# HAMBATAN DALAM PELAKSANAAN PENDAFTARAN MEREK BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI WILAYAH SENTRA INDUSTRI TAS KECAMATAN TANGGULANGINKABUPATEN SIDOARJO

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Kesarjanaan
Dalam Ilmu Hukum

**Disusun Oleh :**
**Bagus Tri Ardiyanto**
**0510110036**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**
**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**
**FAKULTAS HUKUM**
**MALANG**
**2009**

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

# LEMBAR PERSETUJUAN

## HAMBATAN PELAKSANAAN PENDAFTARAN MEREK BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI WILAYAH SENTRA INDUSTRI TAS KECAMATAN TANGGULANGIN, KABUPATEN SIDOARJO

Oleh:
**BAGUS TRI ARDIYANTO**
NIM. 0510110036

Disetujui pada tanggal:

| Pembimbing Utama | Pembimbing Pendamping |
|---|---|
| Indrati, SH, MS | Siti Hamidah, SH, MM |
| NIP: 194802221980032001 | NIP: 196606221990022001 |

Mengetahui
Ketua Bagian
Hukum Perdata

Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H.
NIP: 196111121986012001

# LEMBAR PENGESAHAN

**HAMBATAN PELAKSANAAN PENDAFTARAN MEREK BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI WILAYAH SENTRA INDUSTRI TAS KECAMATAN TANGGULANGIN, KABUPATEN SIDOARJO**

Oleh:
**BAGUS TRI ARDIYANTO**
NIM. 0510110036

Skripsi ini telah disahkan oleh Dosen Pembimbing pada tanggal:

| | |
|---|---|
| Pembimbing Utama, | Pembimbing Pendamping, |
| Indrati, SH, MS | Siti Hamidah, SH, MM |
| NIP: 194802221980032001 | NIP: 196606221990022001 |
| Ketua Majelis Penguji, | Ketua Bagian Hukum Perdata |
| Dr. Sihabudin, SH., MH. | Rachmi Sulistyarini, SH., MH. |
| NIP:19591216 1985031001 | NIP: 196111121986012001 |

Mengetahui
Dekan,

Herman Suryokumoro, SH. MS.
NIP: 195605281985031002

# KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Herman Suryokumoro, SH. MS selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.
2. Ibu Rachmi Sulistyarini, SH. MH selaku Ketua Bagian Hukum Perdata.
3. Ibu Indrati, SH. MS selaku Dosen Pembimbing Utama, atas bimbingan dan kesabarannya.
4. Ibu Siti Hamidah, SH. MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping, atas bimbingan dan motivasinya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah menghantarkan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Boedianto selaku Kepala Bagian Perindag Dinas Koperasi, UMKM, Perindag dan ESDM Kabupaten Sidoarjo yang telah bersedia memberikan data dan informasi yang diperlukan penulis selama proses penulisan skripsi.
7. Seluruh Staf dan Pegawai Bagian Pengajaran Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang turut berperan dan membantu dalam proses penulisan Skripsi.
8. Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya dan Pusat Dokumentasi dan Informasi Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Brawijaya yang turut membantu penulis dalam menyediakan dan melengkapi referensi yang berhubungan dengan skripsi penulis.
9. Kedua Orang Tuaku, Ibu yang selalu mendampingi penulis dan dengan sabar membimbing penulis, serta alm bapak yang semasa hidup selalu memberikan motivasi dan menjadikan penulis dewasa melalui perbuatannya. Tanpa kalian penulis tidak akan bisa seperti sekarang.

10. Kakak-kakakku mbak Uci dan Mas Joko, mbak Fitri dan mas Erwin, adikku Winda dan Nory, serta keponakan-keponakanku yang bikin stress tapi ngangenin. kehadiran kalian dalam hidupku sangat berarti, terimakasih atas doa yang telah kalian panjatkan buat aku dan tawa riang kalian membuat hidupku berwarna.
11. Manda yang dengan sabar selalu memberi dorongan dan motivasi tiada henti sehingga penulis bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan FHUB '05, Adhitya S, Adina, Aditya N, Anam, Cahyo, Erfan, Arif, Sampang, Aji, Agung, Didik, Randi, Dimas, Riri, Cipu, Anggi dan teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.
13. Teman-teman SMI cabang Malang Fasis, Viega, Kenthung, Thole, Haki, Menyok, Yoyok, Triyogo, Komenk, Shandy, Bumeg dan kawan-kawan yang telah memberikan tambahan pengetahuan yang tidak akan kita dapat tanpa perjuangan. *Long live people struggle.*
14. Temen-teman kost DD 18. Bang Samid (suwon printernya), Didik (matur nuhun pinjeman nyapnyopnya), arif, lukman, tulus, dan anak-anak atas yang rame puoll tapi membuat suasana kost menjadi indah.
15. Pihak-pihak lain yang turut membantu selesainya skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis yakin skripsi ini masih masih sangat jauh dari kata sempurna, sehingga masukan dan kritik akan selalu penulis harapkan guna memperbaiki skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan jalan yang benar untuk kehidupan kita sehingga menjadikan hidup ini bermanfaat.

Malang, 05 Oktober 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan ..... i
Lembar Pengesahan ..... ii
Kata Pengantar ..... iii
Daftar Isi ..... v
Daftar Tabel ..... vi
Abstraksi ..... vii

**BAB I PENDAHULUAN**
1.1. Latar Belakang ..... 1
1.2. Rumusan Masalah ..... 7
1.3. Tujuan Penelitian ..... 8
1.4. Manfaat Penelitian ..... 8
1.5. Sistematika Penulisan ..... 9

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**
2.1. Kajian Umum Tentang Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) .... 11
2.2. Kajian Umum Tentang Merek ..... 16
2.3. Kajian Umum tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah..... 28

**BAB III METODE PENELITIAN**
3.1. Metode Pendekatan ..... 36
3.2. Lokasi Penelitian..... 36
3.3. Jenis dan Sumber Data ..... 37
3.4. Populasi, Sampel dan Responden ..... 39
3.5. Teknik Analisis Data..... 41
3.6. Definisi Operasional ..... 41

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**
A. Gambaran Umum ..... 43
B. Pelaksanaan Pendaftaran Merek di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin..... 53
C. Hambatan Pelaksanaan Pendaftaran Merek bagi Pengusaha Tas di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin..... 67
D. Upaya Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo Mengatasi Hambatan Pelaksanaan Pendaftaran Merek di sentra .... 79

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**
A. KESIMPULAN..... 88
B. SARAN..... 89

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman semakin maju pula cara-cara yang dilakukan oleh manusia untuk melakukan suatu kegiatan bisnis dan usaha, hal itu terkait pula dengan semakin mudahnya akses yang dapat dipilih untuk menjalankan kegiatan bisnis tersebut. Perdagangan antar negara yang terpisah jarak yang cukup jauh pun menjadi bukan suatu hambatan yang berarti.

Arus globalisasi menjadi isu yang dihembuskan oleh negara-negara maju sebagai salah satu upaya agar industri dapat memasuki wilayah negara berkembang dengan tanpa dikenai pajak yang besar. Era tersebut akan semakin terbuka dan terwujud seiring dengan berjalannya kemajuan teknologi. Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang sepakat untuk memajukan perdagangan dunia dengan ikut serta menyetujui pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) yang diadakan pada tanggal 15 April 1994 di Marrakash, Maroko yang kemudian pembentukannya itu disahkan oleh Undang-undang No 7 Tahun 1994 pada tanggal 2 November 1994 Tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia. Organisasi Perdagangan Dunia atau WTO yang telah disepakati tersebut memuat pula ketentuan mengenai Persetujuan Aspek-aspek Dagang Hak Atas Kekayaan Intelektual (TRIP's).

Sebagai konsekuensi persetujuan aspek dagang di bidang HKI tersebut maka Indonesia harus mengharmonisasikan sistem HKI yang dimilikinya dengan sistem HKI Internasional[1].

Semakin berkembang dan terbukanya kran globalisasi di dunia pada umumnya dan Indonesia pada khususnya diiringi pula dengan persaingan yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas dari komoditas perdagangan. Hal yang tak bisa dihindari pula yaitu persaingan antara produk lokal dan produk impor baik untuk produk sejenis amupun produk yang beda jenis, dan antara pengusaha luar negeri dan pengusaha lokal khususnya yang mengelola unit usaha mikro, kecil dan menengah.

Guna menghadapi akan era globalisasi yang akan datang tersebut maka Pemerintah khususnya Departemen Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah membuat suatu rencana strategis yang digunakan sebagai suatu landasan dalam melakukan kegiatan. Salah satu programnya yaitu melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat, yaitu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing masyarakat menghadapi era globalisasi yang akan datang.

Salah satu upaya yang dilakukan yaitu memberikan fasilitas yang mudah bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mengurus bisnisnya. Mulai dari pemberian modal yang mudah dalam pengajuannya sampai dengan pemberian bantuan yang langsung dapat dirasakan oleh para pengusaha mikro, kecil dan menengah. Dengan adanya landasan ini harapannya akan menciptakan suatu iklim yang kondusif dalam dunia perkembangan bisnis khususnya bagi UMKM.

---

[1] Insan Budi Maulana. **Kompilasi Undang-undang Hak Cipta, Paten, Merek dan Terjemahan Konvensi-konvensi di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (HaKI)**. Cetakan kedua, PT Citra Abadi Bakti, Bandung, 2002, hal xiv.

Bila dirunut kembali usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di masyarakat saat ini cukup banyak, ketika kita melakukan perbandingan kualitas produk lokal buatan usaha mikro, kecil dan memengah saat ini cukup bersaing dengan produk asing, namun pola pikir masyarakat Indonesia yang lebih mempercayai bahkan mengunggulkan dan memilih produk asing daripada produk buatan anak bangsa mengakibatkan terdesaknya produk lokal tersebut. Suatu hal yang sangat ironi ketika melihat bagaimana menurunnya rasa kebermilikan dari masyarakat terhadap produk buatan negeri sendiri.

Problematika yang lain saat ini selain hal diatas adalah karena produk yang dimiliki oleh anak bangsa tersebut tidak memiliki suatu merek yang bisa digunakan sebagai bahan pembeda dari produk yang lain. Akibat dari tidak adanya merek tersebut dapat kita ketahui dari persepsi masyarakat yang memukul rata suatu produk berdasar pengalaman. Sebagai contoh yaitu ketika ada pembeli yang membeli sebuah tas tanpa merek di suatu sentra industri kerajinan tangan, kemudian setelah beberapa saat dipakai tas tersebut mengalami kerusakan, pembeli tersebut kemudian timbul pemikiran bahwa kualitas dari tas yang diproduksi di sentra industri tas tadi memiliki kualitas yang jelek. Padahal dalam sentra industri tas tadi tidak hanya ada 1 pengrajin yang membuat tas.

Indonesia saat ini masih digolongkan sebagai negara yang masuk dalam “ *Priority Watch List”* dari Amerika Serikat, hal ini dikarenakan tingkat pembajakan dalam bidang Hak atas Kekayaan Intelektual yang begitu tinggi. Tingginya tingkat pembajakan tersebut dikarenakan masih kurangnya pengetahuan masyarakat dalam bidang Hak atas Kekayaan Intelektual.. Masyarakat masih enggan untuk mendaftarkan hasil kreativitasnya untuk

mendapatkan perlindungan secara hukum, justru kebanyakan mereka malah memilih untuk mendompleng merek lain yang terkenal yang sudah terlebih dahulu didaftarkan. Padahal hal semacam ini mengandung resiko karena dapat dikategorikan sebagai pembajakan yang justru akan menyebabkan kerugian[2].

Hal inilah yang menyebabkan potensi yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia tidak tersalurkan dengan benar karena masih banyak yang melakukan *face off* atau mendompleng merek terkenal. Seharusnya masyarakat Indonesia khususnya para pengrajin atau pengusaha mikro, kecil dan menengah memandang ke depan dengan membuat merek sendiri yang terdaftar, karena keuntungan yang akan diperoleh jauh lebih besar. Apabila memiliki suatu merek terdaftar pada produk yang diperdagangkan maka usaha kecil dan menengah akan mendapatkan hak atas merek terhadap produk tersebut.

Hak atas merek itu sendiri adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya[3]. Pengertian tersebut mengindikasikan bahwa pemilik merek akan mendapat pula perlindungan dari pemerintah dari tindakan pembajakan yang akan dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab yang ingin mengambil keuntungan dengan cara ilegal dan juga pemilik merek akan mendapat keuntungan karena bisa memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut.

Selain alasan bahwa masyarakat lebih memilih kepada produk luar negeri terdapat pula alasan lain bahwa adanya suatu kekurang-pahaman dari para

---

[2] Anonim, Konsultan Hukum Online.com, diunduh tanggal 17 Februari 2009

[3] Miru. Ahmadi, **Hukum Merek : Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek**, Pt. RajaGrafindo Persada : Jakarta, 2005, hal.12.

pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah di sentra Industri tas Kecamatan Tanggulangin tentang tata cara untuk melakukan pendaftaran merek dan pertanyaan awal yang sering muncul dari pengrajin dan pengusaha mikro, kecil dan menengah adalah berapa harga atau biaya yang harus dikeluarkan untuk mengurus merek tersebut. Hal ini karena pada tahun 2004 pernah diadakan sosialisasi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sidoarjo kemudian setelah sosialisasi diadakan suatu pendaftaran merek secara kolektif bagi para pengusaha di sentra tersebut. Namun ketika merek tersebut akan diambil oleh para pengusaha tersebut muncul harga atau biaya yang harus dibayar dengan jumlah yang untuk mereka pada saat itu cukup mahal dan dalam pandangan atau persepsi mereka tidak sebanding dengan keuntungan yang akan mereka dapat sehingga pada akhirnya tidak semua pengusaha tersebut yang mengambil merek mereka[4].

Kebutuhan pertama yang cukup mendesak adalah menumbuhkan kesadaran yang mendasar dari pengusaha dan pengrajin tersebut akan pentingnya pendaftaran merek di era yang modern dengan persaingan yang cukup berimbang ini dan juga mensosialisasikan tentang bagaimana prosedur untuk melakukan pendaftaran merek. Hal ini karena masih banyak pengusaha dan pengarjin yang belum paham dan mengerti tentang prosedur atau tata cara yang harus dilakukan.

Pemerintah sendiri telah mengeluarkan suatu ketentuan mengenai tata cara melakukan pendaftaran merek yang diatur dalam pasal 7 Undang-undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek. Pasal tersebut menjelaskan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pemohon dalam mengajukan permohonan merek dan tata cara yang harus dilakukan dalam mengajukan pendaftaran merek. Ketentuan lebih lanjut

[4] Hasil wawancara dengan Sam Khuret, Pengusaha di sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin. Diolah tahun 2009.

tentang syarat dan tata cara permohonan merek akan diatur tersendiri dalam peraturan pemerintah. Bahwa menurut ketentuan yang berlaku ketika kita akan melakukan pendafataran merek maka kita harus mengajukan kepada Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual ( Dirjen HaKI) yang berada di kantor pusat Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia. Namun untuk mempermudah pandaftaran merek saat ini dapat dilakukan di Departemen Hukum dan HAM yang ada di tingkat provinsi.

Kekurangtahuan akan tata cara pendaftaran merek dan keuntungan yang akan didapat oleh usaha mikro, kecil dan menengah bila melakukan pendaftaran merek ini terjadi pula di wilayah Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Sidoarjo terkenal dengan sentra industri tas yang dimilikinya yaitu di wilayah Kecamatan Tanggulangin. Tidak bisa dipungkiri untuk skala lokal Jawa Timur bahwa produk tas Tanggulangin sudah terkenal akan kualitas yang bersaing dengan produk impor serta didukung pula dengan harga yang terjangkau di masyarakat.

Kemudian hal lain yang negatif dan dikenal dari sentra industri tas di Tanggulangin yaitu bahwa di sentra tersebut ada cukup banyak dijual barang bermerek terkenal dengan harga yang miring, dengan adanya kenyataan ini maka dapat diketahui bahwa di sentra industri tersebut ada suatu produksi tas yang dilakukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah namun kegiatan produksi tersebut tidak dengan memberi label merek sendiri melainkan dengan melakukan penjiplakan merek yang diminati oleh masyarakat. Indikasi awal ini dapat diketahui bahwa pengrajin tas atau pengusaha mikro, kecil dan menengah tersebut tidak melakukan suatu pendaftaran merek sendiri atas produk mereka.

Memiliki kualitas yang cukup bersaing ini tanpa adanya merek yang terdaftar maka akan menimbulkan kerugian sendiri terhadap usaha mikro, kecil dan menengah masyarakat tersebut. Padahal bila kita teliti kembali bahwa di dunia bisnis merek sangat menentukan maju kembangnya sebuah produk dagang, karena merek berfungsi sebagai pembeda antara produk buatan produsen yang satu dengan produsen yang lain. Merek dapat pula dijadikan sebagai alat pencitraan bagi produsen atas produk yang mereka buat.

Bila dilihat maka ada suatu kesenjangan antara tujuan dari dibuatnya suatu produk hukum tersebut dengan kenyataan yang terjadi di masyarakat, tentunya ada suatu alasan atau suatu kendala maupun suatu masalah yang mendasari sehingga kesenjangan ini nampak jelas. Atas dasar tersebut maka peneliti mengambil tema ini untuk dijadikan proposal tugas akhir.

Penelitian tentang pendaftaran merek ini setelah peneliti survey di Pusat Dokumentasi Ilmu Hukum Universitas Brawijaya, Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya dan di Perpustakaan Umum Sidoarjo masih belum ada yang meneliti. Namun penelitian tentang merek sendiri ada beberapa yang telah meneliti.

## 1.2 Rumusan Masalah

a. Hambatan apa yang dialami oleh pengusaha mikro, kecil dan menengah di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin dalam pelaksanaan pendaftaran merek.
b. Upaya apa yang telah dan akan dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan usaha mikro, kecil dan

menengah di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin dalam melakukan pendaftaran merek.

## 1.3 Tujuan Penelitian

a. Untuk mengidentifikasikan, mendeskripsikan dan menganalisis hambatan-hambatan yang dialami oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin dalam melakukan pendaftaran merek.

c. Untuk mengidentifikasikan, mendeskripsikan dan menganalisis upaya-upaya yang telah dan akan dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pemilik Usaha Mokro, Kecil dan Menengah di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin tentang pentingnya melakukan pendaftaran merek.

