

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Umum Tentang Hukum Merek

1. Sejarah Perkembangan Merek

Sejarah merek dapat ditelusuri bahkan mungkin berabad-abad sebelum masehi. Sejak zaman kuno, misalnya periode *Minoan*, orang sudah memberikan tanda untuk barang-barang miliknya, hewan bahkan manusia. Di era yang sama bangsa Mesir sudah menerakan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah Raja. Perundang-undangan tentang merek dimulai dari *Statue of Parma* yang sudah mulai memfungsikan merek sebagai pembeda untuk produk berupa pisau, pedang, atau barang dari produk tembaga lainnya.

Penggunaan merek dagang dalam pengertian yang kita kenal saat ini mulai dikenal tidak lama setelah Revolusi Industri pada pertengahan abad XVIII. Pada saat itu sistem produksi yang berasal dari abad pertengahan yang lebih mengutamakan keterampilan kerja tangan, berubah secara radikal sebagai akibat digunakannya mesin-mesin dengan kapasitas produksi yang tinggi. Akibatnya terkumpul hasil produksi dalam unit-unit yang besar dan membutuhkan sistem distribusi baru guna penyaluran barang-barang tersebut dalam masyarakat.¹

¹. Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi & Integrasi Ekonomi*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), h. 2

Bersamaan dengan berkembangnya industri, berkembang pula penggunaan iklan untuk memperkenalkan produk. Sejalan dengan berkembang dan meningkatnya penggunaan iklan, maka meningkat pula penggunaan merek dalam fungsinya yang modern, yaitu sebagai tanda pengenal akan asal atau sumber produsen dari barang-barang yang bersangkutan. Pada masa itu, telah dikenal penggunaan merek perniagaan (*marques de commerce*, trademark, merk) dalam pengertian sendiri sebagai tandingan merek perusahaan (*marques de fabrique, manufacturer's mark, fabrieksmereken*). Asal muasal perbedaan ini karena di Perancis pada waktu itu merek dari pedagang sutra lebih penting daripada merek yang berasal dari perusahaan kain sutranya, sehingga para pedagang sutera yang bersangkutan merasa berkepentingan untuk dapat menggunakan atau melindungi merek mereka, seperti halnya para pengusaha pabrik dengan merek perusahaannya.

Perbedaan ini kemudian diakui secara resmi dalam hukum Perancis pada 1857. Perbedaan itu juga dianut oleh banyak negara di dunia, termasuk di Inggris pada 1962, Amerika Serikat pada 1870 dan 1876, sedangkan di Belanda tertuang dalam *Merkenwet* 1893.²

Dari sejarah perkembangannya, diketahui bahwa hukum merek yang berkembang pada pertengahan abad XIX, sebagai bagian dari hukum yang mengatur masalah persaingan curang dan pemalsuan barang. Norma dasar perlindungan merek bahwa tidak ada seorangpun berhak

² Ibid.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menawarkan barangnya kepada masyarakat seolah-olah sebagai barang pengusaha lainnya, yaitu dengan menggunakan merek yang sama yang dikenal oleh masyarakat sebagai merek pengusaha lainnya. Lambat laun perlindungan diberikan sebagai suatu pengakuan bahwa merek tersebut sebagai milik dari orang yang telah memakainya sebagai tanda pengenal dari barang-barangnya dan untuk membedakannya dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut. Pengakuan tersebut didasarkan pada pengenalan atau pengetahuan masyarakat bahwa merek dagang itu berfungsi sebagai ciri pembeda. Pengenalan tersebut mendorong masyarakat untuk membeli barang yang memakai merek tertentu itu, sehingga menjadikannya sebagai objek hak milik dari pemilik merek yang bersangkutan.

