

**KESIAPAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS
DALAM MENGHADAPI
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN**

(Tesis)

Oleh
TOMY PASCA RIFAI



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

ABSTRACT

THE READINESS OF LAW NUMBER 20 OF 2016 REGARDING THE TRADEMARKS AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN FACING THE ASEAN ECONOMIC COMMUNITY

**By
TOMY PASCA RIFAI**

The amendment of law regarding the trademarks and geographical indications is not only based on the legal interests of civil and criminal law but also based on the national interest. The law reforms is an awareness of Indonesia's Government to become part of the globalization of the world especially in facing the ASEAN Economic Community (AEC), hence it can provide the most benefit for the national economy. Pursuant to the preamble of the 1945 Constitution of the Republic Of Indonesia assert that the part of the purpose of forming the Indonesian government is to promote the general welfare. The issues in this research are the substantial amendment of legal protection of trademark and geographical indications according to the Law No. 20 of 2016 regarding Trademarks and Geographical indications and the readiness of the Law No. 20 of 2016 regarding the Trademarks and Geographical Indications in facing ASEAN Economic Community.

The research methods in this research using the descriptive analytical method and the research approach is normative juridical. The descriptive analytical means that to describe and depict the object of research critically through qualitative analysis. Therefore that the scope of the study is within the scope of the law, then the normative approach include: general principles of law, the synchronization of laws and regulations either vertical or horizontal, systematic of law and inventory of positive law.

The results of this research assert that the readiness of legal protection in the Law No. 20 of 2016 regarding the Trademarks and Geographical Indications in facing the ASEAN Economic Community emphasizes the competitive economic region, namely the expansion of the definition of the trademark, the registration of international trademark based on Madrid Protocol, the simplification of a trademark registration period procedures, the guidance and supervision of geographical indications, the use of electronic or non-electronic media, as well as network documentation system and geographical indications organized by electronic devices and/ or non-electronic which accessible nationally and internationally.

keyword: ASEAN Economic Community, trademarks, geographical indications, national interest

ABSTRAK

KESIAPAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

Oleh

TOMY PASCA RIFAI

Pembaruan hukum merek dan indikasi geografis bukan hanya didasarkan kepentingan hukum baik pidana maupun perdata semata tetapi juga kepentingan nasional. Pembaharuan hukum merupakan kesadaran Indonesia untuk menjadi bagian dari globalisasi dunia khususnya untuk menyambut Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), sehingga dapat memberikan manfaat terbaik bagi perekonomian nasional. Dalam alenia ke IV Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 ditegaskan bahwa bagian dari tujuan pembentukan pemerintah Indonesia adalah untuk memajukan kesejahteraan umum. Adapun beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pembaruan substansial perlindungan hukum merek dan indikasi geografis menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis dan pendekatannya adalah yuridis normatif. Deskriptif analitis berarti menggambarkan dan melukiskan sesuatu yang menjadi obyek penelitian secara kritis melalui analisis yang bersifat kualitatif. Oleh karena yang ingin dikaji berada dalam ruang lingkup ilmu hukum, maka pendekatan normatif tersebut meliputi: asas-asas hukum, sinkronisasi peraturan perundang-undangan baik secara vertikal maupun horizontal, sistematika hukum dan inventarisasi hukum positif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kesiapan perlindungan hukum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis untuk menghadapi era Masyarakat Ekonomi ASEAN, menekankan pada kawasan ekonomi yang berdaya saing, yaitu perluasan definisi merek, pendaftaran merek internasional berdasarkan protokol madrid, penyederhanaan jangka waktu proses pendaftaran merek, adanya pembinaan dan pengawasan indikasi geografis, penggunaan media elektronik atau non-elektronik, serta sistem jaringan dokumentasi dan informasi merek dan indikasi geografis diselenggarakan melalui sarana elektronik dan/atau non-elektronik yang dapat diakses secara nasional dan internasional.

Kata kunci: Masyarakat Ekonomi ASEAN, Merek, Indikasi Geografis, Kepentingan Nasional

**KESIAPAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM
MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN**

**Oleh
TOMY PASCA RIFAI**

**Tesis
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
MAGISTER HUKUM**

**Pada
Konsentrasi Hukum Bisnis
Program Studi Magister Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

**Judul Tesis : KESIAPAN UNTANG-UNDANG NOMOR 20
TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN
INDIKASI GEOGRAFIS DALAM
MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI
ASEAN**

Nama Mahasiswa

: Tomy Pasca Rifai

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1422011135

Program Kekhususan

: Hukum Bisnis

Program Studi

: Ilmu Hukum

Fakultas

: Hukum

Pembimbing Utama

Dr. Hamzah, S.H., M.H.

NIP 19690520 199802 1 001

Pembimbing Pendamping

Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.

NIP 19810215 200812 2 001

MENGETAHUI

**Pt. Ketua Program Studi
Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum
Universitas Lampung**

Dr. Eddy Rifai, S.H., M.H.

NIP 19610912 198603 1 003

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing

MENGESAHKAN

1. Tim Pengaji

Ketua

: **Dr. Hamzah, S.H., M.H.**

Sekretaris

: **Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.**

Pengaji Utama

: **Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum.**

Anggota

: **Dr. Muhammad Fakih, S.H., M.S.**

Anggota

: **Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**

2. Dekan Fakultas Hukum

Armen Yasir, S.H., M.Hum.

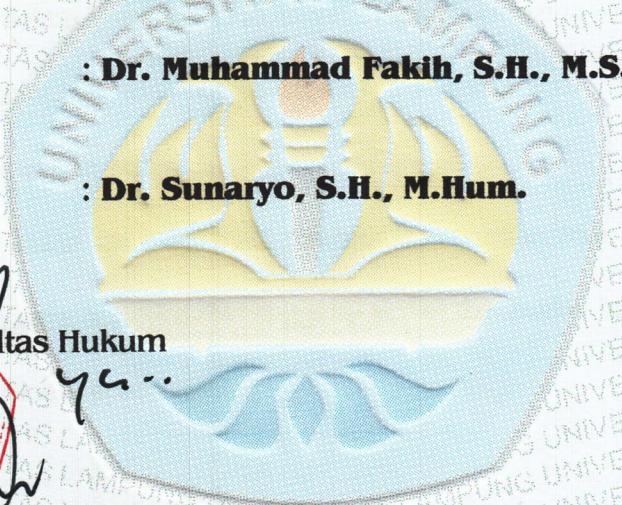
NIP 19620622 198703 1 005

3. Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Sudjarwo, M.S.

NIP 19530528 198103 1 002

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 21 Desember 2016



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa:

1. Tesis yang berjudul "**Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN**" adalah sepenuhnya karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika penulisan ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau plagiarisme.
2. Hak Intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi hukum yang berlaku yang akan diberikan kepada saya.