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan Hukum Perdata Bisnis terkait dengan bidang Hak atas Kekayaan Intelektual pada khususnya dalam hal prosedur pendaftaran merek.

2. Secara Praktis

a. Dapat meningkatkan wawasan dan wacana peneliti terkait dengan berbagai permasalahan yang terjadi terkait dalam Hak Kekayaan

Intelektual khususnya tentang pendaftaran merek bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

b. Dapat dijadikan sebagai salah satu sumber data bagi pemerintah khususnya Dinas Koperasi, Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk membuat suatu program yang sesuai dengan masyarakat terkait dengan pendaftaran merek.

c. Sebagai sumber bacaan dan wawasan baru bagi masyarakat pada umumnya dan usaha mikro, kecil dan menengah pada khususnya terkait dengan pentingnya Hak atas Kekayaan Intelektual khususnya terkait dengan pendaftaran merek.

d. Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan masukan bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian terkait dengan permasalahan atau obyek yang sama di bidang Hak atas Kekayaan Intelektual.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terbagi dalam lima (5) bagian, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan kajian umum mengenai Hak Kekayaan Intelektual, kajian umum mengenai Merek dan kajian umum mengenai usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan metode pendekatan, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan berisi tentang hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dan pembahasannya yang dilakukan secara deskriptif analisis yaitu dengan menguraikan data-data yang telah diperoleh oleh penulis dari subyek terkait yaitu Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidoarjo dan Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sidoarjo.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis dan saran yang oleh penulis dianggap dapat diterapkan oleh pemerintah untuk menyelesaikan masalah terkait.

Daftar Pustaka

# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA

## 2.1 Kajian Umum Tentang Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI)

### 2.1.1Pengertian Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI)

Hak Kekayaan Intelektual atau yang sering pula disebut HaKI sulit untuk didefinisikan. Bahkan Perjanjian Internasional tentang Aspek-aspek Perdagangan dari HaKI (*The TRIPs Agreement*) tidak memberikan definisi mengenai Hak Kekayaan Intelektual. Meskipun demikian uraian tentang Hak Kekayaan Intelektual dapat digambarkan secara umum.

Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) merupakan suatu hak yang timbul dari hasil olah pikir manusia yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna bagi manusia. Dapat pula dikatakan bahwa HKI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual yang lahir karena kemampuan intelektual manusia[5].

Hak kekayaan intelektual adalah hak kebendaaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari kerja otak, hasil kerja rasio. Hasil dari pekerjaan rasio manusia yang menalar. Hasil kerjanya itu berupa benda immateriil[6]. Hasil kerja otak ini kemudian dirumuskan sebagai intelektualitas. Orang yang optimal memerankan kerja otaknya disebut sebagai orang yang terpelajar, mampu

[5] Anonim, Konsultan hukum online.com, 17 Februari 2009.
[6] OK. Saidin. **Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Right*)**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, Cetakan Ke IV, 2004, hal. 9

menggunakan rasio, mampu berpikir secara rasional dengan menggunakan logika (metode berpikir, cabang filsafat)[7]

Dapat ditarik sebuah kesimpulan dari pengertian tersebut yaitu bahwa HaKI pada umumnya berhubungan dengan perlindungan penerapan ide hasil dari rasio manusia yang menalar dan informasi yang memiliki nilai komersial, HaKI adalah kekayaan pribadi yang dapat dimiliki dan diperlakukan sama dengan bentuk-bentuk kekayaan lainnya[8].

### 2.1.2 Cabang-Cabang Hak atas Kekayaan Intelektual

Indonesia adalah salah satu Negara yang ikut meratifikasi Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* melalui UU No. 7 Tahun 1994. Konsekuensi dari ratifikasi ini mendorong Indonesia harus melakukan harmonisasi hukum nasional terhadap beberapa persetujuan internasional yang tidak terpisahkan dari Persetujuan Pendirian Organisasi Perdagangan Dunia, di antaranya *TRIPs Agreement*[9].

Konsekuensi dari ratifikasi tersebut maka Indonesia tidak dapat dan tidak diperkenankan membuat peraturan *extra-territorial* yang menyangkut tentang perlindungan hak Kekayaan Intelektual, dan semua isu yang terdapat dalam kerangka WTO, Indonesia harus mengakomodirnya paling tidak harus memenuhi (pengaturan) standar minimum[10].

---

[7] Ibid. Hal. 10
[8] Lindsay. Tim, dkk. **Hak Kekayaan Intelektual** : **Suatu Pengantar**. Penerbit P.T Alumni, Bandung, 2006, hal. 3.
[9] Agus Riswandi, Budi. Makalah disampaikan dalam *Workshop* yang bertemakan *Prospek Hukum Bisnis dan Pasar Modal*yang diselenggarakan oleh Societies FH UII di Fakultas Hukum UII tanggal 11 Maret 2005.
[10] Saidin, OK. Op.Cit. hal. 23.

Perundingan persetujuan umum tentang tarif dan perdagangan (*General Agreement on Tariff and Trade*/GATT) yang dilaksanakan pada tahun 1994 di Marrakesh dan merupakan bagian dari *World Trade Organization* (WTO) telah menyepakati norma-norma dan standar perlindungan HaKI dan terdapat pula mengenai pembagian HaKI yang terdiri atas beberapa cabang, yaitu :

1. Hak Cipta dan Hak-hak lain (*copyrights and related right*) ;
2. merek (*trade mark, services marks, and names*) ;
3. indikasi geografis (*geographical indications*) ;
4. desain produk industri (*industrial design*) ;
5. paten (*patens*) termasuk perlindungan varietas tanaman;
6. desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design (topography) of integrated circuits*) ;
7. perlindungan terhadap informasi yang dirahasiakan (*protection of undisclosed information*) ;
8. pengendalian praktik-praktik curang dalam perjanjian lisensi (*control of anti competitive practices in contractual licences*)[11]

Pasal 1.2 *The TRIPs Agreement* menyatakan bahwa HaKI terdiri dari :

1. Hak Cipta dan Hak Terkait ;

[11] Racmadi Umar, **Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual**. Penerbit P.T Alumni, Bandung, 2003 hal.1

2. merek dagang ;
3. indikasi geografis ;
4. desain industri ;
5. paten ;
6. tata letak (topografi) sirkuit terpadu ;
7. perlindungan informasi rahasia ;
8. kontrol terhadap praktek persaingan usaha tidak sehat dalam perjanjian lisensi[12].

Berdasarkan GATT / WTO pengelompokan Hak atas Kekayaan Intelektual dapat dikategorikan dalam kelompok sebagai berikut :

1. Hak Cipta (*Copy Rights*)

2. Hak Milik (Hak Kekayaan) Perindustrian (*Industrial Property Rights*).

Hak cipta tersebut kemudian dibagi lagi menjadi dua, yaitu :

1. Hak Cipta ; dan

2. Hak yang berkaitan (bersempadan) dengan Hak Cipta (*neighbouring rights*).

Istilah *neighbouring rights* belum ada terjemahan yang tepat dalam bahasa Indonesia. Ada yang menerjemahkannya dengan istilah hak bertetangga dengan

[12] Lindsay. Tim, dkk, loc cit.

hak cipta, ada pula yang menerjemahkannya dengan istilah hak yang berkaitan atau berhubungan dengan hak cipta, seperti yang termaktub dalam Bab VA UU No 12 tahun 1997, atau hak terkait seperti tercantum dalam Bab VII UU no 19 tahun 2002[13].

*Convention Establishing The World Intellectual Property Organization (WIPO)* yaitu organisasi antar-pemerintah (*intergovernmental organization*) yang mulai berlaku sejak tahun 1970 dan mulai menjadi lembaga khusus atau "*specialized agency*" dari Perserikatan Bangsa-Bangsa[14] mengatur pula pembagian Hak Kekayaan Perindustrian, yang kemudian dapat diklasifikasikan menjadi :

1) *Patent* (paten) ;
2) *Utility Models* (Model dan rancang bangun) atau dalam hokum Indonesia dikenal dengan istilah paten sederhana (*simple patent*) ;
3) *Industrial Design* (Desain industri) ;
4) *Trade Mark* (Merek Dagang) ;
5) *Trade Names* (Nama Niaga atau Nama Dagang) ; dan
6) *Indication of Source or Appelation of Origin* (sumber tanda atau sebutan asal).

Beberapa literatur, khususnya literatur yang ditulis oleh para pakar dari Negara yang menganut system hukum *Anglo Saxon*, bidang hak atas kekayaan

[13] Saidin. OK, Op.Cit, hal. 14.
[14] Harahap. M. Yahya, **Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU no 19 tahun 1992**, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung, cetakan ke 1, 1996, hal.141.

perindustrian yang dilindungi tersebut ditambahi lagi beberapa bidang yaitu : *trade secrets, service mark,* dan *unfair competition protection.*

Berdasarkan kerangka WTO / TRIPs ada dua bidang lagi yang perlu ditambahkan yakni :

1. Perlindungan Varietas Baru Tanaman ; dan
2. *Integrated Circuits* (rangkaian elektronika terpadu).

## 2.2. Kajian Umum Tentang Merek

### 2.2.1. Pengertian Merek

Pengertian merek menurut pasal 1 angka 1 Undang-undang No 15 Tahun 2001 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.

Setelah membaca pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan adanya beberapa unsur merek, yaitu:

a) Syarat utama merek adalah tanda yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa.
b) Tanda yang dapat menjadi simbol merek terdiri dari unsur-unsur, gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.
c) Serta merek tersebut digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa.

### 2.2.2 Syarat Merek

Pengertian merek dalam pasal 1 Undang-undang No 15 Tahun 2001 mengandung unsur bahwa untuk diakui sebagai suatu merek maka harus memiliki daya pembeda yang cukup (*capable of disinguishing*). Jadi apabila telah memiliki suatu daya pembeda yang cukup maka syarat awal sebagai sebuah produk telah terpenuhi. Selain itu syarat agar dapat dikatakan sebagai merek antara lain :

a. mempunyai fungsi pembeda (*distinctive, disinguishing*) ;
b. mempunyai tanda pada barang dagang atau jasa (unsur-unsur gambar, nama, kata-kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna dan kombinasi unsur-unsur tersebut) ;
c. tidak memenuhi unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum ;
d. Bukan menjadi milik umum ;
e. Tidak merupakan keterangan atau keterkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftarannya.

### 2.2.3. Fungsi Merek

Terdapat beberapa fungsi merek yang dapat kita ketahui yaitu :

1) Sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya;
2) Sebagai alat promosi, sehingga untuk mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya;
3) Sebagai jaminan atas mutu barangnya;

4) Menunjukkan asal barang/jasa dihasilkan.

Apabila melihat fungsi ini maka bisa kita ketahui bahwa merek merupakan suatu alat pencitraan bagi produsen agar konsumen mengetahui produk yang dimiliki dan juga sebagai bukti rasa tanggung jawab dari produsen apabila di kemudian hari ada hal-hal yang tidak diinginkan semisal barang tersebut mengandung unsur formalin atau mengandung bahan melamin yang berbahaya bagi kesehatan, dengan adanya merek maka masyarakat mengetahui pihak mana yang bertanggung jawab atas produk tersebut.

Selain itu dalam hukum merek terdapat doktrin persamaan yang timbul berkaitan dengan fungsi merek, yaitu untuk membedakan antara barang atau jasa yang satu dengan yang lainnya. Ada dua ajaran persamaan dalam merek yaitu:

a. Doktrin persamaan keseluruhan, dan

Menurut doktrin persamaan menyeluruh, persamaan merek ditegakkan di atas prinsip *entireties similar* yang berarti antara merek yang satu dengan yang lain mempunyai persamaan yang menyeluruh meliputi semua faktor yang relevan secara optimal yang menimbulkan persamaan[15].

Untuk menentukan kualifikasi adanya persamaan secara menyeluruh, ditegakkan di atas asas "perbandingan secara menyeluruh" atau "*compared in their entireties*". Semua faktor harus mirip mengandung persamaan dalam arti :

1) Sangat sama betul atau "*very similar*" atau "*nearly resembles*" ; dan

[15] Harahap, M. Yahya, Op.Cit, hal 288.

2) Penampilan dan perwujudan nyata-nyata sama (*actual appereance*)[16].

b. Doktrin persamaan identik.

Doktrin persamaan identik ini mempunyai pengertian lebih luas dan lebih fleksibel, bahwa untuk menentukan ada tidaknya persamaan merek tidak perlu semua unsur secara kumulatif sama, tetapi cukup beberapa unsur atau faktor yang relevan saja yang sama sehingga terlihat antara dua merek yang diperbandingkan identik atau sangat mirip. Jadi menurut doktrin ini antara merek yang satu dengan yang lain tetap ada perbedaan tetapi perbedaan tersebut tidak menonjol dan tidak mempunyai kekuatan pembeda yang kuat sehingga satu merek dengan merek yang lain mirip (*similar*) maka sudah dapat dikatakan identik.

Doktrin persamaan dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dapat dilihat dalam Pasal 6 Ayat (1) yang menyatakan : Permohonan harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut :

1) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang/jasa sejenis;
2) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
3) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal;

Selanjutnya, Pasal 6 ayat (3) menyatakan : Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut:

[16] Ibid, hal 289.

> 1) merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
> 2) merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
> 3) merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis pihak yang berwenang.

Ajaran persamaan dalam Undang-Undang seperti tersebut di atas diejawantahkan dalam kata atau kalimat ’persamaan pada pokoknya’, ‘persamaan pada keseluruhannya’, ‘merupakan’, ‘merupakan tiruan’ dan ‘menyerupai’. Undang-undang merek ini tidak memberikan arti dan pengertian untuk membedakan kata-kata tersebut, tetapi memberikan beberapa faktor sebagai unsur yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan sebagaimana diuraikan dalam penjelasan Pasal 6 Undang-Undang Merek, yaitu:

1) Persamaan bentuk

2) Persamaan komposisi atau penempatan

3) Persamaan penelitian

4) Persamaan bunyi

5) Persamaan ucapan

6) Persamaan kombinasi unsur-unsur

Melihat rumusan Undang-undang No 15 tahun 2001 tersebut, terlihat jelas maksud pembuat undang-undang bahwa undang-undang ini menganut doktrin persamaan identik, yaitu bahwa adanya persamaan keseluruhan atau pada pokoknya diartikan sama dengan identik (sama serupa).

### 2.2.4 Yang Tidak Dapat Didaftarkan Sebagai Merek

Menurut UU No 15 Tahun 2001 Tentang merek hal-hal yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek adalah :

1. Merek yang permohonannya diajukan atas dasar itikad tidak baik (pasal 4);
2. Merek yang bertentangan dengan moral, perundang-undangan dan ketertiban umum (pasal 5 (a));
3. Merek yang tidak memiliki daya pembeda (pasal 5 (b));
4. Tanda-tanda yang telah menjadi milik umum (pasal 5 (c));
5. Merek yang semata-mata menyampaikan keterangan yang berhubungan dengan barang atau jasa (pasal 5 (d));

### 2.2.5 Merek Yang Ditolak Pendaftarannya

Permohonan Merek harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila Merek tersebut:

a) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis (pasal 6 (1.a));
b) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis (pasal 6 (1.b));
c) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal (pasal 6(1.c));

d) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dapat pula diberlakukan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah (pasal 6 (2));

e) merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak (pasal 6 (3.a));

f) merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang (pasal 6 (3.b));

g) merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang (pasal 6 (3.c)).

### 2.2.6 Jenis Merek

Merek itu sendiri menurut pasal 1 terbagi dalam tiga jenis, yaitu :

1. Merek Dagang

Menurut pasal 1 angka 2 UU No 15 Tahun 2001 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.

2. Merek Jasa

   Menurut pasal 1 angka 3 UU No 15 Tahun 2001 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.

3. Merek Kolektif

   Menurut pasal 1 angka 4 UU No 15 Tahun 2001 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.

### 2.2.7 Sistem Pendaftaran Merek

Menurut Sugondo Soerodiredjo diseluruh dunia ada empat (4) sistem pendaftaran merek, yaitu :

1.) Pendaftaran tanpa pemeriksaan merek terlebih dahulu.

   Setelah ada pengajuan permohonan pendaftaran merek maka merek yang dimohonkan pendaftarannya tersebut segera didaftarkan dengan ketentuan bahwa syarat-syarat permohonan merek telah terpenuhi, syarat tersebut antara lain pembayaran biaya permohonan, pemerikasaan awal, dan

pendaftaran. Sistem ini dianut oleh negara-negara di Benua Eropa antara lain Prancis, Belgia, Luxemburg, dan Rumania.

2.) Pendaftaran dengan pemeriksaan merek terlebih dahulu.

Bahwa setelah ada permohonan merek yang masuk maka kemudian diperiksa terlebih dahulu sebelum melakukan pendaftaran merek lebih lanjut dalam Daftar Umum Kantor masing-masing negara. Langkah awal yaitu terlebih dahulu diumumkan dalam *Trade Journal*/Kantor Pendaftaran Merek untuk jangka waktu tertentu memberikan kesempatan bagi pihak ketiga untuk mengajukan keberatan. Bila tidak ada yang mengajukan keberatan maka pendaftaran merek tersebut dapat dikabulkan. Negara-negara yang menganut sistem ini antara lain Jepang, Amerika Serikat, dan Inggris.

3.) Pendaftaran dengan pengumuman sementara.

Setelah ada permohonan merek yang masuk maka sebelum merek tersebut didaftarkan maka terlebih dahulu merek itu diumumkan untuk memberi kesempatan kepada pihak ketiga untuk mengajukan keberatan-keberatan tentang pendaftaran merek tersebut.

4.) Pendaftaran dengan pemberitaan terlebih dahulu tentang adanya merek lain terdaftar yang ada pendaftarannya.

Apabila telah ada permohonan merek kemudian pemohon pendaftarn merek tersebut diberi tahu bahwa mereknya mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek yang

telah didaftarkan terlebih dahulu untuk barang atau nama sejenis[17].