Keikutsertaan Indonesia meratifikasi Konvensi tentang Pembentukan Organisasi Dunia (*World Trade Organization*) yang mencakup pola persetujuan tentang aspek-aspek dagang dari hak atas Kekayaan Intelektual (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights/TRIPS*) sebagaimana telah disahkan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Dunia) memuat kewajiban untuk menyesuaikan Undang-Undang Nasional di bidang Hak Kekayaan Intelektual, termasuk merek terkenal dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam persetujuan *TRIPS* tersebut.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ratifikasi dari peraturan tersebut mendorong keikutsertaan Indonesia dalam meratifikasi *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Konvensi Paris) yang telah disahkan dengan Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997. Dengan diratifikasinya perjanjian-perjanjian internasional tersebut oleh Indonesia, memuat kewajiban untuk menyesuaikan Undang-Undang Merek yang ada dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam perjanjian internasional yang telah diratifikasi tersebut.³

2. Pengertian dan Ruang Lingkup Merek

Berdasarkan Pasal 1 UU (Undang-Undang) 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf-huruf, angka, susnan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsure tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Sedangkan,

³ Yuslisar Ningsih, *Perlindungan dan Penegakan Hukum Merek di Indonesia* menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Makalah, Disampaikan pada Penataran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), (Hotel Jayakarta, Mataram, 20-23 Juli 2003), h. 4

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

objek yang diatur dalam HKI adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia.⁴

Latar belakang lahirnya UU merek antara lain didasari munculnya arus globalisasi di segenap aspek kehidupan umat manusia, khususnya di bidang perekonomian dan perdagangan. Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi dan transportasi mendorong tumbuhnya integrasi pasar perekonomian dan perdagangan dalam skala global. Era perdagangan global tersebut hanya dapat dipertahankan jika didukung oleh adanya iklim persaingan usaha yang sehat. Perlindungan hukum terhadap merek merupakan salah satu cara untuk memperkuat sistem perdagangan yang sehat. Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sejalan dengan perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia, maka diperlukan penyempurnaan UU merek lama (UU 19/1992 juncto UU 14/1997), dengan UU merek (UU 15/2001) dan dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek maka Undang-Undang sebelumnya dinyatakan tidak berlaku⁵, yang kemudian diperbaharui lagi dengan UU 20/2016, dengan pertimbangan bahwa dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi local dan nasional sehingga perlu diganti.

⁴ Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal HKI, (Departemen Hukum dan HAM RI, Jakarta: 2006), h. 3

⁵ Rachmadi Usman, *Hukum Hak Atas kekayaan Intelektual "Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Bandung: PT Alumni, 2003), Cetakan I, h. 307

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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

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

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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan lisensi atau izin kepada pihak lain. Berdasarkan hak merek tersebut, para pemilik merek akan mendapat perlindungan hukum sehingga dapat mengembangkan usahanya dengan tenang tanpa takut mereknya diklaim oleh pihak lain. Pemberian lisensi merek kepada pihak lain dapat mendatangkan penghasilan berupa pembayaran royalty.

Menurut Gunawan Widjaja mengemukakan bahwa pengertian lisensi pun mengalami perluasan arti ke dalam bentuk izin untuk memproduksi atau memanfaatkan sesuatu benda tetapi tidak atau bukan merupakan suatu bentuk penjualan tuntas atau pengalihan hak milik.⁶

Lisensi merupakan institusi yang disediakan hukum untuk memudahkan seseorang mengeksploitasi secara ekonomis suatu hak milik atas benda-benda tidak berwujud tanpa yang bersangkutan harus kehilangan control eksklusif kepemilikan bendanya.⁷

Pemberian lisensi merek berbeda dengan pemberian waralaba (*franchise*). Jika dalam pemberian lisensi merek, pemilik merek hanya meminjamkan mereknya kepada pihak lain, maka dalam bisnis waralaba yang dipinjamkan oleh pemilik waralaba tidak hanya mereknya tetapi juga proses produksi hingga tata cara pelayanan kepada para konsumen. Dengan demikian, pemilik waralaba, di samping memberikan lisensi merek, juga dapat memberikan lisensi paten, lisensi rahasia dagang, dan

⁶ Sudikno Mertokusumo, *Mengenai Hukum (Suatu Pengantar)*, (Yogyakarta: Liberty, 1998), h. 99