Bandar Lampung, 21 Desember 2016

Yang menyatakan,



Tomy Pasca Rifai
NPM 1422011135

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Semarang, 20 Oktober 1989, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Dr. Eddy Rifai, S.H., M.H dan Ibu Husna Purnama, S.E., M.E.P.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah Sekolah Dasar (SD) II Gunung Terang Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2001. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 10 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2004 dan Sekolah Menengah Atas (SMA) 7 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2007. Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Hukum Universitas Indonesia pada tahun 2011.

Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Magister Hukum Universitas Lampung dan penulis menyelesaikan pendidikan Strata Dua (S2) pada tahun 2016.

MOTO

*...dan katakanlah, "Ya Tuhaniku, tambahkanlah
kepadaku ilmu pengetahuan"*
(Q.S. Thaha: 114)

*Allah SWT akan meninggikan orang-orang yang
beriman di antaramu dan orang-orang yang
diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat*
(QS.Al-Mujadalah:11)

If Remain True To What's In My Intuition, That's All The Success I Need

PERSEMPAHAN

Bismillahirrohmennirrohim

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan yang telah memberikan kesempatan sehingga dapat ku selesaikan sebuah karya ilmiah ini dan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan Syafaatnya di hari akhir kelak. Aku persesembahkan karya ini kepada kedua orang tua yang selalu mencintai, menyayangi, mendo'akan dan mendidikku serta untuk adik-adikku yang senantiasa memberikan dukungan kepada ku dengan kasih sayang yang tulus, serta seluruh keluarga yang melengkapi hari-hariku:

Untuk sahabat dan teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan motivasi serta menemaniku dalam suka dan duka dalam mencapai keberhasilanku.

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul : “KESIAPAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MERK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN”. Tesis ini sebagai syarat untuk mencapai gelar Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa selesainya tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dan segala sesuatu dalam tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna mengingat keterbatasan penulis. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hasriadi Mat Akin, M.P., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Armen Yasir, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Eddy Rifai, S.H., M.H., selaku Ketua Program Pascasarjana Program Studi Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Budiyono, S.H., M.H., selaku Sekretaris Program Pascasarjana Program Studi Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Lampung.

5. Bapak Dr. Hamzah, S.H., M.H selaku Pembimbing I, yang telah banyak memberikan bimbingan, saran dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Ibu Rohaini, S.H., M.H., Ph.D selaku Pembimbing II, yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan saran, serta kesabarannya dalam membimbing penulis dalam penulisan tesis ini.
7. Bapak Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.Hum selaku Pembahas I yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Bapak Dr. Muhammad Fakih, S.H., M.S. selaku Pembahas II yang telah memberikan kritikan dan saran demi baiknya penulisan tesis ini.
9. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum. selaku Pembahas tambahan yang juga telah memberikan kritikan dan saran demi baiknya penulisan tesis ini.
10. Bapak Dr. HS. Tisnanta, S.H., M.H., selaku guru kehidupan yang telah memberikan wawasan untuk menambah pengetahuan dalam menghadapi kehidupan.
11. Seluruh dosen, staf dan karyawan Magister Hukum Universitas Lampung yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama proses pendidikan dan bantuannya selama ini.
12. Papaku Dr. Eddy Rifai, S.H., M.H dan Mamaku Husna Purnama, S.E. M.E.P. tercinta. Terimakasih atas do'a dan segala ilmu kehidupan yang telah mama dan papa berikan. Semoga Allah SWT membalas tiap tetesan keringat, segala bentuk perhatian dan kasih sayang yang melimpah dengan sebaik-baik balasan berupa ridho dan kasih sayang Allah SWT.

13. Adik-adikku, Akbar Prima Rifai, S.T. dan Nurul Purna Mahardika yang telah memberikan semangat serta do'a untuk kelancaran dalam penggerjaan tesis ini.
14. Untuk seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas do'a serta semangat yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
15. Kepada seluruh senior dan rekan dari Sopian Sitepu & Partners yang telah memberikan pengetahuan hukum praktik kepada penulis yang amat berarti bagi penambahan wawasan praktik hukum penulis.
16. Seluruh teman-teman sekaligus keluarga baru di Magister FH Unila 2014 yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan tesis ini. Terimakasih pengalaman yang baru, kebersamaan dan kekeluargaan yang amat berarti bersama kalian.
17. Kepada seluruh teman-teman dari Pusat Kajian Kebijakan Publik dan Hak Asasi Manusia (PKKPHAM) Universitas Lampung yang telah memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
18. Almamaterku tercinta, Magister Hukum Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Saran dan kritik yang bersifat membangun akan selalu diharapkan. Semoga tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi agama, masyarakat, bangsa, negara, mahasiswa, akademisi, serta pihak-pihak lain yang membutuhkan terutama bagi penulis.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih semoga Allah SWT memberikan perlindungan dan kebaikan bagi kita semua serta semoga tali silahtuhrahmi diantara kita tetap erat dan kita dipertemukan kembali dalam keridhoan-Nya.
Aamiin Allahuma Ya Rabbil'alamin.

Bandar Lampung, 21 Desember 2016

Penulis,

Tomy Pasca Rifai

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Masalah dan Ruang Lingkup.....	14
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
D. Kerangka Pemikiran.....	16
E. Metode Penelitian.....	31
D. Sistematika Penulisan	36
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	38
A. Tinjauan Umum Masyarakat Ekonomi ASEAN	38
1. Pengertian Masyarakat Ekonomi ASEAN	38
2. Latar Belakang Masyarakat Ekonomi ASEAN.....	39
3. Dasar dan Konsekuensi Hukum Masyarakat Ekonomi ASEAN	46
4. Cetak Biru Pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN	49
5. Tujuan Masyarakat Ekonomi Asean	52
6. Kebijakan Hak Kekayaan Intelektual ASEAN Dalam Membentuk Kawasan Ekonomi yang Kompetitif	53
B. Sejarah Pengaturan Hukum Merek dan Indikasi Geografis	55
1. Sejarah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961.....	56
2. Sejarah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992.....	57
3. Sejarah Undang-undang Nomor 1997.....	61
4. Sejarah Undang-undang Nomor 15 tahun 2001	63
C. Tinjauan Peraturan Terkait Dengan Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis Sehubungan Dengan Saat Berlakunya Undang-Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek, yaitu.....	66
D. Konvensi-Konvensi Internasional Terkait Dengan Hukum Merek	76
 BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	100
A. Landasan Filosofis, Sosiologis, Dan Yuridis Dalam Penyusunan Rancangan Undang-Undang Merek 2015	100
B. Pembaruan Substansial Perlindungan Hukum Merek Menurut Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2015 tentang Merek dan Indikasi Geografis.....	105

C. Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2015 tentang Merek dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN	147
BAB IV PENUTUP	163
A. Kesimpulan	163
B. Saran.....	164