Sistem pendaftaran merek di Indonesia dikenal adanya dua sistem pendaftaran merek yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (atributif), Undang-Undang No 15 tahun 2001 tentang Merek dalam hal pendaftaran merek menganut sistem konstitutif. Sistem ini mengikuti sistem yang dianut pada UU no 19 tahun 1992 tentang Merek dimana sistem ini sebelumnya sudah diatur dalam *Stockholm Act* 1967[18]. *Stockholm Act* 1967 merupakan rangkaian revisi dari Konvensi Paris (1883); Brussel (1890);Washington (1891); Den Haag (1925); London (1934); dan Lisabon (1958). Indonesia sendiri telah meratifikasi Konvensi Stockholm 1967 pada tanggal 20 Desember 1979.

Sistem konstitutif mengatur bahwa hak menguasai dan menggunakan merek baru didapat setelah melakukan pendaftaran, hal ini berarti bahwa dalam sistem ini pendaftaran merek harus dilakukan terlebih dahulu untuk memperoleh hak atas merek tersebut.

Penggunaan sistem konstitutif juga diimbangi dengan ketentuan yang dapat menjamin segi-segi keadilan bagi masyarakat, antara lain[19] :

a) Pembentukan cabang-cabang kantor merek di daerah ;
b) Pembentukan komisi banding merek ;
c) Memberi kemungkinan untuk mengajukan gugatan yang tidak terbatas melalui pengadilan Jakarta Pusat, tetapi juga melalui pengadilan negeri lainnya yang akan ditetapkan secara bertahap ;

[17] OK. Saidin. Op. Cit, hal. 362
[18] Harahap, M. Yahya, Op.Cit, hal 332
[19] Soenandar, Taryana. **Perlindungan HaKI (Hak atas Kekayaan Intelektual) di Negara-Negara ASEAN.** Sinar Grafika:Jakarta. 2007. cetakan kedua. Hal. 70.

d) Memberikan kemungkinan gugatan melalui Peradilan Tata Usaha Negara ;

e) Pada masa pengumuman permintaan pendaftaran merek dimungkinkan pemilik merek yang tidak terdaftar yang telah menggunakan sebagai pemakai merek pertama untuk mengajukan keberatan.

### 2.2.8 Prosedur Permohonan Pendaftaran Merek

Prosedur permohonan pendaftaran merek diatur dalam pasal 7, 8, 9 dan 10 Undang-undang no 15 tahun 2001 tentang merek. Pasal-pasal tersebut memuat ketentuan sebagai berikut :

Pasal 7

(1) Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal dengan mencantumkan:
a. tanggal, bulan, dan tahun;
b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
c. nama lengkap dan alamat Kuasa apabila Permohonan diajukan melalui Kuasa;
d. warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas.
(2) Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
(3) Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat terdiri dari satu orang atau beberapa orang secara bersama, atau badan hukum.
(4) Permohonan dilampiri dengan bukti pembayaran biaya.
(5) Dalam hal Permohonan diajukan oleh lebih dari satu Pemohon yang secara bersama-sama berhak atas Merek tersebut, semua nama Pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat mereka.
(6) Dalam hal Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5), Permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu dari Pemohon yang berhak atas Merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para Pemohon yang mewakilkan.
(7) Dalam hal Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diajukan melalui Kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas Merek tersebut.
(8) Kuasa sebagaimana dimaksud pada ayat (7) adalah Konsultan Hak Kekayaan Intelektual.
(9) Ketentuan mengenai syarat-syarat untuk dapat diangkat sebagai Konsultan Hak Kekayaan Intelektual diatur dengan Peraturan

Pemerintah, sedangkan tata cara pengangkatannya diatur dengan Keputusan Presiden.

Pasal 8

(1) Permohonan untuk 2 (dua) kelas barang atau lebih dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu Permohonan.
(2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.
(3) Kelas barang atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 9

Ketentuan mengenai syarat dan tata cara Permohonan diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 10

(1) Permohonan yang diajukan oleh Pemohon yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Republik Indonesia wajib diajukan melalui Kuasanya di Indonesia.
(2) Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib menyatakan dan memilih tempat tinggal Kuasa sebagai domisili hukumnya di Indonesia.

Selain memeriksa kelengkapan administratif terhadap suatu permohonan pendaftaran merek, dalam waktu paling lama tiga puluh hari terhitung sejak tanggal penerimaan, Direktorat Jenderal juga melakukan pemeriksaan substantif terhadap permohonan, dan diselesaikan dalam waktu paling lama sembilan bulan[20].

Pemeriksaan sustantif itu sendiri dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dalam pasal 4, pasal 5, pasal 6 UU No 15 tahun 2001 Tentang Merek.

[20] Miru. Ahmadi, Op Cit, hal.39.

## 2.3. Kajian umum tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

### 2.3.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memberikan pengertian tentang usaha mikro sesuai dengan pasal 1 ayat (1) yaitu "Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini".

Kemudian dalam undang-undang ini dapat pula kita ketahui pengertian tentang usaha kecil yang diatur dalam pasal 1 ayat (2) yang berbunyi " Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini".

Menurut pasal 1 ayat (3) undang-undang no 20 tahun 2008 bahwa usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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.

### 2.3.2 Kriteria Usaha

Kriteria untuk usaha mikro menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

1.) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ;

2.) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (Tiga Ratus Juta Rupiah).

Kriteria untuk Usaha Kecil menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

1.) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2.) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kemudian kriteria untuk Usaha Menengah menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### 2.3.3. Kebijakan dan Program Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

a. **Landasan Kebijakan**

Pancasila dan Undang-undang Dasar Tahun 1945 merupakan landasan ideologi dan konstitusional pembangunan nasional termasuk pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah. Pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah merupakan bagian integral dari pembangunan nasional untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang demokratis, adil dan makmur sesuai dengan amanat konstitusi Undang-undang Dasar Tahun 1945.

Rencana strategis Kementerian Koperasi dan UMKM ini disusun atas dasar landasan idiil Pancasila dan landasan konstitusional Undang-undang Dasar Tahun 1945, Ketetapan MPR-RI, Undang-undang Nomor 25/1992 tentang Perkoperasian, Undang-undang Nomor 9/1995 tentang Usaha Kecil, Undang-undang Nomor 25/2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, serta berbagai undang-undang, peraturan pemerintah, Inpres dan Keppres dan Perpres lainnya yang terkait.

b. **Program Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Program pemberdayaan koperasi dan UMKM dalam RPJM Periode Tahun 2004-2009 diarahkan pada 5 program pokok, yaitu:

1. Program penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM

Tujuan program ini adalah untuk memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan, dan non-diskriminatif bagi kelangsungan dan peningkatan kinerja usaha UMKM, sehingga dapat mengurangi beban administratif, hambatan usaha dan biaya usaha maupun meningkatkan rata-rata skala usaha, mutu layanan perijinan/pendirian usaha, dan partisipasi stakeholders dalam pengembangan kebijakan UMKM.

2. Program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM

Tujuan program ini adalah mempermudah, memperlancar dan memperluas akses UMKM kepada sumberdaya produktif agar mampu memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumberdaya lokal serta menyesuaikan skala usahanya sesuai dengan tuntutan efisiensi. Sistem pendukung dibangun melalui pengembangan lembaga pendukung/penyedia jasa pengembangan usaha yang terjangkau, semakin tersebar dan bermutu untuk meningkatkan akses UMKM terhadap pasar dan sumber daya produktif, seperti sumber daya manusia, modal, pasar, teknologi, dan informasi, termasuk mendorong peningkatan fungsi intermediasi lembaga-lembaga keuangan bagi UMKM.

3. Program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM

Tujuan program ini adalah untuk mengembangkan jiwa dan semangat kewirausahaan dan meningkatkan daya saing UKM sehingga pengetahuan serta sikap wirausaha semakin berkembang, produktivitas meningkat, wirausaha baru berbasis pengetahuan dan teknologi meningkat jumlahnya, dan ragam produk-produk unggulan UKM semakin berkembang.

4. Program Pemberdayaan Usaha Skala Mikro

Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro, terutama yang masih berstatus keluarga miskin dalam rangka memperoleh pendapatan yang tetap, melalui upaya peningkatan kapasitas usaha sehingga menjadi unit usaha yang lebih mandiri, berkelanjutan dan siap untuk tumbuh dan bersaing. Program ini akan memfasilitasi peningkatan kapasitas usaha mikro dan keterampilan pengelolaan usaha serta sekaligus mendorong adanya kepastian, perlindungan dan pembinaan usaha.

5. Program Peningkatan Kualitas Kelembagaan Koperasi

Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan kualitas kelembagaan dan organisasi koperasi agar koperasi mampu tumbuh dan berkembang secara sehat sesuai dengan jati dirinya menjadi wadah kepentingan bersama bagi anggotanya untuk memperoleh efisiensi kolektif, sehingga citra koperasi menjadi semakin baik. Dengan demikian diharapkan kelembagaan dan organisasi koperasi di tingkat primer dan sekunder akan tertata dan berfungsi dengan baik; infrastruktur pendukung pengembangan koperasi semakin

lengkap dan berkualitas; lembaga gerakan koperasi semakin berfungsi efektif dan mandiri; serta praktek berkoperasi yang baik (*best practices*) semakin berkembang di kalangan masyarakat luas.

c. **Pola Pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Rangka Otonomi Daerah**

Sejalan dengan kebijakan Otonomi Daerah yang memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakatnya sendiri maka pembinaan usaha mikro, kecil, dan menengah harus melibatkan seluruh komponen di daerah. Peran Pemerintah Daerah sebagai pelaksana kewenangan penyelenggaraan pemerintahan Daerah Otonom akan sangat menentukan bagi pembinaan UMKM.

Dalam rangka pelaksanaan Otonomi Daerah maka pembinaan terhadap usaha mikro, kecil dan menengah perlu dirumuskan dalam suatu pola pembinaan yang dapat memberdayakan dan mendorong peningkatan kapasitas usaha mikro, kecil dan menengah tersebut. Pola pembinaan tersebut harus memperhatikan kondisi perkembangan lingkungan strategis yang meliputi perkembangan global, regional dan nasional. Disamping itu juga pola pembinaan tersebut hendaknya belajar kepada pengalaman pembinaan terhadap usaha mikro, kecil dan menengah yang telah dilaksanakan selama ini.

Pola pembinaan terhadap usaha mikro, kecil dan menengah yang ditawarkan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saingnya dalam rangka Otonomi Daerah antara lain adalah :

a) Pelaksanaan program-program pokok pengembangan UMKM yang telah diatur di dalam RENCANA STRATEGIS 2004-2009 yang

meliputi; Program Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif Bagi UMKM, Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM, Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Bagi UMKM, Program Pemberdayaan Usaha Skala Mikro, dan Program Peningkatan Kualitas Koperasi.

b) Pelaksanaan program-program pengembangan UMKM yang disusun dengan memperhatikan dan disesuaikan kondisi masing-masing Daerah, tuntutan, aspirasi dan kepentingan masyarakat, serta kemampuan Daerah.

c) Keterpaduan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, masyarakat, lembaga keuangan, lembaga akademik dan sebagainya dalam melakukan pembinaan dan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah.

d) Pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) aparatur Pemerintah Daerah agar mampu melaksanakan proses pembinaan dan pengembangan terhadap usaha mikro, kecil dan menengah.

e) Pengembangan perwilayahan produk unggulan sesuai potensi dan kemampuan yang dimiliki dalam suatu wilayah bagi usaha mikro, kecil dan menengah dalama rangka meningkatkan daya saing.

f) Mensinergikan semua potensi yang ada di Daerah untuk meningkatkan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah sehingga mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan implementasi kebijakan Otonomi Daerah.

g) Sosialisasi tentang kebijakan perekonomian nasional dalam rangka memasuki era pasar bebas AFTA *(ASEAN Free Trae Area)*, APEC *( Asia Pacific Cooperation)* dan WTO *(World Trade Organization)* kepada seluruh kelompok usaha mikro, kecil dan menengah.

Seiring dengan semakin mendesaknya disahkannya suatu aturan baru yang mengatur usaha mikro, kecil dan menengah yang lebih mewakili aspirasi maka di tahun 2008 pemerintah telah membuat suatu undang-undang baru yang mengatur UMKM, dimana undang-undang baru ini secara otomatis menggantikan undang-undang yang lama yang mengatur hal yang sama yaitu Undang-undang no 9 tahun 1995 tentang usaha kecil. Dengan adanya undang-undang No 20 tahun 2008 ini diharapkan dapat dijadikan pedoman oleh masyarakat maupun pemerintah dalam melakukan suatu kegiatan yang terkait.

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode yuridis sosiologis, yaitu mengkaji permasalahan dari segi hukum yaitu terkait dengan tata cara melakukan pendaftaran merek yang diatur dalam pasal 7 Undang-undang No 15 tahun 2001.

Kemudian pendekatan sosiologis yaitu mengkaji permasalahan dan membahas penelitian dengan didasarkan pada kenyataan yang ada dalam masyarakat, dalam penelitian ini maka fokus yang akan menjadi kajian yaitu mengenai hambatan yang dialami oleh usaha mikro, kecil dan menengah di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin dalam melakukan pendaftaran merek dan mengenai upaya yang telah dan akan dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sidoarjo dalam meningkatkan kesadaran usaha mikro, kecil dan menengah untuk melakukan pendaftaran merek.

## 2. **Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dipilih oleh penulis yaitu dilakukan di wilayah Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo yang memiliki beberapa pengrajin tas dengan skala usaha mikro, kecil dan menengah. Lokasi ini dipilih karena di sentra industri tas tersebut terdapat cukup banyak pengusaha dan pengrajin tas yang belum melakukan pendaftaran merek.

**3. Jenis dan Sumber Data**

a. Jenis data yang diperoleh terdiri dari :

1) Data Primer

Data primer yaitu data asli yang diperoleh peneliti dari tangan pertama atau dari sumber asalnya yang pertama yang belum diolah dan diuraikan oleh orang lain. Data tersebut berupa keterangan dari pemilik usaha mikro, kecil dan menengah di wilayah sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin mengenai berbagai hal yang terkait dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian yaitu tentang permasalahan yang terjadi dalam tata cara pendaftaran merek dan juga berupa data yang diperoleh dari Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sidoarjo berupa keterangan tentang berbagai upaya yang telah dan akan dilakukan oleh dinas tersebut untuk meningkatkan pendaftaran merek bagi usaha mikro, kecil dan menengah.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang diperoleh melalui penelusuran bahan-bahan kepustakaan atau publikasi badan pemerintah dan swasta[21]. Data tersebut berupa dokumen-dokumen, tulisan-tulisan, jurnal-jurnal maupun literatur-literatur terkait dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

[21] Rahmad Syafa'at, dkk. **Metodologi Penelitian Hukum**. Malang:Universitas Brawijaya, 2000, hal. 56.

b. Sumber Data

1) Data Primer

Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara secara mendalam (*indepth interview*) yaitu proses komunikasi antar beberapa orang untuk mendapatkan informasi atau keterangan secara lisan guna mencapai tujuan yang diinginkan[22]. Data primer didapat dari wawancara kepada pemilik usaha mikro, kecil dan menengah di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo dan di Dinas Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sidoarjo serta Koperasi Intako yang membawahi langsung pengusaha dan pengrajin tas di sentra industri kecamatan Tanggulangin.

2) Data Sekunder

Data ini didapat dengan melakukan *library research* (studi kepustakaan) yaitu dengan melihat tulisan-tulisan maupun penelitian terdahulu dan dengan melakukan pencarian dalam bahan hukum lain yang terkait dengan judul proposal. data sekunder didapat dari studi di Pusat Dokumentasi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, perpustakaan pusat Universitas Brawijaya dan di perpustakaan umum Kabupaten Sidoarjo.

[22] Burhan Asofa. **Metode Penelitian Hukum**. Cetakan III, Rineka Cipta, Jakarta. 2001, hal. 56

**4. Populasi, Sampel dan Responden**

a. Populasi

Populasi adalah seluruh obyek atau seluruh unit yang akan diteliti oleh peneliti yang dianggap mampu dan kompeten untuk mewakili dan memberikan keterangan yang diperlukan terkait dengan penelitian yang dilakukan. Masuk sebagai populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin, menurut staf bagian personalia dan administrasi umum Koperasi INTAKO yang menjadi pengusaha dan pengrajin berjumlah 525 orang, Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Sidoarjo dan di Departemen Hukum dan HAM Provinsi Jawa Timur serta di Koperasi INTAKO Kecamatan Tanggulangin.

b. Sampel

Sampel ini diambil dengan teknik *Purposive sampling*. Populasi yang masuk dalam kelas sampel yaitu :

1) 6 dari 525 orang pemilik usaha mikro, kecil dan menengah di di wilayah Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo yang belum memiliki merek terdaftar ;
2) 6 dari 10 orang pemilik usaha mikro, kecil dan menengah di wilayah Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo yang memiliki merek terdaftar;
3) Pegawai bagian Perindag dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Kabupaten Sidoarjo yang membawahi secara langsung

usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di wilayah Kabupaten Sidoarjo.

4) Staf Koperasi INTAKO bagian Personalia dan Administrasi Umum.

c. Responden

Pengusaha dan pengrajin di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin yang memiliki merek terdaftar yang masuk sebagai responden adalah sebagai berikut :

1) CV Mitra Mulia Perkasa pemilik merek terdaftar LUZ SAFRATI ;
2) H. Ismail sebagai pemilik merek terdaftar LUIS DAPPUCI ;
3) Koperasi INTAKO pemilik merek terdaftar RORO ;
4) H. Misbach pemilik merek terdaftar La Dufa ;
5) H. Sungkono pemilik merek terdaftar CARL SANGKONI ; dan
6) H. Dikun pemilik merek DELTONI.

Pengusaha dan pengrajin di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin yang belum memiliki merek terdaftar yang masuk sebagai responden adalah sebagai berikut

1) H. Samsuri Khuret sebagai pemilik merek belum terdaftar LASAMBORA ;
2) H. Siali ;
3) H. Muntaji ;
4) H. Sumiran pemilik merek belum terdaftar ELITABEST dan SMASH ;
5) Imam Syafi'i ; dan

6) H Sai'in.

Kepala bagian personalia dan administrasi umum Koperasi INTAKO Kecamatan Tanggulangin.

Kepala Bagian Perindustrian dan perdagangan Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo.