⁷ Theofransus Litaay, "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Komunitas Eropa", *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 26, No.1 Tahun 2007, h.64

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lisensi hak cipta. Sebagai contoh adalah waralaba jaringan *Hard Rock Café*, di mana di dalamnya ada kegiatan penyajian makanan, pertunjukan music, dan pameran foto-foto selebritis. Sehingga dapat disimpulkan, kegiatan waralaba selalu diikuti dengan pemberian satu atau beberapa macam lisensi di bidang HAKI.⁸

Hak prioritas adalah hak pemohon untuk mengajukan permohonan yang berasal dari negara yang tergabung dalam Paris Convention for The Protection of Industrial Property, untuk memperoleh pengakuan bahwa tanggal penerimaan di negara asal merupakan tanggal prioritas di negara tujuan yang juga anggota dari salah satu negara yang ikut perjanjian tersebut, selama pengajuan tersebut dilakukan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin pada pihak lain.

Melihat rumusan merek ini masih bersifat umum, ada baiknya kita lihat pendapat para tokoh tentang merek:

1. Sudargo Gautama, mengatakan bahwa merek adalah suatu tanda yang berperan untuk membedakan barang-barang dari suatu perusahaan dengan barang-barang dari perusahaan lain;

⁸ Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, (Yogyakarta:Pustaka Yustisia, 2010), h. 89

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. R.M. Suryadiningrat, beliau mengatakan bahwa merek adalah barang-barang yang dihasilkan oleh penerbitnya atau pabriknya, dengan dibungkus dan pada bungkusannya itu dibubuhi tanda tulisan dan atau perkataan untuk membedakan dari barang yang sejenis hasil perusahaan lain, tanda inilah yang disebut dengan merek.

Selain dari pada itu merek juga berfungsi sebagai:

1. Membedakan antara barang atau jasa sejenis;
2. Menunjukkan kualitas mutu barang dan jasa;
3. Sebagai sarana promosi.

Mengapa hak kekayaan intelektual itu mendapatkan perlindungan, menurut Sri Redjeki Hartono, karena:

1. Suatu hasil karya intelektual mengandung langkah inisiatif. Kreativitas perlu dihargai atas jerih payahnya;
2. Suatu hasil karya yang bersifat terbuka, harus diurai maka perlu imbalan *royalty* bagi inventor atau creator;
3. Pemilik rahasia dagang rentan terhadap pelanggaran.

Selain itu ada juga tujuan perlindungan hak kekayaan intelektual secara umum, yaitu:

1. Memberi kejelasan hukum mengenai hubungan antara kekayaan dengan inventor, pencipta, desainer, pemilik,

pemakai, perantara yang menggunakannya, wilayah kerja pemanfaatnya, dan yang menerima akibat pemanfaatan hak kekayaan intelektual untuk jangka waktu tertentu;

2. Memberikan penghargaan atas sebuah keberhasilan dari usaha dan upaya menciptakan suatu karya intelektual;
3. Mempromosikan publikasi invensi atau ciptaan dalam bentuk dokumen hak kekayaan intelektual yang terbuka bagi masyarakat;
4. Merangsang upaya terciptanya alih informasi melalui kekayaan intelektual serta alih teknologi melalui paten;
5. Memberikan perlindungan terhadap kemungkinan ditiru, karena adanya jaminan perlindungan dari negara, bahwa pelaksanaan karya intelektual hanya diberikan kepada yang berhak. Selain dari itu, sistem hak kekayaan intelektual juga telah menimbulkan suatu perubahan budaya dan cara pandang suatu bangsa dengan:
 - (1) Mendorong dokumentasi yang baik pada kegiatan riset;
 - (2) Mendorong semangat kompetisi;
 - (3) Mendorong kreatifitas ilmuwan melalui insentif yang membuat mereka berkonsentrasi dan menjadi sejahtera sebagai peneliti tanpa harus sebagai usahawan;