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada abad ke-21 internasionalisasi dari kegiatan masyarakat dunia dalam hampir semua bidang semakin meningkat dan membawa kita pada perkembangan dalam teknologi dan pola kegiatan ekonomi. Perkembangan tersebut membuat masyarakat di dunia semakin saling bersentuhan, saling membutuhkan, saling terkait satu sama lain, tetapi juga saling bersaing. Hal ini terutama terlihat dalam kegiatan perdagangan dunia sebagai salah satu bidang utama dalam kegiatan ekonomi masyarakat di dunia, baik dalam bidang perdagangan barang (*trade in goods*) maupun dalam bidang perdagangan jasa (*trade in services*). Karena dalam berinteraksi secara internasional satu lama lain dalam perdagangan dunia akan mengalami konflik dan perselisihan-perselisihan, maka negara-negara di dunia memerlukan suatu kesepakatan terhadap aturan main tertentu dalam suatu sistem perdagangan global. Globalisasi yang terjadi saat ini di mana mengarah kepada suatu dunia seolah menjadi tidak terbatas (*bordless world*) telah menempatkan semua penduduk dunia dalam suatu perkampungan global.

Perkembangan dunia di era millenium ketiga ini ditandai dengan semakin pesatnya loncatan kemajuan bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Perkembangan ini terasa semakin multi dimensi ketika dihadapkan pada tuntutan dan

kebutuhan manusia yang beragam.¹ Kompleksitas ini semakin bertambah manakala dihubungkan dengan pola interaksi bisnis yang terjalin di masyarakat modern. Implikasi ini telah mengubah wajah perdagangan dan perekonomian dunia menjadi bentuk bisnis secara global. Globalisasi ekonomi berarti terintegrasinya ekonomi berbagai negara menjadi satu seolah-olah tanpa dibatasi oleh kedaulatan negara. Salah satu ciri bisnis yang paling dominan pada globalisasi ekonomi adalah sifatnya bergerak cepat, baik dalam transaksi maupun pergerakan arus barang dan modal. Hal ini mempengaruhi pula terhadap berbagai peraturan di bidang bisnis yang dengan cepat pula mengalami perubahan.²

Pada tahun 2003, negara-negara anggota ASEAN mengadakan pertemuan di Bali dengan gagasan untuk mewujudkan cita-cita kawasan yang memiliki integritas ekonomi kuat mulai dirancang langkah awal dan diprediksikan akan dimulai pada tahun 2020. Selanjutnya, pada pertemuan di Filipina yang diselenggarakan pada 13 Januari 2007, para negara-negara anggota ASEAN sepakat untuk mempercepat pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN (dalam istilah bahasa Inggris: *ASEAN Economic Community (AEC)*), selanjutnya dalam penulisan tesis ini disebut sebagai MEA. Latar belakang pembentukan ini adalah untuk persiapan menghadapi globalisasi ekonomi dan perdagangan melalui *ASEAN Free Trade Area (AFTA)* serta menghadapi persaingan global terutama dari China dan India. Percepatan keputusan negara ASEAN untuk membentuk MEA yang pada awalnya baru akan dimulai pada

¹ Syprianus Aristeus, 2014, *Peluang Industri dan Perdagangan Indonesia Dalam Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (Industry and Trade Opportunity of Indonesia on ASEAN Economic Community)*, Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional, Volume 3 Nomor 2, Agustus 2014, hlm. 146

² *Ibid*, hlm. 146

tahun 2020 menjadi 2015 menjadi acuan untuk segera meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing antar sesama negara anggota ASEAN untuk menghadapi persaingan global.³

Pembentukan MEA merupakan salah satu tujuan dari ASEAN. Dalam Piagam ASEAN , tujuan ini dirumuskan sebagai, *To create a single market and production base which is stable, prosperous, highly competitive and economically integrated with effective facilitation for trade and investment in which there is free flow of goods, services and investment; facilitated movement of business persons, professionals, talents and labour; and free flow of capital.*⁴. Pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN tersebut tertuang dalam Cetak Biru MEA 2015 yang ditandatangani tahun 2007 dibuat berdasarkan empat pilar, yaitu:⁵

Pilar 1: Pasar Tunggal dan Basis Produksi Pasar Tunggal

Melalui realisasi MEA, diharapkan ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan basis produksi. Pembentukan ASEAN sebagai suatu pasar tunggal dan basis produksi akan membuat ASEAN lebih dinamis dan lebih berdaya saing dengan mekanisme dan langkah-langkah baru guna memperkuat pelaksanaan inisiatif-inisiatif ekonomi yang ada dalam mempercepat integrasi ekonomi sebagai rencana induk yang koheren dalam pembentukan MEA. Cetak Biru MEA mengidentifikasi karakteristik dan

³ Bappeda Kabupaten Malang, 2015. *Kabupaten Malang menuju MEA 2015*, (Jawa Timur: Bappeda Kabupaten Malang), hlm. 2

⁴ Pasal 1 ayat (5) Piagam ASEAN.

⁵ Direktorat Jenderal Kerja Sama Perdagangan Internasional, 2015. *Menjadi Juara Di Era MEA 2015, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia* <http://aeccenter.kemendag.go.id/media/177084/mea-2015-final-29-07-2015.pdf>, diunduh 1 Desember 2016

elemen MEA dengan target dan batas waktu yang jelas untuk pelaksanaan berbagai tindakan yang disepakati untuk mengakomodasi kepentingan seluruh negara anggota ASEAN.

Dalam mendukung pembentukan ASEAN sebagai sebuah pasar tunggal dan basis produksi, maka hambatan perdagangan berupa tarif akan dihapuskan, dan hambatan non-tarif secara bertahap juga akan dihapus. Perdagangan dan sistem kepabeanan antar negara-negara di ASEAN akan terstandarisasi, sederhana dan harmonis sehingga diharapkan dapat mengurangi biaya transaksi. Selain itu, Kawasan ASEAN juga akan mengakomodir pergerakan bebas bagi para profesional, sedangkan Investor yang berminat berinvestasi di ASEAN juga akan diberikan kemudahan untuk berinvestasi di berbagai sektor, termasuk di sektor jasa. Pasar tunggal dan basis produksi ASEAN terdiri dari atas lima elemen inti, yaitu:

1. Arus barang yang bebas;
2. Arus jasa yang bebas;
3. Arus investasi yang bebas;
4. Arus modal yang lebih bebas;
5. Arus tenaga kerja terampil yang bebas.

Komponen dalam pasar tunggal dan basis produksi adalah termasuk 12 (dua belas) sektor-sektor prioritas integrasi, yakni: produk berbasis agro, transportasi udara, otomotif, e-ASEAN, elektronika, perikanan, pelayanan kesehatan, produk berbasis karet, tekstil dan pakaian, pariwisata, produk berbasis kayu dan logistik, makanan, ditambah pertanian dan kehutanan.