**5. Teknik Analisis Data**

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan metode Deskriptif Analisis. Metode Deskriptif Analisis adalah dengan cara menggambarkan kondisi di lokasi penelitian sehingga didapatkan data-data yang faktual yaitu terkait dengan kendala atau hambatan yang dialami oleh pengusaha mikro, kecil dan menengah di wilayah Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo dalam melakukan pendaftaran merek dan juga tentang upaya apa saja yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan pendaftaran merek, kemudian setelah data yang didapat telah mencukupi akan dilakukan suatu analisa mendalam untuk mendapatkan suatu jawaban atas permasalahan yang terjadi di lokasi penelitian.

**6. Definisi Operasional**

a) Hambatan adalah segala sesuatu yang menjadi kendala bagi pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam pelaksanaan untuk memperoleh hak terkait dengan pendaftaran merek.

b) Pelaksanaan adalah proses, perbuatan melaksanakan (rancangan, keputusan dan sebagainya)[23]

c) Pendaftaran merek adalah suatu upaya pengajuan hak secara resmi yang dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin melalui Direktorat Jenderal Hak kekayaan Intelektual atas suatu merek baru yang diajukan.

d) Sentra industri adalah tempat yang terletak di tengah-tengah (bandar, dan sebagainya), titik pusat, pusat (kota, industri, pertanian, dan sebagainya)[24] dalam wilayah industri tas Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo.

e) Usaha mikro, kecil dan menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang berada di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

[23] Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. **Kamus Besar Bahasa Indonesia**. Balai Pustaka. Jakarta. Edisi ketiga. 2007. hal. 627
[24] Ibid. hal. 1040

# BAB IV

# HASIL DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum

### 1.Gambaran Umum Kabupaten Sidoarjo

#### 1.1 Kondisi Geografis

Kabupaten Sidoarjo merupakan satu-satunya kabupaten di Jawa Timur yang terletak diantara dua sungai besar yaitu Kali Brantas (Porong) dan Kali Mas (Surabaya) sehingga terkenal dengan sebutan kota Delta. Apabila dilihat dari bentang alam, secara makro di sebelah timur terdiri dari kawasan pantai dan pertambakan dan di sebelah tengah dan barat terdiri atas daerah permukiman dan pertanian. Secara geografis letak Kabupaten Sidoarjo adalah antara 112°5' – 112°9' Bujur Timur dan 7°3' – 7°5' Lintang Selatan. Di sebelah Utara berbatasan dengan Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik, di Sebelah Timur adalah Selat Madura, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Pasuruan, sedang di sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto[25].

Secara administratif Kabupaten Sidoarjo terbagi atas 18 Kecamatan, 322 desa dan 31 kelurahan. Sedangkan desa-desa di Kabupaten Sidoarjo terbagi menjadi desa pedesaan (*rural area)* dan desa perkotaan (*urban area*). Seperti halnya daerah lain yang berada di sekitar garis khatulistiwa, Kabupaten Sidoarjo beriklim tropis dan mengenal 2 musim yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Musim kemarau berkisar antara bulan Mei sampai September dan di

[25] Perkembangan Ekonomi dan Industri Sidoarjo tahun 2008, hal. 1, diolah tahun 2009

Bulan Oktober sampai Bulan April adalah musim hujan. Suhu udara berkisar 20-35 derajat Celsius.

Luas wilayah Kabupaten Sidoarjo adalah 71.424,25 Ha dan berdasarkan karakteristik topografinya terbagi atas tiga klas, yaitu :

a) 0,3 meter merupakan daerah pantai dan pertambakan yang berair asin/payau berada di belahan timur seluas 27.0111,25 Ha atau 37,82%
b) 3,10 meter merupakan daerah bagian tengah sekitar jalan protokol yang berair tawar seluas 25,889 Ha atau 36,24%
c) 10,25 meter terletak di daerah bagian barat seluas 18.524 Ha atau 25,95%.

Kondisi air ada dua jenis rasa air di Kabupaten Sidoarjo yaitu air asin dan tawar, ada 8 kecamatan yang sebagian air di wilayahnya berasa asin seluas 163,13 $Km^2$ dan 10 kecamatan murni air tawar.

**1.2.Gambaran Demografis**

Jumlah penduduk berdasarkan hasil penghitungan registrasi pada tahun 2008 mengalami peningkatan menjadi 1.756.996 jiwa dari tahun sebelumnya sejumlah 1.586.296 jiwa, sedangkan berdasarkan hasil proyeksi penduduk Kabupaten Sidoarjo mengalami kenaikan menjadi 1.881.961 jiwa dari tahun sebelumnya sejumlah 1.869.008 jiwa yang terdiri 931.811 laki-laki dan 950.150 perempuan dengan tingkat kepadatan penduduk sebesar 2.635 jiwa/$km^2$. Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah Kecamatan Waru yaitu 204.928 jiwa dengan tingkat kepadatan penduduk paling tinggi, yaitu 6.759

jiwa/km$^2$. Sedangkan Kecamatan Jabon memiliki penduduk paling sedikit yaitu 58.103 jiwa dan sekaligus menjadi kecamatan dengan kepadatan terendah 717 jiwa/km$^2$ [26].

**1.3.Kondisi Ekonomi Daerah**

Lokasi Kabupaten Sidoarjo yang strategis di kawasan GERBANG-KERTOSUSILA dan merupakan hinterland dari Ibu Kota Provinsi Jawa Timur sangat berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan ekonominya. Beberapa faktor pendukung dari pertumbuhan Kabupaten Sidoarjo, diantaranya: memiliki dukungan infrastruktur dan utilitas yang baik (jalan, bandara, terminal, telekomunikasi, dan sebagainya), dan sebagai kota industri yang didukung dengan kegiatan perikanan dan pertanian yang maju.

Adanya bencana lumpur panas di Kecamatan Porong telah berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, terutama dengan tidak berfungsinya jalan tol pada ruas jalan Porong–Gempol yang merupakan urat nadi perekonomian dan jalur transportasi orang maupun barang dari dan ke Surabaya, telah mengakibatkan dampak yang luar biasa antara lain : peningkatan pembiayaan distribusi hasil produksi industri atau eksportir, tidak dapat berproduksi dan atau menurunnya produktivitas usaha di sektor industri, perdagangan, jasa, hotel dan jasa konstruksi.

Menurunnya daya saing Sidoarjo sebagai salah satu tujuan investasi di Jawa Timur akibat investor takut lokasi usahanya menjadi sasaran luapan lumpur, juga berpengaruh terhadap laju pertumbuhan investasi dan menurunnya

[26] Ibid, hal. 2

produktivitas usaha dan masyarakat. Hal ini akan berdampak terhadap sulitnya upaya peningkatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi Sidoarjo, perluasan kesempatan kerja serta peluang berusaha.

Salah satu upaya menaikkan kembali daya saing Kabupaten Sidoarjo adalah dengan menggali potensi yang dimiliki. Potensi unggulan Kabupaten Sidoarjo merupakan potensi yang dapat dikembangkan dan mempunyai daya saing di pasaran, baik karena ciri-cirinya yang khas, kualitasnya maupun harganya yang kompetitif. Disamping itu juga, potensi unggulan tersebut berasal dari pemanfaatan potensi yang berasal dari sumber daya alam dan kekayaan budaya lokal yang potensial untuk ditumbuhkembangkan. Bentuk nyata usaha Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dalam menggali potensi unggulan adalah dengan dicanangkannya beberapa sentra usaha antara lain: Kampoeng Batik di Desa Jetis Kecamatan Sidoarjo, Kampoeng Sepatu di Desa Mojosantren Kecamatan Krian, Kampoeng Jajanan di Desa Kedungsumur Kecamatan Krembung dan Kampoeng Krupuk di Desa Kedungrejo Kecamatan Jabon dan juga melakukan pembinaan kepada sentra industri yang sudah cukup maju antara lain kampung Sepatu di Desa Wedoro dan yang cukup terkenal di skala lokal Jawa Timur adalah sentra industri tas dan koper di Kecamatan Tanggulangin.

## 2. Gambaran Umum Sentra Industri Tas dan Koper Kecamatan Tanggulangin

### 2.1 Letak Geografis Kecamatan Tanggulangin

Kecamatan Tanggulangin memiliki letak geografis yaitu di sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Candi, di sebelah timur berbatasan dengan Selat

Madura, di sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Tulangan, dan di sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Porong.

**2.2 Sejarah Sentra Industri Tas dan Koper Kecamatan Tanggulangin**

Pada awalnya pengrajin tas dan koper ada di Desa Kedensari, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur sejak tahun 1933. Pengrajin di desa ini pada awalnya hanya terdiri dari 5 orang pekerja sebuah pabrik tas dan koper di wilayah Surabaya yang berpikiran maju untuk mengembangkan industri tas dan koper ini di desa mereka. Karena membuat tas pada waktu itu banyak untungnya. Maka secara otomatis para tetangga yang sudah bisa membuat tas dan koper mengembangkan usahanya masing-masing, sehingga semakin lama maka semakin banyak penduduk desa yang membuka usaha di bidang ini, yang akhirnya menjadi home industri di Desa Kedensari.

Pada tahun 1960 dari 5 orang yang membuat tas dan koper berkembang menjadi ± 80 unit. Karena semakin berkembang pesat, maka para pengrajin mempunyai gagasan untuk membuat suatu wadah yang berbentuk C.V dengan nama C.V TANGGUL JAYA. Karena pengurus C.V tersebut kurang kompak dan tidak terkoordinir dengan baik maka C.V tersebut bubar. Walaupun demikian pengrajin tas dan koper tetap berkembang baik sehingga pada tahun 1970-1972 bertambah menjadi ± 200 unit. Dengan semakin bertambahnya pengrajin, maka diikuti pula oleh semakin bertambahnya produksi tas dan koper yang berlebihan, akan tetapi hal ini tidak diikuti oleh pengetahuan pemasaran yang baik. Sehingga di Surabaya pada waktu itu mengalami over produksi tas dan koper

Pada tahun 1975 dari beratus-ratus pengrajin ada sebagian orang yang mempunyai gagasan untuk bisa membeli bahan baku secara bersama dan bisa menjual barang jadi secara bersama pula. Akhirnya yang setuju dengan gagasan tersebut ada 27 orang, itupun dari golongan pengrajin yang paling kecil. Kemudian dibentuklah suatu wadah koperasi yang diberi nama INTAKO (INDUSTRI TAS DAN KOPER). Koperasi ini mempunyai tujuan untuk mengangkat harkat dan martabat pengrajin yang ada di Desa Kedensari dan sekitarnya.

Karena yang menjadi anggota dari golongan yang paling kecil, sehingga untuk mendapatkan modal awal tiap-tiap anggota harus membayar simpanan pokok Rp. 5.000,- setiap orang (5000 x 27 = Rp. 135.000) itulah sebagai modal awal koperasi INTAKO. Karena sangat kecilnya modal INTAKO maka saat itu INTAKO belum bisa punya tempat sendiri dan belum bisa berbuat banyak, kemudian pada akhirnya INTAKO mendapat pinjaman tempat yang berukuran 2mx2m dari salah seorang pengurus dan tempat tersebut terletak di sebelah gang rumah pengurus tersebut. Pada awal terbentuknya, INTAKO hanya punya modal Rp. 135.000,- , untuk membangun tempat dan mengurus ijin-ijin menghabiskan dana lebih kurang Rp. 35.000,- sehingga tersisa uang Rp. 100.000,- yang akhirnya digunakan sebagai modal dagang dan hanya bisa digunakan untuk menjual bahan-bahan pembantu saja, misalnya : kertas, lem, paku, dll.

Pada tahun 1976-1979 karena INTAKO semakin lama semakin berkembang maka pada tahun 1980 INTAKO bisa membeli tanah yang berukuran 7mx20m, dan pada tahun 1981 Koperasi INTAKO sudah punya gedung sendiri yang berukuran 6mx20m = 120m2. Disaat itulah INTAKO mulai

mengembangkan usahanya, disamping menjual bahan baku sudah bisa memberi pekerjaan pembuatan tas dan koper kepada anggotanya.

Dengan adanya toko tas dan koper yang dimiliki oleh koperasi INTAKO, perkembangan kerajinan tas dan koper di kecamatan Tanggulangin semakin berkembang dan mengalami peningkatan yang berarti, peningkatan tersebut antara lain :

1) Jumlah kunjungan tamu untuk melihat dan membeli barang-barang kerajinan dari hari ke hari semakin meningkat.
2) Gagasan untuk meningkatkan hasil produksi oleh para pengrajin baik model ataupun mutu semakin banyak dan berkembang macamnya.

Pada tahun 1985 mulai ada beberapa pengrajin yang berani untuk membuka toko atau showroom sendiri di depan rumahnya. Hal ini dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan dan perkembangan yang signifikan.

Kemudian semakin tahun pengusaha dan pengrajin yang ada tidak hanya di wilayah desa Kedensari namun mulai berkembang sampai ke desa tetangga yaitu desa Kludan dan desa Kalisampurno serta desa Ketegan. Hal ini terjadi karena para pengusaha tersebut memiliki beberapa sanak famili di desa tetangga dan kemudian sanak famili tersebut mendapat ilmu dari pengusaha yang telah ada terlebih dahulu terkait dengan cara memproduksi hingga samapi dengan cara pemasarannya.

Data terkait dengan unit usaha yang ada di wilayah sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 1**

**Data Unit Usaha di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin**

| DESA | JUMLAH UNIT USAHA |
|---|---|
| Kedensari | 72 unit |
| Kludan | 141 unit |
| Ketegan | 15 unit |
| Kalisampurno | 23 unit |

Sumber data : Data sekunder, diolah, tahun 2009

Industri tas dan koper ini juga menyerap tenaga kerja yang cukup banyak sehingga mampu untuk mengurangi jumlah warga yang tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran. Karena mampu mengurangi jumlah pengangguran maka otomatis industri ini juga mampu untuk mengangkat harkat dan martabat para pengrajin tas dan juga meningkatkan perekonomian mereka sehingga tidak menjadi warga menengah ke bawah lagi. Secara langsung hal ini juga menyebabkan meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan membawa pemerataan ekonomi di wilayah tersebut dan diharapkan hal ini akan terus dapat berkembang dari tahun ke tahun.

Data terkait dengan jumlah tenaga kerja yang ada di wilayah sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 2**

**Data Tenaga Kerja di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin**

| TENAGA KERJA (ORANG) | | | |
|---|---|---|---|
| DESA | PEREMPUAN | LAKI-LAKI | JUMLAH |
| Kedensari | 231 | 219 | 450 |
| Kludan | 452 | 465 | 917 |
| Ketegan | 41 | 39 | 80 |
| Kalisampurno | 46 | 52 | 96 |

Sumber data : Data sekunder, diolah, tahun 2009.

Usaha di sentra industri tersebut semakin berkembang dan penjualannya tidak hanya untuk skala lokal Jawa Timur namun sudah mulai merambah ke wilayah propinsi lain dan bahkan mulai melakukan ekspor produksi tas dan koper ke negara-negara tetangga. Hal ini mulai terjadi sejak tahun1996[27].

Dengan mulai merambahnya produksi tas dan koper tersebut ke wilayah propinsi lain dan juga negara lain maka bertambah pula volume produksi yang dilakukan oleh pengrajin dan pengusaha tas tersebut. Dengan meningkatnya volume produksi maka bertambah pula nilai produksi dari barang kerajinan yang dihasilkan. Bahkan pengusaha menengah bisa mendapat keuntungan sampai Rp150 juta pertahun[28] dan juga koperasi INTAKO bisa mendapat keuntungan hingga Rp 10 Milyar per tahun.[29]

Data terkait dengan nilai produksi yang ada di wilayah sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin dapat dilihat dalam tabel berikut

[27] Hasil wawancara dengan Sam Khuret, pengusaha di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin. Pada tanggal 21juni 2009
[28] Ibid. diolah tahun 2009.
[29] Hasil wawancara dengan Siti Mintarsih , staf bagian personalia dan administrasi umum Koperasi INTAKO, diolah tahun 2009.

**Tabel 3**

**Data Nilai Produksi di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin**

| NILAI PRODUKSI | | | |
|---|---|---|---|
| DESA | VOLUME | SATUAN | NILAI (Rp) |
| Kedensari | 482.050 | BUAH | 16.082.000.000 |
| Kludan | 1.155.540 | BUAH | 45.221.600.000 |
| Ketegan | 21.600 | BUAH | 864.000.000 |
| Kalisampurno | 14.600 | BUAH | 780.000.000 |

Sumber data : Data sekunder, diolah, tahun 2009.

Meningkatnya volume produksi sebanding dengan bertambahnya nilai investasi dan bahan baku yang harus dikeluarkan oleh pengrajin dan pengusaha tas tersebut. Hal inilah yang menjadi indikasi bahwa perekonomian di wilayah tersebut mulai berkembang dan berdampak pula dengan meningkatnya perekonomian dari sektor lain semisal jasa ekspedisi atau pengiriman barang, penjualan kulit dan kulit imitasi, jasa sablon, dll. Dengan bertambahnya volume produksi maka dipastikan pula pendapatan dari para pengusaha dan pengrajin tersebut akan meningkat dengan cukup signifikan.

Data terkait dengan nilai investasi dan nilai bahan baku yang ada di wilayah sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 4**

**Data Nilai Investasi dan Nilai Bahan Baku di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin**

| DESA | NILAI INVESTASI (Rp) | NILAI BAHAN BAKU (Rp) |
|---|---|---|
| Kedensari | 5.629.500.000 | 5.065.830.000 |
| Kludan | 9.262.400.000 | 14.559.604.000 |
| Ketegan | 765.329.000 | 267.840.000 |
| Kalisampurno | 690.000.000 | 241.600.000 |

Sumber data : Data sekunder, diolah, tahun 2009.

**B. Pelaksanaan Pendaftaran Merek**

**1. Pelaksanaan Pendaftaran Merek di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin.**

Dalam era modern dan globalisasi yang semakin maju dengan pesat maka perlindungan terhadap suatu produk yang dimiliki oleh masyarakat dengan memberikan perlindungan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) adalah suatu hal yang harus diprioritaskan dan dijadikan sebagai suatu program mendesak yang *urgent* untuk segera dilaksanakan. Hal ini karena dengan terlindunginya produk dari masyarakat tersebut maka akan dapat memberikan suatu proteksi dari hilangnya keuntungan dan juga merupakan salah satu bentuk investasi untuk masa yang akan datang.