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- (4) Menciptakan kepedulian dan perhatian pada sistem ekonomi global, karena hak kekayaan intelektual terkait dengan masalah perdagangan dan perindustrian;
- (5) Mendorong perlindungan hasil riset dan implementasi atau komersialisasi.⁹

3. Merek Dagang sebagai Alat Pembuatan Merek dan Pemasaran

Secara bisnis, Merek Dagang merupakan sisi yang sah dari strategi pembuatan merek dan pemasaran barang-barang bermerek, yang terletak pada akar dari banyaknya pengembangan bisnis. Setiap pedagang mencoba untuk membedakan mereknya. Jadi, hal ini bukan merupakan bagian dari kategori komoditas umum. Contohnya minuman sederhana bersoda, dengan merek Coca Cola dan Pepsi yang pemasaran mereknya sudah menjadi jaminan mutu dan kepuasan.

Merek Dagang merupakan bagian besar dari monopoli secara khusus dan bisnis khusus tersebut menjadi ciri bagaimana mereka mendapatkan keuntungan. Dengan membuat merek untuk suatu produk, hal ini memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan atas tingginya mutu. Hal ini tentu saja dimungkinkan dengan mengiklankan dan mempromosikan mutu yang reputasinya sudah baik.¹⁰

⁹ Syafrinaldi, Fahmi & M. Abdi Almaktsur, *Hak Kekayaan Intelektual*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 38

¹⁰ Adrian Sutendi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 111

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terdapat perbedaan kemasyuran suatu merek yang membedakan pula tingkat derajat kemasyuran yang dimiliki oleh berbagai merek. Ada 3 (tiga) jenis yang dikenal oleh masyarakat, yaitu:

1. Merek Biasa

Merek biasa atau *normal mark* yang tergolong kepada merek biasa adalah merek yang tidak memiliki reputasi tinggi dan jangkauan pemasarannya sangat sempit dan terbatas pada lokal. Merek biasa tidak menjadi incaran pedagang ataupun pengusaha untuk ditiru atau dipalsukan karena permintaan yang rendah. Merek biasa bukan disebabkan oleh faktor kualitas yang rendah tetapi kemungkinan merek biasa tidak memiliki dana yang memadai sehingga menyebabkan pengenalan masyarakat kurang.

2. Merek Terkenal

Merek terkenal atau *well known mark*. Merek terkenal memiliki reputasi tinggi karena lambangnya memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan pengetahuan masyarakat mengenai suatu merek di dalam maupun di luar negeri.

3. Merek Termasyhur

Sedemikian rupa terkenalnya suatu merek sehingga dikategorikan sebagai *famous mark*. *Famous mark* dan *well known mark* pada umumnya susah dibedakan namun *famous mark* pemasarannya hampir seluruh dunia dengan reputasi internasional, produksinya hanya untuk golongan tertentu saja dengan harga yang sangat mahal.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Dasar Hukum

Dasar hukum merek Undang-Undang No. 20 tahun 2016 yang mengatur ruang lingkup merek, merek yang ditolak pendaftarannya, lama jangka waktu perlindungan, permohonan pendaftaran merek, perpanjangan jangka waktu dan proses peralihan dan lain sebagainya.¹¹

Selain itu diatur pula di dalam:

- (1) Peraturan Pemerintah No.23 tahun 1993 tentang tata cara permintaan pendaftaran merek;
- (2) Peraturan Pemerintah No. 24 tahun 1993 tentang kelas barang atau jasa bagi pendaftaran merek;
- (3) Keputusan Menteri Kehakiman Tahun 1993 tentang penetapan biaya merek;
- (4) Peraturan Pemerintah RI No.32 Tahun 1995 tentang komisi banding merek;
- (5) Peraturan Pemerintah RI No.7 tahun 2005 tentang susunan organisasi, tugas dan fungsi komisi banding merek.¹²

5. Tujuan Merek

1. Pengusaha menjamin kepada konsumen bahwa barang yang dibelinya sungguh berasal dari perusahaannya;
2. Pengusaha menjamin mutu barang;