Pilar 2: Kawasan Ekonomi yang Berdaya Saing

Perwujudan kawasan ekonomi yang stabil, makmur, dan berdaya saing tinggi merupakan tujuan dari integrasi ekonomi ASEAN. Terdapat enam elemen inti bagi kawasan ekonomi yang berdaya saing ini, yaitu: (i) Kebijakan persaingan; (ii) Pelindungan konsumen; (ii) Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya dapat disebut sebagai HKI); (iv) Pembangunan infrastruktur; (v) Perpajakan; dan (vi) e-commerce. Negara-negara anggota ASEAN telah berkomitmen untuk memperkenalkan kebijakan kawasan di sektor-sektor prioritas, memfasilitasi pergerakan para pelaku usaha, tenaga kerja terampil dan berbakat, dan memperkuat mekanisme kelembagaan ASEAN untuk menjadikan ASEAN sebuah kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi.

Pilar 3: Ekonomi yang Merata

Di bawah karakteristik ini terdapat dua elemen utama, yaitu: (i) Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM); dan (ii) Inisiatif untuk Integrasi ASEAN. Kedua inisiatif ini diarahkan untuk menjembatani jurang pembangunan baik pada tingkat UKM maupun untuk memperkuat integrasi ekonomi Kamboja, Laos, Myanmar dan Vietnam (Kamboja, Laos, Myanmar and Vietnam/CLMV) agar semua anggota dapat bergerak maju secara serempak dan meningkatkan daya saing ASEAN sebagai kawasan yang memberikan manfaat dari proses integrasi kepada semua anggotanya.

Pilar 4: Integrasi dengan Ekonomi Global

ASEAN bergerak di sebuah lingkungan yang makin terhubung dalam jejaring global yang sangat terkait satu dengan yang lain, dengan pasar yang saling bergantung dan industri yang mendunia. Sehingga, agar pelaku usaha ASEAN dapat bersaing secara global, serta untuk menjadikan ASEAN lebih dinamis, maka diperlukan keseimbangan dalam pengembangan pasar domestik agar tetap menarik bagi investasi, serta pengembangan pasar luar negeri guna mendorong terciptanya lebih banyak sentra produksi di ASEAN. Untuk itu, diperlukan sebuah payung hukum yang dapat mengakomodir persaingan usaha yang adil untuk mendorong proses integrasi ekonomi kawasan ASEAN dengan perekonomian global.

Dua pendekatan yang ditempuh ASEAN dalam proses integrasi dengan perekonomian dunia adalah: (i) Pendekatan koheren menuju hubungan ekonomi eksternal melalui Perjanjian Perdagangan Bebas (*Free Trade Area/FTA*) dan kemitraan ekonomi yang lebih erat (*Closer Economic Partnership/CEP*); dan (ii) Partisipasi yang lebih kuat dalam jejaring pasokan global. Selain itu, ASEAN tengah mengikuti proses integrasi kawasan yang lebih luas dengan melibatkan RRT, Jepang, Korea, India, Selandia Baru, dan Australia. Hal ini dilakukan untuk memperkuat integrasi ekonomi di kawasan ASEAN yang saat ini di warnai dengan kerja sama baru diantaranya *Trans Pacific Partnership (TPP)*, serta mulai bergulirnya inisiasi pembentukan *Free Trade Area on Asia Pacific (FTAAP)*.

Dalam penulisan tesis ini, penulis menekankan pada aspek pilar kedua yaitu kawasan ekonomi yang berdaya saing, dimana MEA yang akan memberikan peluang dan tantangan bagi perkembangan eksport Indonesia kedepan terutama menyangkut

daya saing perdagangan. Dalam sektor manufaktur dapat diambil contoh misalnya daya saing produk Indonesia dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya di pasar tujuan utama produk Indonesia, berdasarkan hasil kajian termuktahir dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, dimana terhadap posisi daya saing Indonesia di pasar dunia untuk masing-masing produk manufaktur ekspor secara berurutan adalah:⁶

- a. Produk Mesin : Daya saing Indonesia masih kalah jika dibandingkan Thailand dan Singapura di 10 negara tujuan ekspor produk mesin Indonesia;
- b. Produk Otomotif : Indonesia masih kalah jika dibandingkan dengan Philipina dan Thailand di 10 negara tujuan utama ekspor Indonesia;
- c. Produk Kayu : Indonesia memiliki daya saing yang sangat baik jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Malaysia dan Thailand berada pada urutan ke-2 dan ke-3 setelah Indonesia;
- d. Produk Logam : Indonesia memiliki daya saing untuk produk logam di 10 negara tujuan ekspor utama, kemudian disusul oleh Philipina dan Thailand;
- e. Produk Karet : Thailand merupakan negara yang memiliki daya saing yang baik untuk produk karet di 10 negara tujuan ekspor Indonesia. Sementara Indonesia berada di urutan ke-2 dan Malaysia berada pada urutan ke-3;

⁶ Kementerian Perdagangan, 2015. *Laporan Analisis Daya Saing Indonesia Dan ASEAN Lainnya Di Pasar Produk Utama Indonesia Pusat, Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Badan Pengkajian Dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan*, Pustaka Daglu, <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2016/06/15/analisis-daya-saing-1465976277.pdf>, diunduh 1 Desember 2016, hlm. 117-119

- f. Produk Alas Kaki : Vietnam dan Indonesia merupakan negara yang sama-sama memiliki daya saing yang sangat baik untuk produk alas kaki di 10 negara tujuan ekspor Indonesia;
- g. Produk Plastik : Thailand dan Singapura memiliki daya saing di hampir seluruh negara tujuan ekspor produk plastic Indonesia. Malaysia dan Vietnam berada di urutan ke-3 dan ke-4 setelah Thailand dan Singapura. Daya saing produk plastik Indonesia masih kalah jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya;
- h. Tekstil dan Produk tekstil (TPT) : Indonesia dan Vietnam merupakan negara yang sama-sama memiliki daya saing yang kuat untuk tekstil dan produk tekstil;
- i. Produk Elektronik : Malaysia, Filipina dan Singapura merupakan negara yang sama-sama memiliki daya saing yang baik untuk produk elektronik di 10 pasar tujuan ekspor elektronik Indonesia. Thailand dan Vietnam berada pada posisi ke-4 dan ke-5, sementara Indonesia masih kalah dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya;
- j. Produk kimia : Indonesia memiliki daya saing yang baik untuk produk kimia di 10 negara tujuan utama ekspor Indonesia, kemudian disusul oleh Singapura, Malaysia dan Thailand.