Salah satu perlindungan yang dapat dilakukan oleh masyarakat khususnya pengusaha atau pengrajin adalah dengan memberikan merek bagi produk hasil produksi pengusaha atau pengrajin tersebut. Dengan pemberian merek terdaftar

pada produk mereka tersebut maka secara langsung produk pengusaha atau pengrajin tersebut mendapatkan perlindungan secara hukum dari negara.

Agar mendapat perlindungan hukum dari pemerintah maka merek tersebut harus didaftarkan terlebih dahulu. Merek tersebut harus didaftarkan terlebih dahulu melalui Direktorat Jenderal Hak atas Kekayaan Intelektual. Prosedur awal yang dilakukan adalah :

a. mengambil formulir pendaftaran di Depkumham provinsi atau dapat dengan melalui website Ditjen HaKI
b. mengisi formulir sesuai dengan ketentuan yang ada.
c. mengirim kembali formulir tersebut ke Depkumham provinsi dengan menyertakan:
    1) Surat Pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya;
    b. Dua puluh helai etiket merek yang bersangkutan;
    2) Tambahan Berita Negara yang memuat akta pendirian badan hukum atau salinan yang sah akta pendirian badan hukum, apabila pemilik merek adalah badan hukum Indonesia;
    3) Surat Kuasa Khusus apabila permintaan pendaftaran merek diajukan melalui kuasa;
    4) Pembayaran biaya dalam rangka permintaan pendaftaran merek, yang jenis dan besarnya ditetapkan Menteri;
    5) Bukti penerimaan permintaan pendaftaran yang pertama kali yang menimbulkan hak prioritas, dengan disertai terjemahannya dalam

bahasa Indonesia, apabila permintaan pendaftaran merek diajukan dengan menggunakan hak prioritas;

6) Salinan peraturan penggunaan merek kolektif, apabila permintaan pendaftaran merek dagang atau jasa akan digunakan sebagai merek kolektif.

Undang-Undang no 15 Tahun 2001 itu sendiri menganut sistem pendaftaran konstitutif, yaitu bahwa hak menguasai dan menggunakan merek baru didapat setelah melakukan pendaftaran, hal ini berarti bahwa dalam sistem ini pendaftaran merek harus dilakukan terlebih dahulu untuk memperoleh hak atas merek tersebut.. Dengan penggunaan sistem konstitutif ini maka timbul konsekuensi yang harus dilakukan pula sebagai bentuk penjaminan hak-hak atau keadilan bagi masyarakat, antara lain[30] :

a) Pembentukan cabang-cabang kantor merek di daerah ;
b) Pembentukan komisi banding merek ;
c) Memberi kemungkinan untuk mengajukan gugatan yang tidak terbatas melalui pengadilan Jakarta Pusat, tetapi juga melalui pengadilan negeri lainnya yang akan ditetapkan secara bertahap ;
d) Memberikan kemungkinan gugatan melalui Peradilan Tata Usaha Negara ;
e) Pada masa pengumuman permintaan pendaftaran merek dimungkinkan pemilik merek yang tidak terdaftar yang telah menggunakan sebagai pemakai merek pertama untuk mengajukan keberatan.

[30] Soenandar, Taryana. Loc.Cit.

Dengan adanya beberapa ketentuan atau konsekuensi tersebut maka saat ini ketika ada pengusaha atau pengrajin yang ingin melakukan pendaftaran merek maka tidak perlu harus ke Kantor Pusat Ditjen HaKI yang ada di ibukota negara namun cukup dengan melalui kantor-kantor cabang di daerah yang biasanya terletak di ibukota propinsi.

Pentingnya melakukan pendaftaran merek tersebut juga telah disadari oleh pengrajin dan pengusaha di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin. Kesadaran ini timbul dari penalaran mereka akan kondisi obyektif bahwa semakin banyak produk asing yang masuk ke Indonesia dimana barang tersebut dalam kelas barang yang sama dengan produk yang mereka buat. Apabila dilihat dari segi kualitas produk bahwa produk hasil dari UMKM tersebut mampu bersaing dan memiliki kualitas yang bagus serta memiliki harga yang bersaing pula[31]. Namun yang menjadi kendala adalah bahwa produk asing tersebut telah memiliki merek sebagi identitas produk mereka, walaupun merek dari produk asing tersebut belum tentu merek yang terkenal.

Pencitraan atas produk inilah yang masih kurang dimiliki oleh pengusaha dan pengrajin di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin sehingga berakibat kepada kurang dikenalnya produk mereka tersebut. Dari kondisi tersebut dan juga setelah mendapat sosialisasi dari pemerintah daerah yang dilakukan hampir setiap tahun dan bahkan di setiap kegiatan yang dilakukan di sentra industri tas tersebut tentang pentingnya melakukan pendaftaran merek[32], maka kemudian mulai bermunculan pendaftaran merek yang dilakukan oleh para pengusaha dan

[31] Hasil wawancara dengan H. Ismail, salah seorang pengusaha di sentra Industri tas Kecamatan Tanggulangin. Tanggal 15 Juni 2009.
[32] Hasil wawancara dengan Budianto, kepala staf bidang Perindustrian Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo pada tanggal 30 Juni 2009

pengrajin tersebut baik yang dilakukan dengan kolektif melalui fasilitas dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo maupun yang dilakukan secara pribadi atau individu dengan langsung ke cabang Ditjen HaKI yang ada di Dinas Hukum dan HAM wilayah Jawa Timur yang berlokasi di Surabaya.

Pendaftaran merek yang dilakukan oleh para pengrajin dan pengusaha tersebut dilakukan setelah ada sosialisasi, ada yang dengan kesadaran sendiri, dan ada pula yang memiliki kesadaran sendiri namun belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang tata cara dalam melakukan pendaftaran merek sehingga baru melakukan pendaftaran merek setelah mendapat sosialisasi dari dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo.

Setelah adanya sosialisasi tersebut dan semakin maraknya produk buatan asing khususnya China[33] yang masuk ke Indonesia maka mulai ada beberapa pengusaha besar yang memiliki skala penjualan antar kota dan ekspor yang melakukan pendaftaran merek. Kebanyakan dari pengusaha besar ini memiliki kesadaran untuk mendaftarkan merek berasal dari inisiatif mereka sendiri tanpa sebelumnya mendapatkan sosialisasi dari pemerintah[34]. Hal ini terjadi karena beberapa alasan, antara lain :

a) Skala usaha mereka yang tidak lagi hanya menjual produk mereka di sentra industri Tanggulangin, namun sudah merambah ke daerah dan bahkan negara lain[35].

---

[33] Hasil wawancara dengan H. Sam Khuret, pengusaha di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin pada tanggal 21 juni 2009. Pengusaha dan pengrajin di sentra industri tersebut menjadikan barang Produksi China sebagai patokan akan kualitas produk mereka, selain itu banyak produk dari pengusaha tas tersebut yang memiliki bentuk atau model yang sama dengan buatan China tersebut karena penjiplakan yang dilakukan oleh produk China tersebut.

[34] Hasil wawancara dengan Budi Widiandoko, staf personalia Toko Tas Mitra Jaya Tanggulangin, tanggal 30 Juni 2009

[35] Hasil wawancara dengan H. Ismail, Op.Cit.

b) Tingkat persaingan yang ketat antara produk lokal dengan produk asing yang mulai masuk ke Indonesia akibat mulai diberlakukannya era globalisasi[36].

c) Kesadaran yang mulai tumbuh tentang pentingnya merek sebagai identitas dari produk yang dihasilkan dan juga sebagai bentuk pertanggungjawaban bagi produsen dari barang hasil produksi tersebut kepada konsumen produk mereka.

Dengan pemberian merek tersebut maka produk yang mereka buat harapannya akan dikenal oleh masyarakat luas, dengan mulai dikenalnya produk mereka maka hal ini akan berimbas kepada meningkatnya jumlah pembeli atau pelanggan yang membeli produk mnereka. Dengan meningkatnya pembeli maka tentu saja hal ini selalu diimbangi dengan meningkatnya omzet mereka setiap tahun.

Hampir setiap tahun pendaftaran merek dilakukan oleh para pengusaha tas di sentra industri tersebut, dengan alasan yang berbeda-beda pula terkait dengan pendaftaran merek yang dilakukan. Pada tahun 2004 dengan difasilitasi oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perindag dan ESDM Sidoarjo dilakukan pendaftaran merek secara kolektif dengan jumlah pengusaha yang ikut adalah 47 orang[37]. Tujuannya adalah agar semakin banyak pengusaha yang mau untuk melakukan pendaftaran merek baik sendiri maupun dengan fasilitas dinas, salah satu kiat yang dilakukan oleh dinas yaitu dengan menggratiskan biaya pengurusan permohonan merek yang dilakukan secara kolektif tadi. Namun dari 47 orang

[36]Hasil wawancara dengan H. Dikun, pengusaha di sentra Industri Tas kecamatan Tanggulangin.tanggal 25 Juni 2009.

[37] Hasil wawancara dengan Siti Mintarsih, staf Koperasi INTAKO bagian personalia dan administrasi umum. Tanggal 22 Juni 2009.

pengusaha dan pengrajin tas yang mendaftar tersebut hanya sekitar 5 orang yang mengambil merek tersebut[38]. muncul beberapa hal dan alasan yang bermacam-macam yang menjadi penyebab mengapa tidak semua pengusaha dan pengrajin merek yang mengambil merek yang telah mereka daftarkan tersebut. Namun kebanyakan beralasan bahwa pengurusan yang awalnya gratis sampai dengan turunnya sertifikat merek ternyata muncul biaya-biaya yang tetap harus dikeluarkan oleh para pengusaha tas tersebut.

**2. Proses Pendaftaran Merek**

Dalam upaya untuk memperoleh hak atas merek terdapat beberapa proses yang harus dilalui sampai kepada tahap terakhir yaitu turunnya sertifikat merek, proses tersebut dikelompokkan menjadi beberapa bagian, yaitu :

a. **Pemeriksaan Kelengkapan Administratif**

Pemeriksaan administratif ini berisi tentang tata cara dan syarat yang harus dipenuhi dalam mengajukan permohonan pendaftaran merek Mengenai tata cara dan syarat yang harus dilakukan untuk memperoleh merek terdaftar diatur dalam pasal 7 UU tentang Merek, pasal tersebut antara lain sebagai berikut :

(1) Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal dengan mencantumkan:

a. tanggal, bulan, dan tahun;

b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;

c. nama lengkap dan alamat Kuasa apabila Permohonan diajukan melalui Kuasa;

[38] Ibid.

d. warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;

e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas.

(2) Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.

(3) Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat terdiri dari satu orang atau beberapa orang secara bersama, atau badan hukum.

(4) Permohonan dilampiri dengan bukti pembayaran biaya.

(5) Dalam hal Permohonan diajukan oleh lebih dari satu Pemohon yang secara bersama-sama berhak atas Merek tersebut, semua nama Pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat mereka.

(6) Dalam hal Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5), Permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu dari Pemohon yang berhak atas Merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para Pemohon yang mewakilkan.

(7) Dalam hal Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diajukan melalui Kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas Merek tersebut.

(8) Kuasa sebagaimana dimaksud pada ayat (7) adalah Konsultan Hak Kekayaan Intelektual.

(9) Ketentuan mengenai syarat-syarat untuk dapat diangkat sebagai Konsultan Hak Kekayaan Intelektual diatur dengan Peraturan Pemerintah, sedangkan tata cara pengangkatannya diatur dengan Keputusan Presiden.

Permohonan sebagaimana diatas tersebut harus ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya dan dilampiri pula dengan bukti pembayaran biaya[39]. Kemudian bila pendaftaran merek tersebut dilakukan oleh lebih dari 1(satu) pemohon atau lebih dari satu badan hukum yang masing-masing pihak memiliki hak atas merek tersebut maka nama orang-orang dan atau badan hukum-badan hukum tersebut yang ikut mengajukan hak atas merek harus dicantumkan semua dengan memilih alamat salah satu dari pemohon sebagai alamat yang digunakan dalam mengajukan merek. Untuk penandatanganan dari permohonan pendaftaran merek tetap dilakukan oleh satu orang dan dilampiri dengan surat persetujuan dari masing-masing pihak yang berhak. Namun apabila dilakukan melalui kuasanya maka setiap orang yang sama-sama memiliki hak atas merek tersebut haruslah ikut semua untuk menandatangani surat kuasa tersebut.

Surat permohonan tersebut harus dilengkapi dengan[40] :

a) Surat pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftarannya adalah miliknya ;
b) Dua puluh helai etiket merek yang bersangkutan ;
c) Tambahan Berita Negara yang memuat akta pendirian badan hukum atau salinan yang sah akta pendirian badan hukum, apabila pemilik merek adalah badan hukum ;
d) Surat kuasa apabila permintaan pendaftaran merek diajukan melalui kuasa;
e) Pembayaran seluruh biaya dalam rangka permintaan pendaftaran merek, yang jenis dan besarnya ditetapkan dengan Keputusan Menteri, Pasal 10 ayat (1).

[39] Miru, Ahmadi. Op cit. hal. 21.
[40] OK, Saidin. Op cit. hal. 369-370.

Etiket merek yang menggunakan bahasa asing dan atau didalamnya terdapat huruf selain latin atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, wajib disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia, dalam huruf latin atau angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapannya dalam ejaan latin[41]. Tujuan dari adanya peraturan seperti di atas adalah untuk mempermudah pemeriksaan dan juga sebagai salah satu langkah untuk perlindungan masyarakat konsumen.

Kemudian ketentuan mengenai syarat dan tata cara permohonan diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah (pasal 9 UU 15 tahun 2001). Permintaan pendaftaran merek yang diajukan oleh pemilik atau yang berhak atas merek yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah RI, wajib diajukan melalui kuasanya di Indonesia (pasal 10 (1)UU No 15 tahun 2001).

Pemilik atau yang berhak atas merek tersebut wajib pula menyatakan dan memilih tempat tinggal kuasanya sebagai alamatnya di Indonesia (pasal 10 (2)). Dengan adanya aturan ini maka hal ini bertujuan untuk memudahkan proses pendaftaran merek yang sedang berlangsung dan juga bertujuan untuk lebih menjamin berlakunya Undang-Undang Merek Indonesia terhadap merek yang diajukan karena pihak yang mendaftarkan merek tersebut selalu dianggap berdomisili di Indonesia.

Apabila semua syarat administratif yang diwajibkan untuk dilaksanakan oleh pemohon telah dipenuhi maka Ditjen HaKI segera melakukan pemeriksaan kelengkapan syarat administratif permohonan dan dalam dalam tenggang waktu 14 (empat belas) hari telah membuat surat penerimaan.

---

[41] Ibid. hal 370.

**b. Permohonan untuk lebih dari satu Kelas Barang dan/atau Jasa**

Pada prinsipnya permohonan dapat dilakukan untuk lebih dari satu kelas barang dan/atau kelas jasa sesuai dengan ketentuan *Trademark Law Treaty* yang telah diratifikasi dengan Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997[42]. Aturan ini diadakan sebagai salah satu langkah efisiensi untuk membantu masyarakat yang akan menggunakan mereknya untuk beberapa barang dan/atau jasa. Selain itu hal ini dimaksudkan untuk memudahkan pemilik Merek yang akan menggunakan Mereknya untuk beberapa barang dan/atau jasa yang termasuk dalam beberapa kelas yang semestinya tidak perlu direpotkan dengan prosedur administrasi yang mengharuskan pengajuan Permohonan secara terpisah bagi setiap kelas barang dan/atau kelas jasa yang dimaksud.

Permohonan untuk dua kelas atau lebih barang dan/atau jasa tersebut dapat diajukan dalam satu permohonan, tetapi harus menyebutkan jenis barang dan / atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya[43].

c. **Pemeriksaan Substantif**

Dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh hari) Ditjen HaKI melakukan pemeriksaan substantif (pasal 18 (1)). Dan dalam waktu paling lama 9 (sembilan) bulan pemeriksaan substantif tersebut telah selesai dilaksanakan (pasal 18 (3)). Pemeriksaan substantif ini dilakukan berdasar ketentuan pasal 4,5, dan 6 UU Merek. Pasal-pasal tersebut memuat ketentuan yaitu apakah pendaftaran merek tersebut diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik atau merek tersebut

[42] Miru, Ahmadi, Op.Cit, hal. 31.
[43] Ibid. hal. 22.

memenuhi unsur-unsur yang mengharuskan pendaftaran merek tersebut ditolak atau tidak dapat didaftarkan.

Dan bila pemeriksaan substantif tersebut telah dilaksanakan maka atas dasar laporan pemeriksa maka kemudian Ditjen HKI mengumumkan pendaftaran tersebut dalam Berita Resmi Merek (pasal 20 ayat (1) UU Merek). Pengumuman tersebut berlangsung selama 3 (tiga) bulan. Pengumuman tersebut dilakukan dengan :

a) Menempatkannya dalam Berita Resmi Merek yang diterbitkan secara berkala oleh Direktorat Jenderal ; dan/atau
b) Menempatkannya pada sarana khusus yang dengan mudah serta jelas dapat silihat oleh masyarakat yang disediakan oleh Direktorat Jenderal HKI[44].

Pengumuman tersebut dilakukan dengan mencantumkan :

a) Nama dan alamat lengkap pemohon, termasuk kuasa apabila permohonan diajukan melalui pemohon ;
b) Kelas dan jenis barang dan/atau jasa bagi merek yang dimohonkan pendaftarannya ;
c) Tanggal penerimaan ;
d) Nama negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali, dalam hal permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas ; dan
e) Contoh merek. Termasuk keterangan mengenai warna, dan apabila etiket merek menggunakan bahasa asing dan/atau huruf selain

[44] Ibid, hal 43

huruf latin dan /atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, harus menyertakan terjemahannya dalam bahasa Indonesia, huruf latin atau angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, serta cara pengucapannya dalam ejaan latin[45].

d. **Keberatan atau Sanggahan**

Dalam jangka waktu pengumuman tersebut setiap warga negara Indonesia maupun asing berhak untuk mengajukan keberatan secara tertulis kepada Direktorat Jenderal HKI atas permohonan dan dikenakan biaya. Keberatan tersebut diajukan apabila terdapat alasan yang cukup disertai bukti bahwa merek yang dimohonkan pendaftarannya adalah merek yang berdasarkan UU Merek tidak dapat didaftarkan atau harus ditolak.

