer yakni :

a) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

b) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek.

2) Bahan Hukum Sekunder

Penulis menggunakan beberapa bahan hukum sekunder dalam melakukan penelitian ini, diantaranya pendapat para ahli yang dikutip melalui sumber-sumber pustaka seperti jurnal, skripsi ataupun tesis.

### 4. Cara Pengumpulan Data

a. Library Research

Proses dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik yakni penelitian kepustakaan (*Library Research*). Teknik penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, memahami, dan

---

<sup>14</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum (edisi revisi)*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hlm. 11.

menganalisis berbagai macam bahan literatur yang berkaitan dengan pokok pembahasan, kemudian hasil dari pembacaan tersebut dituangkan secara sistematis dalam pembahasan untuk mendukung hasil penelitian.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan wawancara yang dilakukan penulis dengan Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Dit. Merek untuk memperoleh keterangan secara lisan dengan serangkaian proses berdialog secara tatap muka. Wawancara ini dilakukan dengan menyiapkan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan untuk diajukan kepada Bapak R Syaifullah Hadiyanto S.P., S.H., M.kn bagian pemeriksa Merek Ahli Tingkat Madya. Pertanyaan yang diajukan tersebut disampaikan untuk meminta keterangan terkait permasalahan dan mengumpulkan data yang dibutuhkan.

## 5. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang penulis lakukan yaitu dengan memproses data yang sudah dikumpulkan sehingga menjadi satu kesatuan informasi. Teknik analisis data dilakukan dengan tujuan agar penulis lebih mudah dalam membaca dan memahami data. Teknik analisis data baik berupa data primer maupun data sekunder yang dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah dengan cara analisis kualitatif, yaitu data yang didapatkan akan diolah kemudian dilakukan pembahasan dan diambil kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan penelitian.