Kerjasama regional di bidang hak kekayaan intelektual khususnya merek juga terkait dengan *ASEAN Intellectual Property Right ASEAN IPR Action plan (2011-2015)*. Adapun rencana aksi tersebut ditujukan untuk mengembangkan kreatifitas dan inovasi yang didukung oleh sistem pendaftaran merek yang lebih memberikan pelayanan terhadap dunia usaha, serta dapat meningkatkan jejaring dan koordinasi, peningkatan kapasitas, kepedulian masyarakat, serta kontribusi industri hak kekayaan

intelektual khususnya perlindungan hukum merek terhadap peningkatan daya saing dan pembangunan.

Dengan demikian, untuk menyambut era MEA, perkembangan hukum merek bukan hanya untuk mendasarkan kepentingan hukum baik pidana maupun perdata semata tetapi juga kepentingan nasional. Pembaharuan hukum merupakan kesadaran Indonesia untuk menjadi bagian dari globalisasi dunia, sehingga dapat memberikan manfaat terbaik bagi perekonomian nasional. Dalam pembentukan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, alenia ke 4 menegaskan bahwa bagian dari tujuan pembentukan pemerintah Indonesia adalah untuk memajukan kesejahteraan umum, sehingga memerlukan pengembangan kewirausahaan baik mikro, kecil dan menengah. Selanjutnya, merek berperan sangat penting karena pada dasarnya untuk daya berbeda antara suatu barang dengan barang yang lain.

Keberadaan merek menjadi sangat penting untuk menunjukkan reputasi dari produk barang dan jasa. Dengan demikian, pembaharuan perlindungan merek terkait dengan hukum yang senantiasa mampu memenuhi perkembangan yang ada. Dengan demikian, untuk menyambut era MEA, perlu tercipta suatu sistem perlindungan hukum merek yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan daya saing bangsa.

Selama kurang lebih 14 tahun berlakunya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, tercatat masih terdapat kelemahan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan praktek ataupun tuntutan pelayanan kebutuhan hukum kepada masyarakat. Oleh karena itu perbaikan dan penyempurnaan terhadap kelemahan ketentuan dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sangat diperlukan dan dimaksudkan untuk :

- a. Lebih meningkatkan pelayanan kepada masyarakat pemohon pendaftaran Merek.
- b. Lebih memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan pendaftaran Merek, yakni dengan menyederhanakan proses dan prosedur pendaftaran Merek.
- c. Lebih memberikan perlindungan hukum terhadap pemilik Merek terdaftar dari kemungkinan pelanggaran Merek yang dilakukan oleh pihak lain.
- d. Menyesuaikan aturan hukum di bidang Merek dengan ketentuan-ketentuan internasional di bidang Merek yang telah diratifikasi dan atau diakselerasi oleh Indonesia.⁷

Selanjutnya, Rancangan Undang-Undang Tentang Merek telah disahkan menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dimana dalam Pasal 107 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan: *Pada Saat Undang-Undang ini mulai berlaku, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 110, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4131) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.*

Terkait dengan penekanan terhadap pemisahan merek dan indikasi geografis, maka memang hak indikasi geografis harus tegas pemisahannya dengan hak atas merek dimana indikasi geografis tidak dapat dimasukkan dalam kegiatan monopoli. karena indikasi geografis merupakan hal yang berbeda dan tidak dapat dipersamakan cara pandangnya. Kegiatan ekonomi dapat dilihat dari konsep dasar manusia dalam

⁷ Panitia Khusus RUU Tentang Merek, 2016. *Laporan Singkat Panitia Khusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, Rapat ke-5, <http://www.dpr.go.id>, diunduh tanggal 20 Juni 2016.

memenuhi kebutuhannya. Sedangkan HKI masuk dalam kategori aspek dinamis (*economic basis of property rights was perceived in dynamic terms*) yang mengandalkan pada nilai atau value suatu produk. Akibat dari kelebihannya, konsumen lebih tertarik menggunakan produk tersebut, sehingga hasil kreasi dari kekayaan intelektual cenderung untuk menambah pilihan konsumen, bukan untuk menguranginya.

Pengembangan kekayaan intelektual dari solusi teknologi tidak serta merta membuat orang untuk melupakan solusi yang lama, dan biasanya bahkan tidak menyebabkan solusi yang lebih tua harus ditarik dari suatu pasar: sebaliknya, meningkatkan persaingan, yang cenderung mengikis harga solusi tua dari waktu ke waktu. Kondisi tersebut dapat meningkatkan pilihan dan kesejahteraan konsumen. Tujuan hukum persaingan yang sehat adalah kompetisi itu sendiri. Tujuan inilah yang juga diinginkan dimana pada dasarnya bertujuan untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang curang atau tidak beritikad baik dalam menjalakan usahanya, sehingga kekayaan intelektual tidak dilihat secara skeptis.⁸

Selanjutnya, menurut Wahyu Sasongko, indikasi geografis merupakan rezim hak kekayaan intelektual dengan unsur-unsur atau sifat tersendiri (*sui generis*). Dalam Perjanjian *Trade Related Aspect of Intellectual Property Right* (selanjutnya disebut dengan TRIPs) dinyatakan: *for the purpose of this agreement*. Berarti, unsur-unsur dalam definisi indikasi geografis merupakan sifat khas yang berbeda dan dapat

⁸Debrina Rahmawati, et.al, *Perlindungan Hukum Atas Indikasi Geografis (Studi Perbandingan Hukum Indonesia Dengan Australia)*, <http://hukum.studentjournal.ub.ac.id/index.php/hukum/article/download/1535/1283>, diakses 12 November 2016

dibedakan dengan rezim hak kekayaan intelektual lain. Setidaknya, ada empat unsur pokok indikasi geografis dalam Perjanjian TRIPs, yaitu, pertama, unsur nama geografis untuk mengidentifikasi, tidak bersifat mutlak tetapi relatif karena dapat menggunakan nama non-geografis; kedua, unsur wilayah dalam negara sebagai tempat produksi tidak identik dengan wilayah administratif namun disesuaikan dengan kondisi factual; ketiga, unsur kepemilikan dalam indikasi geografis bukan merupakan hak individual (*private right*) tetapi hak komunal (*communal right*), maka Indikasi Geografis merupakan hak untuk menggunakan (*right to use*); dan keempat, unsur kualitas, reputasi, atau karakteristik lain yang bersifat alternatif, maka suatu barang sudah cukup memenuhi salah satu dari unsur tersebut.⁹

Landasan Filosofis diterapkan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis agar memiliki makna dan bermanfaat bagi kepentingan nasional. Walaupun Indonesia menjadi anggota Organisasi Perdagangan Dunia, dan meratifikasi beberapa konvensi internasional dibidang HKI, serta berkewajiban melindungi kepentingan pemilik Merek yang sebenarnya, dan beritikad baik dapat melindungi khalayak ramai terhadap tiruan atau pemalsuan barang-barang dan jasa yang membonceng suatu barang atau jasa yang sudah terkenal sebagai barang dan jasa yang bermutu baik dan unggul, landasan sosiologis dalam penyusunan naskah akademik yaitu pemerintah perlu menciptakan kebijakan iklim investasi yang kondusif dan kebijakan mengenai :