Apabila terdapat keberatan dari pihak tertentu, Direktorat Jenderal dalam waktu paling lama empat belas hari terhitung sejak tanggal penerimaan keberatan mengirimkan salinan surat yang berisikan keberatan tersebut kepada pemohon atau kuasanya[46].

e. **Pemeriksaan Kembali**

Kemudian apabila ada keberatan yang diajukan oleh masyarakat umum atas merek yang dimohonkan pendaftarannya tersebut maka Direktorat Jenderal akan melakukan pemeriksaan kembali. Pemeriksaan kembali terhadap permohonan tersebut dilakukan dalam jangka waktu paling lama dua bulan terhitung sejak berakhirnya jangka waktu pengumuman dan Direktorat Jenderal

[45] Ibid, hal. 43-44.
[46] Ibid, hal. 44.

memberitahukan secara tertulis kepada pihak yang mengajukan keberatan mengenai hasil pemeriksaan kembali.

f. **Penerbitan Sertifikat Merek**

Dapat diketahui bahwa Sertifikat Merek diberikan kepada pemohon tanpa melalui pemeriksaan kembali apabila :

a) Tidak ada keberatan pada saat pengumuman ; atau
b) Keberatan tidak diterima.

Sertifikat merek sesuai dengan pasal 27 ayat (3) UU Merek memuat beberapa ketentuan, yaitu:

a) Nama dan alamat lengkap pemilik merek yang didaftarkan ;
b) Nama dan alamat lengkap kuasa, dalam hal permohonan diajukan oleh pemohon yang bertempat tinggal di luar negeri dan yang menggunakan hak prioritas ;
c) Tanggal pengajuan dan tanggal penerimaan ;
d) Nama negara dan tanggal permohonan yang pertama kali apabila permohonan tersebut diajukan dengan menggunakan hak prioritas ;
e) Etiket merek yang didaftarkan, termasuk keterangan mengenai macam warna apabila merek tersebut menggunakan unsur warna apabila merek tersebut menggunakan unsur warna dan apabila merek menggunakan bahasa asing dan/atau huruf selain huruf latin dan dan /atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia, harus menyertakan terjemahannya dalam bahasa Indonesia, huruf latin atau angka yang lazim

digunakan dalam bahasa Indonesia, serta cara pengucapannya dalam ejaan latin ;

f) Nomor dan tanggal pendaftaran ;

g) Kelas dan jenis barang dan/atau jasa yang mereknya didaftar; dan

h) Jangka waktu berlakunya pendaftaran merek.

Dengan terbitnya sertifikat merek tersebut maka merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemohon atau kuasanya tersebut telah resmi terdaftar sebagai merek yang dapat digunakan dalam perdagangan barang dan/atau jasa di negara Indonesia.

**C. Hambatan Pelaksanaan Pendaftaran Merek Bagi Pengusaha di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin.**

Dalam pelaksanaannya pendaftaran yang dilakukan oleh masyarakat ke Ditjen HaKI baik secara kolektif maupun Individu, baik melalui fasilitas pemerintah maupun inisiatif sendiri tidak signifikan dengan meningkatnya jumlah pengusaha dan pengrajin di sentra tersebut. Bila kemudian diklasifikasikan kembali maka dari pengusaha tersebut muncul beberapa alasan yang menjadi hambatan dalam meningkatkan jumlah pendaftaran merek. Hambatan tersebut antara lain :

**1.Hambatan Yuridis**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa yang menjadi hambatan yuridis dalam pelaksanaan pendaftaran merek adalah :

**Lemahnya penegakan hukum**

Bahwa para pengusaha tas di sentra industri tersebut tidak melakukan pendaftaran merek dikarenakan tidak adanya suatu langkah represif yang dilakukan oleh pemerintah untuk menindak mereka yang tidak melakukan pendaftaran merek, bila pemerintah mulai bersikap tegas mungkin akan dilakukan pendaftaran merek[47]. Selama ini tindakan yang dilakukan oleh pemerintah daerah yaitu menggunakan langkah persuasif dengan cara melakukan pembinaan dan sosialisasi yang dilakukan cukup intens.

Terdapat beberapa faktor pendorong kepatuhan masyarakat terhadap kebijakan publik, antara lain[48] :

1) Adanya rasa hormat terhadap kewenangan serta keputusan lembaga pemerintah. Jika masyarakat telah terdidik untuk mengakui otoritas yang dimaksud, mereka akan merasa malu apabila melakukan kesalahan atau pelanggaran terhadap keputusan-keputusan.
2) Adanya kesadaran untuk menerima kebijakan yaitu penerimaan yang logis bahwa kebijakan itu memang benar-benar diperlukan oleh pemerintah untuk kepentingan warganya.

---

[47] Hasil wawancara dengan H.Samsuri Khuret, pengusaha di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin, tanggal 25 Juni 2009.

[48] Wahyuni. Erma, dkk, **Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek, 2006,** Yayasan Pembaruan Administrasi Publik Indonesia ; Yogyakarta, hal.30.

3) Adanya keyakinan bahwa kebijakan itu dibuat secara sah dan konstitusional oleh lembaga yang berwenang sehingga masyarakat mau untuk mematuhinya.
4) Adanya kepentingan pribadi yaitu persesuaian antara kebijakan publik dengan keinginan pribadi masing-masing masyarakat.
5) Adanya ancaman berupa sanksi bagi mereka yang tidak mematuhi kebijakan publik serta adanya keinginan untuk tidak dianggap terbiasa melanggar hukum
6) Karena lamanya waktu sehingga masalah yang dulu kontroversial kemudian setelah lampau waktu tertentu, dapat diterima secara wajar dan ditaati.
7) Karena tidak ada kepastian hukum atau ketidakjelasan kebijaka yang satu dengan yang lain. Adanya perbedaan penafsiran serta kepentingan sehingga menyebabkan tidak ditaatinya kebijakan umum pemerintah atau kebijakan publik.

Menurut pengusaha tersebut bahwa pendaftaran merek adalah merupakan hal yang wajib dilakukan apabila ada tindakan represif terhadap pemilik usaha tanpa merek terdaftar. sedangkan dalam UU Merek sanksi yang dapat diberikan hanya kepada pihak yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek orang lain yang sudah terdaftar terlebih dahulu (pasal 90 UU Merek). Dan tidak ada sanksi bagi pihak yang menjalankan usaha tanpa merek terdaftar.

Pendaftaran merek yang diatur dalam UU Merek adalah untuk kepentingan individu pemilik usaha tersebut, bukan untuk orang lain. Jadi apabila mereka ingin mendapat perlindungan hukum dari pemerintah, maka pendaftaran merek adalah langkah yang wajib ditempuh oleh para pengusaha tas tersebut.

Melihat kondisi di masyarakat kita yang masih cukup sering terjadi ketimpangan informasi yang diterima dan juga tingkat pemahaman dari masyarakat yang tidak sama maka sikap pemerintah dengan melakukan tindakan yang persuasif adalah langkah yang cukup tepat. Langkah ini diambil sebagai bentuk upaya pembinaan dengan rencana jangka panjang yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat dari diri mereka sendiri karena terbiasa.

**2. Hambatan Non-Yuridis**

Berdasar wawancara yang telah dilakukan kepada para pelaku usaha di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin kemudian muncul berbagai alasan yang menjadi penghambat rendahnya tingkat pendaftaran merek di sentra industri tas tersebut, hambatan tersebut terbagi atas beberapa faktor, yaitu :

**1.)Kurang sosialisasi tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual.**

Bahwa pengusaha dan pengrajin di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin kebanyakan tidak mengetahui tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual itu seperti apa posisi dan lokasi serta kedudukannya. Semisal notaris atau pengacara masyarakat umum mengetahui dengan cukup baik, namun ketika kuasa yang akan mereka berikan itu harus kepada Konsultan Hak Kekayaan

Intelektual itu yang cukup membuat kebingungan tersendiri[49] karena para pengusaha tersebut tidak tahu tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual.

Dalam penjelasan pasal 7 UU Merek juga tidak disebutkan siapa dan bagaimana kedudukan dari Konsultan Hak Kekayaan Intelektual. Ketika ada pengusaha tas yang ingin menggunakan Konsultan Hak Kekayaan Intelektual maka akan menemui kesulitan ketika akan menggunakan kuasa tersebut.

Dalam pasal 5 UU no 10 tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus berdasarkan pada asas Pembentukan Peraturan Perudang-undangan yang baik, meliputi asas :

a) Kejelasan Tujuan;

   Yang dimaksud dengan "kejelasan tujuan" adalah bahwa setiap pembentukan Peraturan. Perundang-undangan harus mempunyai tujuan yang jelas yang hendak dicapai.

b) Kelembagaan atau organ pembentuk yang tepat;

   Yang dimaksud dengan asas “kelembagaan atau organ pembentuk yang tepat” adalah bahwa setiap jenis Peraturan Perundang-undangan harus dibuat oleh lembaga/pejabat Pembentuk Peraturan Perundang-undangan yang berwenang. Peraturan Perundang-undangan tersebut dapat dibatalkan atau batal demi hukum, apabila dibuat oleh lembaga/pejabat yang tidak berwenang.

c) Kesesuaian antara jenis dan materi muatan;

[49] Hasil wawancara dengan H.Muntaji, pengusaha di sentra industry tas kecamatan Tanggulangin pada tanggal 21 juni 2009.

Yang dimaksud dengan asas "kesesuaian antara jenis dan materi muatan" adalah bahwa dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus benar-benar memperhatikan materi muatan yang tepat dengan jenis Peraturan Perundang-undangannya

d) Dapat dilaksanakan;

Yang dimaksud dengan asas "dapat dilaksanakan" adalah bahwa setiap Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus memperhitungkan efektifitas Peraturan Perundang-undangan tersebut di dalam masyarakat, baik secara filosofis, yuridis maupun sosiologis.

e) Kedayagunaan dan kehasilgunaan;

Yang dimaksud dengan asas "kedayagunaan dan kehasilgunaan" adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan dibuat karena memang benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat dalam mengatur kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

f) Kejelasan rumusan;

Yang dimaksud dengan asas "kejelasan rumusan" adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan harus memenuhi persyaratan teknis penyusunan Peraturan Perundang-undangan, sistematika dan pilihan kata atau terminologi, serta bahasa hukumnya jelas dan mudah dimengerti, sehingga tidak menimbulkan berbagai macam interpretasi dalam pelaksanaannya.

g) Keterbukaan.

Yang dimaksud dengan asas "keterbukaan" adalah bahwa dalam proses Pembentukan Peraturan Perundang-undangan mulai dari perencanaan, persiapan, penyusunan, dan pembahasan bersifat transparan dan terbuka. Dengan demikian seluruh lapisan masyarakat mempunyai kesempatan yang seluas-luasnya untuk memberikan masukan dalam proses pembuatan Peraturan Perundang-undangan.

Pasal 7 ayat (9) UU Merek tersebut telah memenuhi semua unsur yang disyaratkan sehingga sudah dapat dikatakan sebagai peraturan yang baik, namun terkait dengan penjelasan masih ada beberapa kekurangan yang perlu untuk ditambahi.

Pemerintah sendiri dengan melihat semakin banyaknya masyarakat yang kurang paham akan Konsultan HKI kemudian mengeluarkan peraturan yang mengatur tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual dalam Peraturan Pemerintah No 2 tahun 2005 tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual. Pasal 1 UU Tentang Konsultan HKI memberikan pengertian bahwa Konsultan Hak Kekayaan Intelektual adalah orang yang memiliki keahlian di bidang Hak Kekayaan Intelektual dan secara khusus memberikan jasa di bidang pengajuan dan pengurusan permohonan di bidang Hak Kekayaan Intelektual yang dikelola oleh Direktorat Jenderal dan terdaftar sebagai Konsultan Hak Kekayaan Intelektual di Direktorat Jenderal.

Sesuai dengan hierarki perundang-undangan maka peraturan pemerintah ini bertujuan untuk memberikan penjelasan peraturan yang ada di atasnya yaitu undang-undang. Namun dengan jangka waktu yang cukup lama ini (4 tahun) sampai munculnya penjelasan tentang Konsultan HKI ini menunjukkan bahwa selama jangka waktu tersebut banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang Konsultan HKI karena tidak adanya penjelasan dalam peraturan di bawahnya.

Dengan melihat kondisi obyektif yang terjadi di masyarakat tersebut maka ada perlunya untuk memberikan penjelasan atau sosialisasi tentang Konsultan Hak Kekayaan Intektual agar pengusaha tas yang akan menggunakan jasanya tidak mengalami kesulitan.

**2.)Faktor Skala Usaha.**

Hambatan ini sebagian besar dialami oleh para pengrajin dan pengusaha mikro, mereka beranggapan bahwa usaha yang mereka laksanakan masih dalam skala yang kecil dan tidak besar, selain itu mereka hanya melakukan kegiatan apabila ada pesanan dari masyarakat. Oleh karena kegiatan produksi yang mereka lakukan hanya apabila ada pesanan maka mereka beranggapan bahwa pendaftaran merek yang dilakukan itu tidak memiliki suatu relevansi dengan usaha mereka[50]. Dengan atau tanpa melakukan pendaftaran merek usaha mereka akan tetap berjalan.

Menghadapi pandangan dari masyarakat yang seperti itu memang kita akan mengalami kesulitan yang tidak akan ada habisnya. Namun selalu ada

[50] Hasil wawancara dengan H.Siali, pengrajin di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin pada tanggal 20 juni 2009.

celah yang bisa kita masuki untuk memberikan pemahaman kepada pengusaha dan pengrajin tersebut, bahwa dengan melakukan pendaftaran merek maka barang hasil produksi mereka tersebut mendapat perlindungan dari pemerintah sesuai dengan yang diatur dalam UU Merek.

**3.)Faktor Biaya.**

Para pengusaha dan pengrajin tersebut beranggapan bahwa pendaftaran merek yang akan mereka lakukan tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit[51]. Dalam pandangan mereka bahwa mengurus merek tersebut menghabiskan biaya sampai berjuta-juta dan kemudian jangka waktu perlindungan terhadap merek yang mereka daftarkan tersebut tidak lama sehingga membutuhkan pendaftaran merek kembali yang tentunya akan membutuhkan biaya yang tidak murah pula.

Dalam sosialisasi yang telah dilakukan oleh dinas terkait diketahui bahwa biaya yang harus dikeluarkan untuk mengurus merek terdaftar adalah di kisaran Rp 600.000,00(enam ratus ribu rupiah) – Rp 1.500.000,00 (satu juta lima ratus ribu rupiah)[52].

**4.)Lemahnya Pengetahuan tentang Prosedur Pendaftaran Merek ;**

Hal yang membuat mereka ragu ketika akan melakukan pendaftaran merek adalah karena mereka tidak mengetahui bagaimana perosedur yang harus mereka lalui dan lakukan untuk dapat memperoleh hak atas merek tersebut. Kemudian mereka juga beranggapan bahwa mengurus merek

[51] Hasil wawancara dengan H Sai'in, pengrajin di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin pada tanggal 20 juni 2009.
[52] Hasil wawancara dengan Budianto, Op. Cit.

tersebut akan melelahkan karena waktu pengurusan sampai turunnya sertifikat merek itu cukup lama[53].

Apabila mereka mau dan memiliki rasa tanggung jawab yang cukup besar maka dengan membaca ketentuan yang terdapat di UU Merek maka mereka akan mendapat pengetahuan tentang bagaimana prosedur yang harus mereka lakukan dalam pendaftaran merek. Dalam UU Merek pemeriksaan substantif dilakukan paling lama 9 (sembilan) bulan (pasal 18 ayat (3)), kemudian apabila disetujui maka akan diumumkan dalam Berita Resmi Merek selama 3 (bulan) dan apabila tidak ada keberatan yang diajukan oleh masyarakat umum maka pendaftaran tersebut dapat disetujui dan kemudian sertifikat merek telah dapat diterima oleh pemohon.

Memang waktu pengurusan sampai dengan turunnya sertifikat merek memakan waktu yang tidak sebentar yaitu sekitar 12 bulan tergantung dengan kondisi obyektif yang dialami, namun tujuan dari kepengurusan merek yang tidak sebentar ini antara lain adalah memberi kesempatan kepada masyarakat umum untuk mengajukan keberatan dan sanggahan atas permohonan merek tersebut, sehingga dengan terbitnya merek ini nanti harapannya tidak terjadi sengketa yang akan membuat masing-masing pihak memerlukan waktu ekstra dan konsentrasi lebih untuk menyelesaikan masalah ini melalui Pengadilan Niaga. Dan juga sebagai bukti kepada masyarakat bahwa pemeriksaan yang dilakukan tidak dengan asal-asalan namun sesuai dengan prosedur yang baku.

Dengan mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh dinas terkait maka kita akan mendapat pemahaman yang tepat dan tidak salah mengenai berbagai

[53] Hasil wawancara dengan H Sumiran, pengusaha di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin pada tanggal 20 Juni 2009.

hal terkait dengan Merek. Sehingga sosialisasi ini dapat mengurangi dan meluruskan pandangan atau persepsi yang salah dari masyarakat

**5.)Faktor Keserasian Bentuk**

Bahwa setiap model tas tersebut maka logo atau merek yang akan dipasang bentuknya harus mengikuti atau diserasikan atau dicocokan dengan model tas tersebut[54], dengan alasan ini maka walaupun merek tersebut tetap sama namun bentuknya akan berbeda-beda pula antara satu produk tas dengan produk tas yang lain.

Dengan berbeda bentuk maka sesuai dengan aturan atau ketentuan yang terdapat dalam UU Merek yaitu Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda. Dengan mengubah bentuk maka merek tersebut dapat pula diartikan bahwa itu sudah berbeda merek sehingga harus dilakukan pendaftaran merek kembali Hal inilah yang menyebabkan pengusaha tersebut setelah membaca UU Merek malah semakin yakin untuk tidak melakukan pendaftaran merek saat ini, karena mereka beranggapan bahwa jika mendaftarkan mereknya maka merek yang harus didaftarkan tersebut tidak hanya satu namun lebih dari satu merek.