¹¹ Ermansjah Djaja, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h.190

¹² *Ibid*, h. 32

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pengusaha member nama kepada barang sehingga konsumen cukup menyebut “Kansas” bilamana ia ingin membeli rokok merek “Kansas”.¹³

6. Perlindungan Hukum Terhadap Merek

Perlindungan hukum terhadap hak merek di Indonesia saat ini diatur berdasarkan Undang-Undang (UU) 20/2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang merupakan hasil pembaruan dari UU Merek lama, yaitu UU 14/1997 dan UU 15/2001. Di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat; sehingga diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek guna memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat. Bagi dunia usaha, merek memiliki arti yang sangat penting dan mahal. Merek bukanlah sekedar nama tetapi mencerminkan harga diri perusahaan, pengalaman perusahaan, dan jaminan mutu atas produk barang dan/atau jasa yang dihasilkan perusahaan.¹⁴

Merek juga mencerminkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu barang dan/atau jasa. Produk dengan merek terkenal lebih mudah dipasarkan sehingga mendatangkan banyak keuntungan financial bagi perusahaan. Berdasarkan alasan-alasan inilah maka perlindungan hukum terhadap hak merek dibutuhkan karena tiga hal, yaitu:

¹³ R.M. Suryodiningrat, *Pengantar Ilmu Hukum Merek*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1984), h. 9

¹⁴ *Ibid*, h. 89

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek, atau pemegang hak merek;
2. untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas hak merek sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada pihak yang berhak;
3. untuk member manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka.

Beberapa perbedaan yang menonjol dalam UU 20/2016 dibandingkan UU Merek lama antara lain berhubungan dengan merek konvensional, UU terbaru memperluas merek yang akan didaftarkan, diantaranya penambahan merek 3 dimensi, merek suara, dan merek hologram. Selain itu, pada UU 20/2016 proses pendaftaran menjadi lebih singkat, menteri memiliki hak untuk menghapus merek terdaftar dengan alasan merek tersebut merupakan Indikasi Geografis, atau bertentangan dengan kesusilaan dan agama, merek terkenal dapat mengajukan gugatan berdasarkan putusan pengadilan, memuat pemberatan sanksi pidana bagi merek yang produknya mengancam keselamatan dan kesehatan jiwa manusia, serta ketentuan mengenai indikasi geografis yang diatur dalam empat BAB (Pasal 53 sampai dengan 71).

Selanjutnya mengingat merek merupakan bagian dari kegiatan perekonomian atau dunia usaha, maka penyelesaian sengketa merek memerlukan badan peradilan khusus, yaitu Pengadilan Niaga, sehingga

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diharapkan sengketa merek dapat diselesaikan dalam waktu yang relative cepat. Sejalan dengan itu, harus pula diatur hukum acara khusus untuk menyelesaikan masalah sengketa merek seperti juga bidang Hak Kekayaan Intelektual lainnya. Adanya peradilan khusus untuk masalah merek dan bidang-bidang Hak Kekayaan Intelektual lainnya, juga dikenal di beberapa negara lain seperti Thailand. Dalam UU 20/2016 ini pun pemilik merek diberi upaya perlindungan hukum yang lain, yaitu dalam wujud Penetapan Sementara Pengadilan untuk melindungi mereknya guna mencegah kerugian yang lebih besar. Di samping itu, untuk memberkan kesempatan yang lebih luas dalam penyelesaian sengketa merek, maka dalam UU 20/2016 dimuat pula ketentuan tentang Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Tata hukum Indonesia telah memberikan perlindungan hukum yang memadai terhadap merek terkenal baik kaidah-kaidah aturan hukum maupun asas-asas hukum yang bersifat umum/universal. Pada hakikatnya, pengaturan tentang merek terkenal merupakan isu yang menyangkut kepentingan banyak negara terutama hal ini sangat berkaitan dengan lalu lintas perdagangan internasional. Tindakan membonceng ketenaran merek pihak lain tanpa persetujuan yang bersangkutan adalah tindakan yang bertentangan dengan asas/kaidah hukum yang berlaku.¹⁵