1. Penghargaan terhadap Merek lokal, agar dapat bersaing dengan Merek asing;

⁹ Wahyu Sasongko, 2008. *Indikasi Geografis: Rezim HKI Yang Bersifat Sui Generis*, Jurnal Media Hukum, <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=98312&val=648>, diakses 10 September 2016, hlm. 107-108

2. Memotivasi masyarakat agar tumbuh sikap sadar terhadap Merek-merek lokal untuk meningkatkan produksi dalam negeri
3. Menjamin kepastian hukum bagi pemilik Merek.¹⁰

Landasan Yuridis yaitu, dalam era perdagangan bebas, HKI merupakan faktor penting dalam menciptakan sistem perdagangan bebas yang adil, dimana hal tersebut sangat memegang peranan penting, terutama untuk melindungi khalayak ramai terhadap tiruan atau pemalsuan barang-barang danjasa yang membonceng suatu barang atau jasa yang sudah terkenal sebagai barang dan jasa yang bermutu baik dan unggul. Salah satu ketentuan dalam WTO adalah aspek-aspek dagang yang terkait dengan HKI atau *Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Right* (TRIPs). Persetujuan TRIPs merupakan Persetujuan yang mengatur tentang Aspek-aspek Perdagangan yang mensyaratkan adanya perlindungan terhadap HKI yang merupakan standar internasional dan harus dipakai berkenaan dengan HKI, termasuk Merek. Sejak berlakunya UU No. 15 tahun 2001, dalam praktiknya masih ditemui kendala-kendala. UU No. 15 Tahun 2001 tidak sesuai dengan perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat, dan harus dirubah dengan melakukan penyesuaian dengan konvensi-konvensi di bidang Merek, baik yang sudah diratifikasi yaitu Persetujuan TRIPs, Konvensi Paris dan Trademark Law Treaty, maupun konvensi yang akan di ratifikasi, yaitu Protokol Madrid.¹¹ Dengan demikian, penulis meninjau kesiapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

¹⁰ Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2015. *Naskah Akademik RUU tentang Merek 2015*, Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, http://www.bphn.go.id/data/documents/penyelarasan_na_ruu_ttg_merek.pdf, hlm. 58-63

¹¹ Ibid

Geografis dalam memberikan perlindungan hukum yang sesuai dengan kondisi perekonomian masyarakat baik lokal maupun global dalam rangka menghadapi era MEA. Perspektif tentang ketentuan hukum merek inilah yang menjadi lingkup dari permasalahan yang akan diuraikan dalam tesis ini, oleh karena itu, penulisan tesis ini diberi judul: “Kesiapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN”.

B. Masalah dan Ruang Lingkup

1. Permasalahan

Bertitik tolak dari latar belakang masalah, maka yang akan diangkat menjadi permasalahan adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah pembaruan substansial perlindungan hukum merek dan indikasi geografis menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?
- b. Bagaimanakah kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN

2. Ruang Lingkup

Penelitian ini difokuskan pada pengkajian peraturan perundang-undangan di bidang hak kekayaan intelektual khususnya mengenai hukum merek dan indikasi geografis, berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dianalisis kesiapannya secara normatif yuridis untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian dalam adalah bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui pembaruan substansial perlindungan hukum merek dan indikasi geografis menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- b. Untuk mengetahui kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN.

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini mencakup kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yaitu:

- a. Kegunaan Teoritis
 - 1) Secara teoritis diharapkan berguna sebagai upaya pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti upaya pengembangan wawasan keilmuan peneliti, pengembangan teori ilmu hukum khususnya pada teori hukum hak kekayaan intelektual yang berkaitan dengan konsepsi perlindungan hukum merek dan indikasi geografis menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian yang sudah ada serta menjadi rujukan bagi penelitian yang akan dilakukan oleh pihak lain dalam bidang yang sama.
 - 2) Sebagai analisis masukan bagi penyempurnaan undang-undang khususnya mengenai peraturan perundang-undangan yang lebih lengkap tentang hukum

merek dan indikasi geografis dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta dapat pula dijadikan masukan untuk pembuatan peraturan dan kebijakan yang berlaku di Indonesia.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penulisan tesis ini diharapkan:

- 1) Dapat memberikan analisis perlindungan hukum substansial mengenai merek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- 2) Dapat memberikan analisa kesiapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN.
- 3) Agar dapat memahami perspektif hukum dalam mempertimbangkan perubahan Undang-Undang yang berkaitan.

D. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Teori

Teori adalah serangkaian praposisi atau keterangan yang saling berhubungan dan tersusun dalam sistem deduksi yang mengemukakan penjelasan atas suatu gejala.¹² Sedikitnya terdapat tiga unsur dalam suatu teori. ¹³ Pertama, penjelasan

¹² Sutan Remy Sjahdeni, 2009. *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*. (Jakarta: CV Pustaka Utama Grafiti Pers), hlm. 8.

¹³ Happy Try Sulistiyono, 2014. *Perspektif Hakim Terhadap Pengajuan Alat Bukti Elektronik Dalam Pembuktian Perkara Perdata Di Pengadilan Negeri Kalianda*. Tesis Program Studi Magister Hukum Universitas Lampung.

tentang hubungan antara berbagai unsur dalam suatu teori. Kedua, teori yang menganut sistem deduktif, yaitu sesuatu yang bertolak dari suatu yang umum dan abstrak menuju suatu yang khusus dan nyata. Ketiga, adalah bahwa teori memberikan penjelasan atas gejala yang dikemukakannya. Fungsi dari teori dalam suatu penelitian adalah untuk memberikan pengarahan kepada penelitian yang akan dilakukan.¹⁴

a. Teori Sistem Pendaftaran Merek

Sistem pendaftaran deklaratif adalah suatu sistem dimana yang memperoleh perlindungan hukum adalah pemakai pertama dari merek yang bersangkutan. Sistem pendaftaran deklaratif ini dianut dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961. Dengan perkataan lain, bukanlah pendaftaran yang menciptakan suatu hak atas merek, tetapi sebaliknya pemakaian pertama di Indonesia yang menciptakan atau menimbulkan hak itu.¹⁵ Sistem pendaftaran deklaratif pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 dapat diketahui dari ketentuan Pasal 2 ayat (1) menyebutkan: *Hak khusus yang memakai suatu merek guna memperbedakan barang-barang hasil perusahaan atau barang-barang perniagaan seseorang atau suatu badan dari barang-barang orang lain atau badan lain kepada barang siapa yang untuk pertama kali memakai merek itu untuk keperluan tersebut diatas di Indonesia.*

Menurut Yahya Harahap penegakan hukum berdasarkan Pasal 2 tersebut diatas mengandung konsepsi sistem *dualism*, satu segi ditegakkan doktrin pendaftaran pertama atau *first to file principle*, siapa pendaftar pertama dianggap

¹⁴ Duane R. Monette, 1986. *Applied Social Research* (New York: Holt, Rinehart, and Winston Inc.), hlm. 27.