**6.)Faktor Bahan Produksi**

Di pengusaha tas tersebut terdapat pemahaman yang salah, yaitu bahwa untuk melakukan pendaftaran merek terhadap produk yang berasal dari

[54] Hasil wawancara dengan H. Sam Khuret, Op. Cit.

bahan kulit maka harus dilakukan pendaftaran hak paten terlebih dahulu[55]. Sedangkan barang yang mereka buat adalah menggunakan bahan imitasi sehingga tidak perlu untuk didaftarkan mereknya[56].

Dalam pasal 2 ayat (1) UU No 14 tahun 2001 tentang Paten berisi bahwa paten diberikan untuk Invensi yang baru dan mengandung langkah inventif serta dapat diterapkan dalam industri. Sedangkan dalam produksi yang dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin di sentra industri tas tersebut adalah merubah bahan untuk membuat tas yaitu dari bahan imitasi menjadi bahan kulit, dengan hanya mengganti unsur bahan maka langkah produksi yang dilakukan ini tidak termasuk dalam sebuah langkah yang inventif yang menghasilkan sebuah invensi baru sehingga untuk membuat tas tersebut dengan bahan kulit tersebut tidak perlu terlebih dahulu mendaftarkan hak Patennya karena tentu saja produk ini tidak akan lolos dalam syarat awal untuk memperoleh hak Paten.

Pandangan seperti ini agar tidak menjadi sebuah pemikiran yang berlangsung terus menerus maka merupakan salah satu hal yang urgen untuk segera diluruskan dan diberikan pemahaman yang benar tentang bagaimana tata cara dan syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam melakukan pendaftaran merek.

---

[55] Ibid.

[56] Hasil wawancara dengan Imam Syafi'i, pengusaha di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin pada tanggal 21 juni 2009

**D. Upaya Pemerintah Daerah Mengatasi Hambatan Bagi Pengusaha Di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin Dalam Pelaksanaan Pendaftaran Merek**

Menghadapi berbagai hambatan yang terjadi yang berakibat kepada tingkat pendaftaran merek yang masih rendah tersebut maka pemerintah daerah dalam hal ini dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo memiliki beberapa program dan juga strategi yang dilaksanakan sebagai sebuah hasil dari analisa kondisi obyektif yang terjadi di lapangan yaitu yang terjadi di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin. Kondisi obyektif tersebut dirumuskan dalam sebuah analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Oportunity, and Treatment*). Kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut :

1. *Strenght* (kekuatan)

   Dari analisa tentang kekuatan yang dimiliki tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kondisi dilapangan adalah[57]:

   a) Ketersediaan bahan baku yang cukup melimpah
   b) Hampir semua masyarakat mengusahakan
   c) Dukungan infrastruktur dan teknologi
   d) Sifatnya yang padat karya
   e) Keahlian turun-temurun

2. *Weakness* (kelemahan)

   Hasil dari analisa tentang kelemahan yang dimiliki oleh usaha mikro, kecil dan menengah di sentra tersebut adalah[58] :

[57] Perkembangan Ekonomi dan Industri Sidoarjo tahun 2008, Op.Cit, hal. 17 diolah tahun 2009
[58] Ibid, hal. 17, diolah tahun 2009

a) Pola kemitraan belum optiomal

b) Tidak ada proses inovasi berlanjut

c) Aspek ketergantungan sangat kuat

d) Mata rantai distribusi yang bercabang

e) Dukungan permodalan yang minim

3. *oportunity* (peluang)

Peluang yang dimiliki oleh UMKM di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin setelah dilakukan analisa adalah sebagai berikut[59] :

a) Kebutuhan pasar semakin besar

b) Terbukanya peluang investasi

c) Implementasi Otonomi Daerah

d) Kebijakan yang Pro usaha kecil kian luas

e) Kemudahan akses pasar Internasional

4. *treatment* (ancaman)

Dalam analisa yang dilakukan terdapat pula beberapa ancaman yang apabila dibiarkan maka dapat membuat UMKM mengalami suatu keadaan yang cukup tidak sehat dan bahkan tidak membawa manfaat. Ancaman tersebut antara lain[60] :

a) Pencemaran Lingkungan

b) Kerusakan Ekosistem

c) Nilai tambah yang tidak optimal

d) Konflik kepentingan antar sesame

e) Instabilitas sosial – politik

[59] Ibid, hal. 17, diolah tahun 2009
[60] Ibid, hal. 17, diolah tahun 2009

Berdasarkan analisis SWOT diatas dapat dirumuskan kembali strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidoarjo secara makro sebagai berikut :

Strategi 1 : Pengembangan investasi yang berorientasi ekspor dan berwawasan lingkungan.

Strategi 2 : Peningkatan pengolahan sumber daya alam dan pemberdayaan sumber daya manusia.

Strategi 3 : Pengembangan infrastruktur pendukung investasi.

Strategi 4 : Pencegahan kerawanan sosial dengan meningkatkan SDM dan penciptaan lapangan kerja.

Strategi 5 : Penatagunaan lahan dengan arah kebijakan pengendalian perijinan penggunaan lahan.

Strategi 6 : Pengembangan jaringan distribusi produk lokal.

Strategi 7 : Pengembangan program kemitraan.

Strategi 8 : Memfasilitasi dan mengkoordinasikan terwujudnya managemen Industri dan Perdagangan di Kabupaten Sidoarjo yang berkelanjutan.

Strategi 9 : Mendorong pertumbuhan dan pengembangan sektor Industri dan Perdagangan yang bertumpu pada potensi daerah.

Strategi 10 : Mendorong pertumbuhan dan pengembangan sektor Industri dan Perdagangan kecil formal dan non formal sebagai alternatif pengembangan usaha[61].

[61] Ibid, hal. 18.

Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo memiliki program kerja yang menjadi *platform* dalam bertindak yaitu :

**1. Kebijakan Internal**

a) Memfasilitasi pengusaha untuk mendapat peluang yang lebih besar.
b) Peningkatan kepuasan pelayanan dan perluasan pasar melalui media informasi dan promosi.
c) Pendayagunaan potensi daerah yang dapat digunakan untuk pengembangan sektor industri dan perdagangan.

**2. Kebijakan eksternal.**

a) Dukungan permodalan berupa pinjaman uang dengan bunga lunak dari Bank Pemerintah maupun Bank swasta.
b) Peningkatan koordinasi dan komunikasi antar instansi terkait yang saling mendukung dalam pembinaan dan pengembangan sektor industri dan perdagangan.
c) Peningkatan jumlah bantuan industri kecil dan menengah dan dari bergulir secara kontinyu.
d) Iklim dan geografi Kabupaten Sidoarjo dalam rangka untuk tumbuh dan berkembangnya usaha-usaha yang ditangani oleh industri dan perdagangan.

Setelah melihat bagaimana kondisi obyektif yang terjadi di lapangan, kemudian pemerintah daerah khususnya dalam hal ini adalah dinas Koperasi, Perindag, UMKM, dan ESDM Sidoarjo membuat beberapa program kerja mikro yang dirumuskan sebagai upaya untuk menanggulangi berbagai hambatan yang

terjadi di lingkungan pengusaha dan pengrajin di sentra Industri Tas kecamatan Tanggulangin. Upaya-upaya tersebut memiliki tujuan :

a) Meningkatnya pendapatan dan taraf hidup pengusaha Industri dan Perdagangan khususnya UMKM.
b) Terpenuhinya barang dan jasa dipasaran dalam jumlah dan harga yang terjangkau.
c) Terlindunginya konsumen dari pemakaian produk.

Upaya-upaya dari dinas untuk mengatasi hambatan yang terjadi terkait UMKM di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin tersebut terbagi menjadi 2, yaitu :

**a. Upaya Yuridis**

Upaya yang dilakukan oleh dinas terkait dengan permasalahan yuridis tersebut antara lain :

**1. Sosialisasi tentang Langkah Persuasif**

Dalam bertindak untuk memberikan pemahaman yang benar kepada pengusaha tas di sentra tersebut memang tidak dilakukan langkah yang represif. Namun dengan langkah yang persuasif dengan cara memberikan sosialisasi dan memberikan info apabila ada pengusaha yang ingin melakukan pendaftaran merek langkah ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab dinas kepada pengusaha dan pengrajin yang menjadi binaannya. Tanggung jawab untuk meningkatkan kesadaran pengusaha untuk melakukan pendaftaran merek, tujuannya adalah terbangunnya kesadaran dari diri para pengusaha itu sendiri tanpa adanya paksaan dari pihak-pihak terkait.

Selain itu pemerintah daerah dalam hal ini tidak dapat bertindak tegas karena tidak adanya laporan dari masyarakat bahwa telah terjadi pelanggaran merek yang dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin tersebut. Pelanggaran merek adalah merupakan tindak pidana dengan delik aduan. Jadi pemerintah baru bisa melakukan upaya penertiban dan penyelidikan apabila ada suatu laporan dari masyarakat terkait dengan tindak pidana yang dilakukan. Apabila tidak ada maka pemerintah pun tidak dapat untuk melakukan upaya apapun selain dengan sikap yang persuasif tadi.

2. **Sosialisasi Tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual**

Dengan melihat kenyataan bahwa masih cukup banyak pengusaha tas yang kurang tahu tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) maka kemudian dinas terkait membuat program sosialisasi tentang Konsultan HKI tersebut, konsultasi ini dilakukan agar pemahaman tentang Konsultan HKI ini menjadi lebih gamblang dimiliki oleh para pengusaha tas tersebut. Namun apabila masih mengalami kesulitan maka pengusaha tas tersebut dapat meminta kepada Dinas untuk membantu melakukan pendaftaran merek. Sosialisasi dilakukan dengan memberikan penjelasan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 2 tahun 2005 tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual.

**b. Upaya Non Yuridis**

Upaya non yuridis ini terdiri atas beberapa program, yaitu :

**1. sosialisasi yang berkesinambungan.**

Dengan melihat masih banyaknya pandangan yang salah dimasyarakat tentang prosedur maupun syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mengajukan

pendaftaran merek maka dinas merasa perlu untuk melakukan sosialisasi. Apabila hanya dilakukan dengan satu kali sosialisasi maka dapat peningkatan pemahaman yang umum tidak akan dapat tercapai, oleh karena itu kemudian dinas membuat program yaitu dengan melakukan sosialisasi yang berkesinambungan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang berbagai hal terkait dengan merek sehingga harapannya akan tercipta suatu pemahaman yang berlaku umum dan tidak separuh-separuh[62].

Sosialisasi ini dilakukan hampir di setiap kegiatan yang dilakukan oleh dinas terkait di wilayah sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin. Kemudian ada waktu tertentu juga yang dilakukan oleh dinas khusus untuk sosialisasi tentang merek. Sosialisasi tersebut dilakukan dengan bertahap dan berganti topik atau tema setiap waktu sosialisasi. Sehingga pemahaman yang akan didapat harapannya akan meningkat setiap selesai satu sesi sosialisasi.

**2. Bantuan Pendaftaran Merek dengan Sistem *Sharing***

Program ini dibuat agar pengusaha yang masih belum besar dan tidak memiliki neraca keuangan yang stabil agar mau untuk melakukan pendaftaran merek. Dan sebagai upaya untuk menyamakan persepsi bahwa tidak hanya pengusaha besar yang punya merek, namun pengusaha kecil dan mikro pun apabila melakukan pendaftaran merek akan mendapat keuntungan yang signifikan Program ini wujudnya adalah memberikan pembagian yang sama besar antara pengusaha dan juga dinas terkait dengan biaya pendaftaran. Jadi pengusaha dalam mendaftarkan mereknya hanya perlu membayar separuh (50%) dari biaya yang

[62] Hasil wawancara dengan Budianto, Op.Cit.

harus dikeluarkan, sedangkan separuhnya lagi (50%) dibayar oleh pemerintah melalui Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo.

Sampai saat ini sudah ada beberapa orang pengusaha yang setelah mendapat sosialisasi dan sesuai dengan program seperti di atas yang melakukan pendaftaran merek[63].

**3. Bantuan Pengurusan Pendaftaran Merek.**

Dengan melihat kondisi di lapangan yaitu tentang minimnya pendaftaran yang dilakukan oleh pengusaha dan pengrajin di sentra industri tas tersebut yang masih minim walaupun telah dilakukan sosialisasi .maka kemudian dinas terkait membuat program dengan tujuan agar pengusaha yang masih belum mendaftar dan masih ada keraguan maupun masih kurang tahu (tata cara yang harus dilakukan untuk mendaftar mereknya) mau untuk mendaftar mereknya.

Pemberian fasilitas ini dilakukan dengan maksud agar usaha dari UMKM tas tersebut dapat mengalami peningkatan produksi yang cukup signifikan dan dapat membantu ekonomi untuk mereka sendiri maupun membantu ekonomi Sidoarjo agar meningkat dan dapat bersaing dengan wilayah lain.

Wujud dari bantuan ini adalah pengusaha dapat datang kepada Dinas untuk meminta bantuan, kemudian merek yang akan diajukan pendaftarannya tersebut akan dibantu pengurusannya oleh dinas sampai dengan terbitnya sertifikat merek.

[63] Hasil wawancara dengan Budianto, ibid.

**4. Pemberdayaan pelaku usaha sektor industri dan perdagangan**

Sektor Usaha mikro, kecil dan menengah saat ini adalah sebagai penggerak utama pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan karena merupakan sektor awal atau dasar bagi bergeraknya ekonomi daerah, maka kemudian dinas membuat program Pemberdayaan pelaku usaha sektor industri dan perdagangan yang memiliki spesifikasi program yaitu sebagai berikut :

1. Peningkatan motivasi berusaha
2 Pengembangan teknologi dan produk.
3. Peningkatan akses pasar.
4. Memperlancar arus distribusi barang dan jasa.
5. Peningkatan perlindungan konsumen.

Dengan tercapainya lima program khusus tersebut harapannya usaha UMKM di wilayah Sidoarjo akan mengalami peningkatan tidak hanya dari sektor produksi namun juga pelayanan serta penyaluran barang hasil produksi dari UMKM di sentra industri tas Kecamatan Tanggulangin tidak hanya di skala lokal Jawa Timur namun sudah mampu menembus pasar nasional dan harapannya ke depan dapat menembus pangsa internasional.

**5. Pengadaan bazaar dan bantuan sosialisasi tentang UMKM di masyarakat umum**

Program ini yaitu dengan melakukan bazaar di luar kota dan daerah-daerah lain yang memiliki potensi (sebagai mitra di masa yang akan datang) bertujuan agar produk tas di kecamatan Tanggulangin ini dikenal oleh masyarakat luas dan

sebagai salah satu ajang promosi bagi pengusaha dan pengrajin serta membuka peluang hubungan dengan pihak lain yang tertarik untuk menjadi mitra bisnis.

Kemudian di setiap kegiatan yang dilakukan tersebut selalu diselipkan sosialisasi terkait dengan lumpur Lapindo. Di masyarakat umum yang berasal dari lain daerah sering ada salah persepsi yaitu bahwa Perum TAS yang menjadi korban luapan lumpur Lapindo adalah merupakan tempat produksi tas, padahal yang benar yaitu bahwa Perum TAS memiliki kepanjangan Tanggulangin Anggun Sejahtera bukan tempat produksi tas[64]. Akibat dari kesalahan pemberitaan yang terjadi di media massa tersebut berakibat pada menurunnya animo masyarakat yang akan membeli produk buatan Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin atau berkunjung untuk sekedar melihat produk buatan Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin .

Melihat kondisi tersebut kemudian dinas terkait dan juga para pengusaha dan pengrajin di Sentra Industri Tas Kecamatan Tanggulangin sering untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat umum tentang kesalahan pemberitaan tersebut, bahkan sampai pula kepada pemanggilan kepada media massa untuk meluruskan hal tersebut.

[64] Hasil wawancara dengan Budi Widiandoko, Op.Cit.

# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 1. KESIMPULAN

Terdapat beberapa hambatan pelaksanaan pendaftaran merek bagi pengusaha di sentra industri tas kecamatan Tanggulangin, antara lain :

1.Hambatan Yuridis, yaitu lemahnya penegakan hukum yang dilakukan oleh pemerintah.

2.Hambatan Non yuridis, antara lain :

a) Kurangnya penjelasan tentang Kuasa adalah Konsultan Hak Kekayaan Intelektual yang terdapat dalam pasal 7 ayat (8) UU Merek.
b) Sikap yang memandang pendaftaran merek tidak perlu dilakukan karena melihat skala usaha mereka ;
c) Persepsi bahwa pendaftaran merek memerlukan biaya yang mahal ;
d) Kurang tahu prosedur pendaftaran merek ;
e) Bahwa tiap model tas tersebut harus menggunakan logo atau bentuk merek yang berbeda-beda sehingga tercipta keserasian ;
f) Barang hasil produksi mereka adalah berbahan imitasi sehingga tidak perlu melakukan pendaftaran merek, dan apabila barang tersebut berbahan kulit maka harus mempunyai hak paten terlebih dahulu.

Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo berupaya untuk mengatasi masalah yang terjadi dengan melakukan upaya-upaya sebagai berikut:

1.Upaya Yuridis, yaitu sosialisasi tentang langkah persuasif yang dilakukan oleh dinas.

2.Upaya Non Yuridis, yaitu :

a) Sosialisasi tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual ;
b) Sosialisasi yang berkesinambungan ;
c) Bantuan pendaftaran merek dengan sistem *sharing* ;
d) Bantuan pengurusan pendaftaran merek;
e) Pemberdayaan pelaku usaha sektor industri dan perdagangan ; dan
f) Pengadaan bazaar dan sosialisasi di masyarakat umum.

**2. SARAN**

1.) kepada Dinas Koperasi, UMKM, Perindag, dan ESDM Sidoarjo, saran tersebut antara lain :

a) pemberian penjelasan yang cukup jelas kepada pengusaha tas tentang tata cara dan juga prosedur yang harus dilalui dalam pengurusan merek ;
b) meningkatkan kesadaran dan rasa tanggung jawab pengusaha tas untuk menghadiri dan menjalankan sosialisasi yang mereka terima tentang berbagai hal terkait dengan merek ;
c) pendampingan kepada pengusaha tas dalam pengurusan dan juga pemberian fasilitas yang cukup memadai agar pengusaha tas tersebut merasa diperhatikan dan tidak diabaikan oleh Dinas terkait.