¹⁵ Titon Slamet Kurnia, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs*, (Bandung: P.T. Alumni, 2001), Cetakan ke-1, h.210

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Tinjauan Umum Pelanggaran Hak Merek

1. Pelanggaran Hak Merek

Pelanggaran merek yang banyak terjadi dan dilakukan oleh para pelaku usaha umumnya berkaitan dengan fungsi merek sebagai tanda pengenal atau identitas dari barang atau jasa. Sebagai merek yang memiliki reputasi tinggi sehingga mengandung *goodwill* serta berkaitan dengan fungsi merek sebagai jaminan terhadap kualitas mutu barang. Hal ini dikarenakan dalam hak atas merek melekat keuntungan ekonomis, sehingga selalu dimanfaatkan bukan hanya oleh pemilik merek tetapi juga oleh para pelaku usaha lain yang tidak bertanggung jawab.¹⁶

Pada prinsipnya sesuai prinsip hukum merek, pelanggaran merek dapat dikategorikan dalam tiga area utama, yaitu:¹⁷

- (1) *Infringement that create of "likelihood of confusion as to source sponsorship, affiliation, or connection.* (Pelanggaran yang menyebabkan persamaan yang membingungkan mengenai sumber, sponsor, afiliasi, atau koneksi).
- (2) *Counterfeiting that use of mark that is substantially indistinguishable-required for treble damages and criminal prosecution.* (Pemalsuan dengan penggunaan merek yang secara substansial tidak dapat dibedakan-yang dipersyaratkan untuk pemulihan tiga kali lipat dari jumlah kerugian

¹⁶ Samariadi, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar dari Tindakan Passing Off Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek" *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Riau, 2014, h. 56

¹⁷ Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, (Jakarta:Prenamedia Group, 2015), h. 311

sebenarnya sebagaimana dimungkinkan oleh peraturan perundang-undangan dan untuk penuntutan pidana).

(3) *Dilution that lessening of the capacity of a famous mark to identify and distinguish goods or services regardless of competition or likelihood of confusion.* (Dilusi merek yang mengurangi kapasitas sebuah merek terkenal untuk mengidentifikasi dan membedakan barang atau jasanya, terkait dengan persaingan atau persamaan yang membingungkan).

2. Pelanggaran Berupa Persamaan Pada Pokoknya yang Menyebabkan Persamaan yang Membingungkan Tentang Sumber Afiliasi Atau Koneksi

Secara tradisional merek bertujuan untuk memungkinkan konsumen membedakan satu produsen dari produsen lainnya, memungkinkan konsumen mampu membuat pilihan pembelian berdasarkan pengalaman sebelumnya. Di samping itu, merek menyediakan insentif bagi perusahaan untuk memproduksi barang dan/atau jasa yang berkualitas dan juga untuk melindungi investasi perusahaan dalam rangka membangun reputasi. Isu hukumnya “bagaimana kita dapat melindungi pilihan konsumen berdasarkan pengalaman konsumen sebelumnya atau berdasarkan reputasi produsennya?” Jawabannya adalah standar “persamaan yang membingungkan (*likelihood of confusion*).”

Di bawah standar “*likelihood of confusion*”, maka:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- (1) *Mark need not to be identical* (merek tidak harus identik-sama secara keseluruhan);
- (2) *Goods need not be competing* (barang tidak harus sama dan bersaing);
- (3) *Need not confuse all consumers* (tidak harus membingungkan semua konsumen).