¹⁵ Sudargo Gautama dan Rizawanto, 1993. *Hukum Merek Indonesia*. (Bandung:PT. Citra Aditya Bakti), hlm. 40

mempunyai hak yang lebih unggul dan lebih utama dari pemilik merek lainnya, sesuai dengan asas *prior in filing*, tetapi berbarengan dengan itu ditegakkan pula doktrin pemakai pertama atau *prior user (first to use system)*, apabila dapat membuktikan bahwa dia pemakai pertama yang sesungguhnya dianggap pemilik paling unggul haknya jika seseorang dapat membuktikan sebagai pemakai pertama sesungguhnya. Penjelasan umum tersebut memberikan kedudukan yang utama pada asas *prior user has a better right* atau pemakai pertama mempunyai hak yang lebih baik dari pendaftar pertama.¹⁶ Hal ini berarti bahwa seseorang yang udah mendaftarkan mereknya belum tentu akan tetap dianggap berhak untuk menggunakan merek tersebut untuk selamanya, sebab apabila ada orang lain yang dapat membuktikan bahwa dia adalah pemilik merek pertama dari merek yang sama dengan merek yang didaftarkan, maka orang yang mendaftarkan merek yang pertama kali akan dibatalkan untuk menggunakan merek tersebut. Pendaftaran dalam sistem deklaratif lebih berfungsi untuk memudahkan pembuktian, artinya dengan adanya surat memperoleh surat pendaftaran maka akan mudah untuk membuktikan apabila ada pihak lain yang mengaku sebagai pemilik merek yang bersangkutan.¹⁷ Hal ini akan berlaku sepanjang pihak lain tidak dapat membuktikan sebagai pemakai pertama kali merek yang didaftarkan tersebut, atau dengan kata lain bahwa pendaftar pertama kali atas suatu merek hanya sebagai dugaan hukum sebagai pemakai pertama kali.

Sistem deklaratif adalah sistem pendaftaran yang hanya menimbulkan dugaan adanya hak sebagai pemakai pertama pada merek bersangkutan. Sistem deklaratif

¹⁶ M. Yahya Harahap, 1996. *Timjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992*, (Bandung: Citra Aditya Bakti)

¹⁷ Sudargo Gautama, *Op. Cit*, hlm. 33

dianggap kurang menjamin kepastian hukum dibandingkan dengan sistem konsitutif berdasarkan pendaftaran pertama yang lebih memberikan perlindungan hukum. Sistem pendaftaran pertama disebut juga *first to file principle*. Artinya, merek yang didaftar adalah yang memenuhi syarat dan sebagai yang pertama. Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pemohon beritikad tidak baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara tidak layak dan tidak jujur, ada niat tersembunyi misalnya membongceng, meniru, atau menjiplak ketenaran menimbulkan persaingan tidak sehat dan mengecohkan atau menyesatkan konsumen. Sedangkan sistem konstitutif, pendaftaran merupakan kehaursan agar dapat memperoleh hak atas merek. Tanpa pendaftaran negara tidak akan memberikan hak atas merek kepada pemilik merek. Hal ini berarti tanpa mendaftarkan merek, seseorang tidak akan diberikan perlindungan hukum oleh negara apabila mereknya ditiru oleh orang lain. Pendaftaran merek yang digunakan di Indonesia sejak Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 adalah sistem konstitutif. Pada sistem konstitutif ini perlindungan hukumnya didasarkan atas pendaftar pertama yang beritikad baik.¹⁸ Hal ini seperti tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang menyatakan bahwa merek tidak dapat didaftar oleh pemohon yang tidak beritikad baik. Pasal 1 butir 5 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 disebutkan bahwa permohonan merupakan permintaan pendaftaran yang diajukan secara tertulis kepada Direktorat Jenderal. Sehingga dimungkinkan permohonan pendaftaran merek dapat berlangsung dengan

¹⁸ Rachmadi Usman, 2003. *Hukum Hak dan Kekayaan Intelektual, Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Bandung, PT. Alumni), hlm. 326

tertib, pemeriksaan merek tidak hanya dilakukan berdasarkan kelengkapan persyaratan formal saja, tetapi juga dilakukan pemeriksaan substantif. Pemeriksaan Substantif atas permohonan pendaftaran merek ini dimaksudkan untuk menentukan dapat atau tidaknya merek yang dimohonkan didaftarkan dalam Daftar Umum Merek. Pemeriksaan Substantif dilakukan dalam jangka waktu paling lama 9 (Sembilan) bulan.¹⁹

Selanjutnya, dalam Pasal 3 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyebutkan *hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar*, semakin menegaskan bahwa rezim perlindungan merek sampai saat ini menganut asas pendaftaran sistem konstitutif. Hal ini dikarenakan, tidak seperti halnya dalam sistem deklaratif yang lebih banyak menimbulkan kesulitan dalam penegakan hukumnya, maka pada sistem konstitutif dengan prinsip *first to file* atau dengan doktrin *prior in tempore, melior injure*, sangat potensial untuk mengkondisikan:

- a) Kepastian hukum untuk mengkondisikan siapa sebenarnya pemilik merek yang paling utama untuk dilindungi;
- b) Kepastian hukum pembuktian, karena hanya didasarkan pada fakta pendaftaran. Pendaftaran satu-satunya alat bukti utama;
- c) Mewujudkan dugaan hukum siapa pemilik merek yang paling berhak dengan pasti, tidak menimbulkan kontroversi antara pendaftar pertama dan pemakai pertama.²⁰

¹⁹ Saskia Christy Damelia Pasaribu, 2015. *Peran Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Dalam Proses Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual*, Tesis Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Lampung.