2.) kepada pengusaha dan pengrajin di sentra Industri Tas kecamatan Tanggulangin, saran tersebut antara lain :

a) melakukan pendaftaran merek karena pendaftaran karena dengan pendaftaran merek maka usaha mereka dapat dikenal luas oleh masyarakat dan juga akan mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah.

b) menghadiri sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah agar pemahaman yang didapat terkait dengan merek adalah jelas dan tidak terjadi salah persepsi.

c) meningkatkan kesadaran dari diri pengusaha dan pengrajin itu sendiri terkait dengan pentingnya pendafatran merek itu bagi usaha mereka.

# DAFTAR PUSTAKA


Asofa. Burhan, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan III, Rineka Cipta, Jakarta, 2001.

Harahap. M. Yahya, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan UU no 19 tahun 1992*, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung, cetakan ke 1, 1996.

Maulana. Insan Budi, *Kompilasi Undang-undang Hak Cipta, Paten, Merek dan Terjemahan Konvensi-konvensi di Bidang Hak Kekayaan Intelektual (HaKI)*, Cetakan kedua, PT Citra Abadi Bakti, Bandung, 2002.

Lindsay. Tim, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual : Suatu Pengantar*. Penerbit P.T Alumni, Bandung, 2006.

Miru. Ahmadi, *Hukum Merek : Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, Pt. RajaGrafindo Persada : Jakarta, 2005.

OK. Saidin. *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, Cetakan Ke IV, 2004.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, Edisi ketiga, 2007.

Rahmad Syafa'at, dkk. *Metodologi Penelitian Hukum*. Malang:Universitas Brawijaya, 2000.

Racmadi Umar, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*. Penerbit P.T Alumni, Bandung, 2003.

Soenandar. Taryana, *Perlindungan HaKI (Hak atas Kekayaan Intelektual) di Negara-Neg ara ASEAN*, Sinar Grafika:Jakarta, cetakan kedua, 2007.

Wahyuni. Erma, dkk, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, Yayasan Pembaruan Administrasi Publik Indonesia ; Yogyakarta, 2006.

Agus Riswandi, Budi. Makalah disampaikan dalam *Workshop* yang bertemakan *Prospek Hukum Bisnis dan Pasar Modal* yang diselenggarakan oleh Societies FH UII di Fakultas Hukum UII tanggal 11 Maret 2005.

**PROGRAM KERJA**

Perkembangan Ekonomi dan Industri Sidoarjo tahun 2008.

RENCANA STRATEGIS Indonesia tahun 2004-2009

**PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

Undang-undang No 15 tahun 2001 tentang Merek

Undang-undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-undang No 14 tahun 2001 tentang Paten

Undang-undang No 10 tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan

Peraturan Pemerintah No 2 tahun 2005 tentang Konsultan Hak Kekayaan Intelektual

**SITUS INTERNET**

http://www.kamushukumonline.com

http://www.legalitas.org

http://www.sidoarjo.go.id

http://www.umkm.go.id

PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 23 TAHUN 1993
TENTANG
TATA CARA PERMINTAAN PENDAFTARAN MEREK
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang: bahwa untuk pelaksanaan Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 81, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3490) dipandang perlu untuk mengeluarkan Peraturan Pemerintah yang mengatur ketentuan-ketentuan pelaksanaan Undang-undang tersebut;

Mengingat: 1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945;
2. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 81, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3490);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA TENTANG TATA CARA PERMINTAAN PENDAFTARAN MEREK.

BAB I
TATA CARA PERMINTAAN PENDAFTARAN MEREK

Bagian Pertama
Permintaan Pendaftaran Merek
Pasal 1

(1) Permintaan pendaftaran merek diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Kantor Merek dengan mengisi formulir dalam rangkap empat.
(2) Bentuk dan isi formulir permintaan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) adalah seperti contoh yang dilampirkan pada Peraturan Pemerintah ini.
(3) Pengisian formulir permintaan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) wajib dilakukan dengan memperhatikan ketentuan Pasal 9 ayat (2), (3), (4), (5), (6), Pasal 10 ayat (2) dan Pasal 13 ayat (1) dan (2) Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992.

Pasal 2

Setiap permintaan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 wajib dilengkapi dengan:
a. Surat Pernyataan bahwa merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya;
b. Dua puluh helai etiket merek yang bersangkutan;
c. Tambahan Berita Negara yang memuat akta pendirian badan hukum atau salinan yang sah akta pendirian badan hukum, apabila pemilik merek adalah badan hukum Indonesia;
d. Surat Kuasa Khusus apabila permintaan pendaftaran merek diajukan melalui kuasa;
e. Pembayaran biaya dalam rangka permintaan pendaftaran merek, yang jenis dan besarnya ditetapkan Menteri;
f. Bukti penerimaan permintaan pendaftaran yang pertama kali yang menimbulkan hak prioritas, dengan disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia, apabila permintaan pendaftaran merek diajukan dengan menggunakan hak prioritas;
g. Salinan peraturan penggunaan merek kolektif, apabila permintaan pendaftaran merek dagang atau jasa akan digunakan sebagai merek kolektif.

Pasal 3

(1) Surat Pernyataan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 huruf a harus dengan jelas dan tegas menyebutkan bahwa:
a. merek yang dirnintakan pendaftaran adalah miliknya;
b. merek yang dimintakan pendaftaran tidak meniru merek orang lain baik untuk keseluruhan rnaupun pada pokoknya.
(2) Surat Pernyataan ditandatangani oleh pemilik merek dan bermeterai cukup.

(3) Surat Pernyntaan yang tidak menggunakan bahasa Indonesia harus disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia.

Pasal 4

(1) Etiket merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 huruf b berukuran:
a. maksimal 9 X 9 Cm;
b. minimal 2 X 2 Cm.
(2) Apabila etiket merek berwarna, harus disertai pula satu lembar etiket yang tidak berwarna (hitam putih).

Pasal 5

Surat Kuasa Khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 huruf d adalah Surat Kuasa khusus untuk mengajukan permintaan pendaftaran merek dengan menyebutkan mereknya.

Pasal 6

Salinan peraturan penggunaan merek kolektif sebagaimana dimaksud Pasal 2 huruf d yang tidak menggunakan bahasa Indonesia harus disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia.

Bagian Kedua
Permintaan Perpanjangan Jangka Waktu
Perlindungan Merek Terdaftar

Pasal 7

(1) Permintaan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Kantor Merek dengan mengisi formulir dalam rangkap empat.
(2) Bentuk dan isi formulir permintaan perpanjangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) adalah seperti contoh yang dilampirkan pada Peraturan Pemerintah ini.

Pasal 8

Setiap permintaan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar sebagaimana dimaksud Pasal 7 wajib dilengkapi dengan:
a. Surat Pernyataan bahwa merek tersebut masih digunakan pada barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan;
b. Salinan yang sah akta pendirian badan hukum yang telah mendapat pengesahan Menteri apabila pemilik merek adalah badan hukum Indonesia;
c. Dua puluh helai etiket merek yang bersangkutan;
d. Surat Kuasa Khusus bagi permintaan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar, apabila diajukan melalui kuasa;
e. Pembayaran biaya dalam rangka permintaan perpanjangan jangka waktu perlindungan rnerek terdaftar yang jenis dan besarnya ditetapkan Menteri.

Pasal 9

(1) Surat Pernyataan sebagaimana dimaksud Pasal 8 huruf a diberikan oleh pemilik merek atau dapat pula berupa Surat Keterangan yang diberikan oleh instansi yang membina bidang usaha atau produksi barang atau jasa yang bersangkutan.
(2) Surat Pernyataan yang diberikan oleh Pemilik Merek harus memuat dengan jelas dan tegas bahwa merek terdaftar yang permintakan perpanjangan jangka waktu perlindungannya masih digunakan pada barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan.
(3) Surat Pernyataan ditanda tangani oleh Pemilik Merek yang bersangkutan dan bermeterai cukup.
(4) Apabila Surat Pernyataan atau Surat Keterangan tidak menggunakan bahasa Indonesia, harus disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia.

Pasal 10

Surat Kuasa Khusus sebagaimana dimaksud pada Pasal 8 huruf d harus menyebutkan merek dan nomor pendaftaran merek yang bersangkutan.

Pasal 11

Perubahan bentuk dan isi formulir permintaan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 ayat (2) dan formulir permintaan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (2) ditetapkan oleh Menteri.

Bagian Ketiga
Permintaan Pencatatan Pengalihan
Hak Atas Merek Terdaftar
Pasal 12

(1) Permintaan pencatatan pengalihan hak atas merek terdaftar diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Kantor Merek.
(2) Permintaan pencatatan pengalihan hak atas merek terdaftar sebagaimana dimaksud dalarn ayat (1) diajukan dengan menyebutkan:
a. Nomor dan merek terdaftar yang dialihkan;
b. Nama, kewarganegaraan dan alamat lengkap pemilik merek terdaftar dan penerima hak atas merek terdaftar yang dimintakan pencatatan pengalihannya;
c. Nama badan hukum dan negara tempat badan hukum tersebut didirikan serta tunduk kepada hukum negara tersebut jika pemilik merek atau penerima hak adalah hadan hukum;
d. Nama dan alamat lengkap kuasa di Indonesia yang dipilih sebagai alamatnya di Indonesia, jika permintaan pencatatan pengalihan hak diajukan oleh pemilik atau penerima hak yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Republik Indonesia.

Pasal 13

Setiap permintaan pencatatan pengalihan hak atas merek terdaftar, harus dilengkapi dengan:
a. Pernyataan tertulis dari penerima hak bahwa merek tersebut akan digunakan bagi perdagangan barang atau jasa;
b. Bukti pengalihan hak atas merek;
c. Bukti kepemilikan merek terdaftar yang dialihkan haknya;
d. Tambahan Berita Negara yang memuat akta pendirian badan hukum atau salinan yang sah akta pendirian badan hukum, apabila pemilik merek atau penerima hak atas merek terdaftar adalah badan hukum Indonesia;
e. Surat Kuasa Khusus bagi permintaan pencatatan pengalihan hak,apabila diajukan melalui kuasa;
f. Pembayaran biaya dalam rangka permintaan pencatatan pengalihan hak, yang besarnya ditetapkan Menteri.

Pasal 14

Pernyataan tertulis dan bukti pengalihan hak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 huruf a dan b yang tidak menggunakan Bahasa Indonesia, harus disertai terjemahahnya dalam bahasa Indonesia.

Pasal 15

Surat Kuasa Khusus sebagaimana dimaksud Pasal l3 huruf harus menyebutkan merek terdaftar yang dialihkan beserta nomor pendaftaran merek yang bersangkutan.

Bagian Keempat
Permintaan Pencatatan Perubahan Nama dan atau
Alamat Pemilik Merek Terdaftar
Pasal 16

(1) Permintaan pencatatan perubahan nama dan atau alamat pemilik merek terdaftar diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada kantor Merek.
(2) Permintaan pencatatan perubahan nama dan atau alarnat pemilik merek terdaftar diajukan dengan menyebutkan:
a. Nomor dan pendaftaran merek terdaftar yang dimintakan pencatatan perubahan nama dan atau alamat;
b. Nama, kewarganegaraan, dan alamat pemilik merek terdaftar yang lama dan baru;
c. Nama ba1an hukum dan negara tempat badan hukum tersebut didirikan serta tunduk kepada hukum negara tersebut, apabila merek terdaftar yang dimintakan pencatatan perubahan nama dan atau alamat pemiliknya adalah badan hukum;
d. Tempat tinggal kuasa di Indonesia yang dipilih sebagai alamatnya di Indonesia, jika pemilik merek yang dimintakan pencatatan perubahan nama dan atau alamat bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Republik Indonesia.

Pasal 17

Setiap permintaan pencatatan perubahan nama dan atau alamat harus dilengkapi dengan:
a. Bukti tentang adanya perubahan nama dan atau alamat dari pemilik merek terdaftar yang dimintakan pencatatan perubahan nama dan atau alamat;
b. Surat Kuasa Khusus bagi permintaan pencatatan perubahan nama dan atau alamat diajukan melalui kuasa;
c Pembayaran biaya dalam rangka permintaan pencatatan perubahan nama dan atau alamat.

Pasal 18

Bukti tentang adanya perubahan nama dan atau alamat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 huruf a yang tidak menggunakan bahasa Indonesia harus disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia.

Pasal 19

Surat Kuasa Khusus sebagaimana dimaksud Pasal 17 huruf b harus menyebutkan merek terdaftar dan nomor pendaftaran yang dimintakan perubahan nama dan atau alamat.

Bagian Kelima
Permintaan Penghapusan
Pendaftaran Merek Terdaftar
oleh Pemilik Merek
Pasal 20

(1) Permintaan penghapusan pendaftaran merek terdaftar oleh pemilik merek harus diajukan secara tertulis dalam Bahasa Indonesia kepada Kantor Merek.
(2) Permintaan penghapusan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diajukan dengan menyebutkan merek terdaftar dan nomer pendaftaran merek yang bersangkutan.

Pasal 21

Setiap permintaan penghapusan pendaftaran rnerek terdaftar, harus dilengkapi dengan:
a. Bukti identitas dari pemilik merek terdaftar yang dimintakan penghapusannya;
b. Surat Kuasa Khusus bagi permintaan penghapusan, apabila diajukan melalui kuasa;
c. Surat pernyataan persetujuan tertulis dari penerima lisensi, apabila pendaftaran merek yang dimintakan penghapusan masih terikat perjanjian lisensi;
d. Pembayaran biaya dalam rangka permintaan penghapusan pendaftaran merek terdaftar, yang besarnya ditetapkan Menteri.

Pasal 22

Surat Kuasa Khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 huruf b harus menyebutkan merek terdaftar dan nomor Pendaftaran merek yang bersangkutan.

Bagian Keenam

Permintaan dan Pencatatan Kembali

Pasal 23

(1) Permintaan pendaftaran merek, perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar, pencatatan pengalihan hak, perubahan nama dan atau alamat, penghapusan dan pembatalan pendaftaran merek terdaftar yang telah diajukan berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, tetapi belum terselesaikan pada tanggal mulai berlakunya Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek, harus diajukan kembali sesuai dengan ketentuan Peraturan Pemerintah ini.
(2) Permintaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus diajukan kembali dalam tenggang waktu enam bulan setelah tanggal berlakunya Undang- undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek.
(3) Apabila permintaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diajukan dalam tenggang waktu sebagaimana ditentukan dalam ayat (2), maka tanggal permintaan awal ditetapkan sebagai tanggal penerimaan permintaan.
(4) Dalam hal permintaan pendaftaran merek, selambat-lambatnya empat belas hari sejak tanggal Penerimaan permintaan kembali tersebut, Kantor Merek mengumumkan permintaan pendaftaran merek yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan Pasal 20 ayat (1) Undang-undang Merek Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek.
(5) Apabila permintaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak diajukan kembali dalam tenggang waktu sebagaimana ditentukan dalam ayat (2) maka permintaan tersebut dianggap ditarik kembali.

Pasal 24

Merek terdaftar yang akan habis masa berlaku perlindungannya antara tanggal 1 April 1993 sampai dengan 1 Pebruari 1994, permintaan perpanjangan jangka-jangka waktu perlindungannya dapat diajukan sebelum masa perlindungan merek yang bersangkutan berakhir dan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (2).

Pasal 25

Dalam hal permintaan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 (1) dan Pasal 24 disetujui oleh Kantor Merek, maka perlindungan hukum diberikan untuk jangka waktu sepuluh tahun dan berlaku surut sejak tanggal berakhirnya perlindungan merek yang bersangkutan berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan.

Pasal 26

Merek yang didaftar berdasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan yang disetujui perpanjangan jangka waktu perlindungannya oleh Kantor Merek setelah tanggal 1 April 1993, dapat dimintakan pembatalannya berdasarkan ketentuan dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek.

BAB II

PERUBAHAN DAN PENARIKAN KEMBALI PERMINTAAN PENDAFTARAN MEREK

Pasal 27

(1) Perubahan permintaan pendaftaran, merek hanya diperbolehkan terhadap penggantian nama dan atau alamat pemilik merek yang bersangkutan.
(2) Perubahan Perubahan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus diajukan sebelum permintaan tersebut diumumkan sebagaimana ditentukan Pasal 20 ayat (1) Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.

Pasal 28

(1) Perubahan permintaan pendaftaran merek selain yang ditentukan dalam pasal 27 ayat (1) hanya diperbolehkan dengan cara menarik kembali permintaan pendaftaran merek tersebut dan mengajukan permintaan pendaftaran merek yang baru.
(2) Penarikan kembali permintaan pendaftaran merek sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) maupun permintaan-permintaan lainnya yang ditentukan dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek hanya diperbolehkan selama permintaan tersebut belum mendapat kaputusan dari Kantor Merek.
(3) Penarikan kembali permintaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) yang dilakukan oleh kuasa, harus dilakukan berdasarkan Surat Kuasa Khusus untuk keperluan penarikan kembali tersebut.
(4) Dalam hal permintaan ditarik kembali sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) maka segala biaya yang telah Dibayarkan kepada Kantor Merek tidak dapat ditarik kembali.

BAB III
PENCANTUMAN NOMOR
PENDAFTARAN MEREK

Pasal 29

(1) Pemilik merek terdaftar wajib mencantumkan nomor pendaftarannya pada setiap penggunaan merek yang Bersangkutan dengan menyebutkan:
Merek Daftar R No.: . .....
(2) Nomor pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) adalah nomor yang diberikan o1eh Kantor Merek yang jangka waktu perlindungan mereknya masih berlaku dan telah tercatat dalam Daftar Umum Merek serta diumumkan dalam Berita resmi Merek.
(3) Apabila barang yang diproduksi atau diperdagangkan menggunakan pembungkus, maka nomor pendaftaran dicantumkan pada pembungkus tersebut.
(4) Apabila barang/jasa yang diproduksi atau diperdagangkan tidak menggunakan pembungkus, maka nomor pendaftaran dicantumkan pada katalog, brosur, maupun buku-buku petunjuk pamakaian dari barang atau jasa yang bersangkutan.

BAB IV
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 3O

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal 1 April 1993.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 31 Maret 1993
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

S O E H A R T O

Diundangkan di Jakarta

pada tanggal 31 Maret 1993

MENTERI/SEKRETARIS NEGARA

REPUBLIK INDONESIA

M O E R D I O N O

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1993 NOMOR 30