3. Pemalsuan atau Penggunaan Merek yang Secara Substansial Tidak Memiliki Daya Pembeda (Merek Identik) Disyaratkan Pengetahuan Penggunaan Untuk Dapat Dinilai Merugikan dan Dikenai Sanksi Pidana

Pada prinsipnya setiap tindakan untuk menggunakan merek identik untuk produk identik (*double identity*) adalah secara nyata merupakan tindakan pemalsuan (*counterfeiting*).¹⁸

4. Pelanggaran Dilution/Persamaan Pada Pokoknya atau Keseluruhan Dengan Merek Terkenal

Dalam praktik di Indonesia, pelanggaran justru banyak terjadi melalui penggunaan langsung tanpa ada kehendak untuk mendaftarkan suatu merek terkenal (*wellknown trademarks*). Bentuk pelanggaran yang dapat diidentifikasi meliputi:

- (1) Penggunaan merek untuk produk barang dan/atau jasa yang tidak sejenis yang dapat menyesatkan konsumen, contoh,

¹⁸ Rahmi Jened, Prof. Dr, op.cit., h.316.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunaan merek Sony berikut inisialnya untuk produk makanan kecil, *underwear*, dan sebagainya.

- (2) Penggunaan nama-nama asing sebagai merek, seperti, nama Louis, Karl, dan sebagainya.
- (3) Penggunaan merek secara tanpa hak untuk barang atau jasa yang sejenis, contoh, Charles Jourdan untuk produk tas dan dompet.
- (4) Penggunaan material (bahan) dan juga peniruan model produk dengan inisial merek terkenal, contoh penggunaan corak materi (bahan), *accecories* sampai dengan model yang sama dengan tas merek YSL atau Louis Vuitton yang asli (*genuine product*).
- (5) Pencantuman indikasi asal yang dapat menyesatkan konsumen, contoh, Made in Italy, dan sebagainya.
- (6) Penerapan merek terkenal oleh pihak pembeli (termasuk pembeli asing) terhadap produk-produk yang dibeli secara kosongan dan jual putus di Indonesia dengan tujuan untuk dijual kembali.¹⁹

5. Pendaftaran dan Penggunaan Merek Terkenal di Internet

Kasus pendaftaran merek terkenal oleh pihak lain secara tidak sah di internet dengan maksud untuk menjualnya dengan harga yang tinggi kepada pemilik merek yang sebenarnya disebut *cybersquatting*.

¹⁹ Rahmi Jened, Prof. Dr ,op.cit., h.321

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Penggunaan Character dalam Pemasaran (*Character Merchandising*)

Penggunaan karakter dalam pemasaran seperti, karakter Winnie The Pooh, dan lain-lain sebagai merek atau langsung dipakai dalam produk adalah pelanggaran. Penggunaan reputasi berbagai karakter fiksi untuk memberikan nama dan menambah popularitas suatu produk, padahal produk tersebut tidak memiliki kaitan langsung dengan karakter tersebut, berpotensi melanggar hak pihak-pihak yang menciptakan karakter tersebut.

Berdasarkan Article 16 TRIPs yang menentukan: *"The owner of a registered trademark shall have the exclusive right to prevent all third parties not having the owner's consent from using in the course...in respect of which the trademarks is registered"*. Dalam Pasal 1 UU No.20/2016 ditentukan: "Hak atas merek 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 izin kepada pihak lain untuk menggunakannya". Pemilik merek dalam hal ini dapat terdiri dari satu orang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum, pemilik merek terdaftar memiliki monopoli secara terbatas (*limited monopoly*) untuk menggunakan sendiri mereknya atau mengeksploitasi mereknya dan menikmati manfaat ekonomi melalui perjanjian lisensi (*licence sgreement*) atau pengalihan hak (*assignment*). Di samping itu

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merek hanya eksis berkaitan dengan aktivitas komersial, sehingga merek harus digunakan.²⁰

Merek yang memiliki reputasi memiliki perlindungan lebih kuat. Setiap pendaftaran merek yang memiliki persamaan pada pokoknya (merek mirip) ataupun persamaan secara keseluruhan (merek identik) dengan merek yang memiliki reputasi (merek terkenal) akan ditolak. Dalam hal ini harus ditunjukkan bahwa penggunaan merek tersebut akan memberikan keuntungan yang tidak *fair* atau merusak karakter pembeda atau reputasi merek yang terkenal yang telah terdaftar.

Tidak ada penjelasan dalam undang-undang mengenai arti dari istilah “persamaan secara keseluruhan”. M. Yahya Harahap menyatakan bahwa: “persamaan pada keseluruhan adalah persamaan seluruh elemen”. Persamaan yang demikian sesuai dengan doktrin *entires similar* atau sama keseluruhan elemen. Dengan kata lain merek dapat disebut *copy* atau produksi merek orang lain, jika mengandung persamaan secara keseluruhan paling tidak memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- (1) Terdapat persamaan elemen secara keseluruhan termasuk elemen hurufnya;
- (2) Persamaan jenis atau produksi kelas barang dan jasa;
- (3) Persamaan wilayah dan segmen pasar;
- (4) Persamaan pelaku pemakaian; dan
- (5) Persamaan cara pemeliharaan.²¹

²⁰ Rahmi Jened Parinduri Nasution, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan (Penyalahgunaan HKI)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 241-242

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terminologi persamaan keseluruhan (*identical*) menurut Ruth Annand dan Helen Norman: “*even the smallest difference in the mark will lead to their being considered not identical.*” Jadi, meski hanya ada sedikit perbedaan dalam merek yang membuat merek tersebut bukan identik atau tidak memiliki persamaan secara keseluruhan. Bahkan Alexandre von Mohlendahl menyatakan: “*Identity must be understood in a literal sense. Word marks are identical only if they are written in the same way... Word mark are never identical to figurative marks, even if there is complete identity of word elements.*” Identitas harus dipahami alam arti secara harfiah. Merek berupa kata adalah sama secara keseluruhan (identik) hanya jika kata-kata tersebut ditulis dalam cara yang sama.

Persamaan secara keseluruhan (identik) harus dipahami secara makna harfiah. Suatu merek berupa kata adalah identik atau memiliki persamaan secara keseluruhan hanya jika merek tersebut dituliskan dengan cara yang sama keseluruhan elemennya.

Secara sederhana kriteria merek yang memiliki persamaan secara keseluruhan (*identical marks*) ada, apabila tanda memiliki persamaan secara keseluruhan dengan merek dan diterapkan untuk produk sejenis yang telah dilindungi lebih dahulu (*identical marks and identical products-double identity*) dan perbuatannya dapat dikatakan pemalsuan (*counterfeiting*).²²

²¹ Rahmi Jened, Prof. Dr, *op.cit.*, h. 176

²² Rahmi Jened, *op.cit.*, h. 178

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di Indonesia ketentuan tentang merek diatur dalam UU No.20/2016 yang dalam Pasal 1 Angka 1 menentukan:

“Merek adalah **tanda** yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan brang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan **dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.**”

Berdasarkan ketentuan tersebut di atas dapat diketahui elemen merek yang memberikan kemampuan perlindungan sebagai merek, yaitu:

1. Tanda;
2. Memiliki daya pembeda; dan
3. Penggunaan untuk perdagangan barang atau jasa.

Peranan merek menjadi lebih penting di era global, terutama dalam menjaga persaingan sehat. Tanda yang dijadikan merek secara konvensional mencakup tanda yang dapat dilihat secara kasat mata sebagai berikut:²³

1. Merek berupa gambar, contohnya gambar kerang untuk Shell, gambar kereta *cowboy* untuk CFC.
2. Merek berupa nama, contohnya nama orang perancis Louis Vuiton, nama orang Italia Prada.

²³ Rahmi Jened, *Loc.cit*, h. 61-62

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Merek berupa kata, contohnya kata Aqua untuk air mineral, kata Guess untuk produk *fashion apparel*, kata Exxon untuk oli dan bahan bakar.
4. Merek berupa huruf, contohnya merek D&G untuk singkatan Dolce and Gabbana, merek YKK untuk singkatan Yoshida Kabushiki Kaisha, merek ABC.
5. Merek berupa angka, contohnya merek 555 dibaca Triple Five, merek 234 dibaca Dji Sam Soe.
6. Merek berupa susunan warna atau kombinasi berbagai tanda, contoh merek Kodak gabungan dari tanda berupa huruf, kata dan warna.²⁴

²⁴ Ibid, h.62