²⁰ Ibid

b. Teori Perlindungan Merek

KONSEPSI dan sistem hukum HKI tidak berakar dalam budaya hukum dan sistem hukum Indonesia yang lebih menekankan pada konsep komunal. Sistem hukum Indonesia termasuk sistem hukum Eropa Kontinental yang memahami hak milik selain sebagai hak individual juga mempunyai konsep komunal dan sosial. Menurut Agus Sarjono, HKI merupakan rezim yang melindungi pemilik modal, melalui TRIPS negara-negara maju (pengekspor produk berteknologi tinggi termasuk farmasi) telah berhasil mengupayakan suatu rezim perlindungan yang efektif bagi teknologi mereka. Sebelum TRIPs perlindungan masih bersifat territorial, dalam arti keberlakuan perlindungan sebatas di dalam wilayah territorial suatu negara (national system). Ketika TRIPs berlaku maka jangkauan perlindungan HKI menjadi global karena dikaitkan dengan perdangangan internasional.²¹

TRIPs Agreement mengatur mengenai standard minimum pengaturan HKI berserta ruang lingkupnya. Secara garis besar hal-hal yang harus dilindungi oleh negara-negara peserta TRIPs adalah: *Copyright (section 1), Trademarks (section 2), Geographical Indication (Section 3), Industrial Design (section 4), Patent (section 5), Layout Designs of Integrated Ciscuit (section 6), Undisclose Information (section 7), dan Control of Anti-Competitive.* Hak milik mempunyai konsep komunal artinya bila hak individual itu diperlukan oleh masyarakat luas, negara dapat mencabut atau mengalihkannya kepada pihak lain demi kepentingan umum atas dasar undang-undang walau ada pembayaran ganti rugi. Konsep komunal beranggapan bahwa karya

²¹ Agus Sarjono, 2006. *Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional*, cetakan pertama (Bandung PT Alumni), hlm. 148

intelektual adalah merupakan karya milik bersama. Walau tidak benar seluruhnya hal ini yang menyebabkan lemahnya penegakan hukum HKI di Indonesia. Sistem HKI di negara-negara berkembang memahami hak milik sebagai hak alami ini tidak relevan karena hak milik mempunyai fungsi sosial dan menjadi milik bersama. Fenomena-fenomena itu tidak mudah dipahami dan tidak berakar pada adat-istiadat Indonesia sehingga peraturan-peraturan tentang HKI sulit diterapkan dan pelanggaran-pelanggaran seperti pembajakan- pembajakan dan pemalsuan ide sulit dihindari. Kepemilikan yang berlandaskan konsep hak individual lebih menekankan pada pentingnya diberikan perlindungan hukum kepada siapa saja yang telah menghasilkan suatu karya intelektual yang mempunyai nilai ekonomi dan dihasilkan karena proses yang panjang dengan pengorbanan tenaga, waktu, pikiran dan biaya.²²

Di samping itu tentang kepemilikan hak dapat dilihat dalam ketentuan Pasal 27 poin (2) Deklarasi Hak Asasi Manusia (*Declaration of Human Right*) sedunia menjadi dasar bahwa *setiap orang memiliki hak untuk mendapat perlindungan (moral dan materi) yang diperoleh dari ciptaan ilmiah, kesusastraan atau artistik dalam hal dia sebagai pencipta*. Dengan alasan-alasan di atas, prinsip-prinsip keseimbangan antara kepentingan publik dan individu kemudian melatarbelakangi hak tersebut. Prinsip-prinsip yang mendasari HKI adalah sebagai berikut:²³

- a. Prinsip keadilan (*the Principal of Natural Justice*). Hak kekayaan intelektual menganut prinsip ini dengan memberikan hak kepada pencipta, inventor, atau

²² Venantia Sri Hadiarianti, 2008. *Konsep Dasar Pemberian Hak dan Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Gloria Juris Vol 8, No. 2, hlm. 6

²³ Ibid.

pendisain untuk memperoleh imbalan dengan memberikan hak ekonomi dan hak moral.

- b. Prinsip ekonomi, yaitu prinsip untuk dapat menikmati keuntungan. Misalnya dalam bentuk royalti, *technical fee*, dll.
- c. Prinsip kebudayaan, yaitu bahwa hasil inventor, ciptaan, atau pendisain dapat meningkatkan taraf hidup, peradaban, dan martabat manusia.
- d. Prinsip sosial, yaitu prinsip bahwa di dalam hak yang diberikan oleh negara terkandung juga pemenuhan kepentingan masyarakat yang harus dipenuhi.

KONSEPSI dasar pemberian hak atas merek antara lain:²⁴

1. Hak-hak alami

Berdasarkan ketentuan Pasal 27 ayat (2) Deklarasi Hak Asasi Manusia, *setiap orang memiliki hak untuk memperoleh perlindungan (ekonomi dan moral) yang diperoleh dari ciptaan ilmiah, kesusastraan atau artistik dalam hal ia sebagai pencipta*. Merek dianggap sebagai hak yang layak untuk dimiliki oleh pemilik atau pemegang Merek karena secara alami, pemilik Merek telah mencetuskan suatu nama atau logo sebagai identifikasi produknya. Pemilihan Merek tertentu bukanlah hal mudah dalam dunia bisnis karena Merek harus menarik, mudah diingat dan memiliki karakteristik khusus sehingga konsumen tertarik untuk membeli barang atau menggunakan jasanya.

²⁴Laina Rafianti, 2016. *Perkembangan Hukum Merek di Indonesia*, <http://www.e-jurnal.com/2016/03/perkembangan-hukum-merek-di-indonesia.html>, diakses 18 Juni, hlm. 2.

2. Perlindungan reputasi

Perusahaan sering menghabiskan banyak waktu dan uang untuk membangun sebuah reputasi bagi produk-produk mereka. Sebagai contoh, perusahaan Coca Cola sudah 125 tahun membangun reputasi sejak John S. Pemberton menginventari ramuan Coca Cola 8 Mei 1886. Nama Coca Cola diciptakan oleh Frank Robinson, seorang akuntan perusahaan yang pada saat itu berpikir bahwa dua huruf C pada Coca Cola akan menarik dari segi pengiklanan. Tahun 1893, Coca Cola didaftarkan mereknya. Bahkan botol Coca Cola pun terdaftar mereknya di tahun 1960. Inovasi, publikasi dan pemasaran Coca Cola juga terus berkembang di perusahaan The Coca Cola Company.

3. Dorongan dan imbalan dari inovasi

HKI adalah sebuah bentuk kompensasi dan dorongan bagi orang untuk mencipta. Manakala suatu produk dengan Merek tertentu menjadi sangat meningkat hasil penjualannya, produsen lainnya akan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas barangnya. Inilah yang dimaksud dengan teori dorongan, bahwa HKI khususnya Merek dapat mendorong produsen lain untuk bersama-sama memperoleh nilai ekonomi yang lebih tinggi dalam bisnisnya. Orang yang menciptakan Merek atas suatu barang dan atau jasa melakukan hal tersebut untuk mencari nafkah. Jika orang lain bebas untuk meniru dan menjual Merek mereka, mereka mungkin tidak mendapat uang dari Merek mereka, atau paling tidak cukup untuk mengganti waktu dan uang yang telah mereka keluarkan. Jika tidak dijamin oleh perlindungan bagi pemegang Merek, para pencipta memutuskan untuk tidak membuat Merek.

c. Teori Integrasi Ekonomi

Integrasi ekonomi adalah rancangan dan implementasi serangkaian kebijakan khusus antar kelompok negara dalam region yang bertujuan untuk meningkatkan pertukaran barang maupun faktor produksi antar negara anggota. Integrasi ekonomi yang terbentuk meliputi integrasi perdagangan dan integrasi moneter. Ada beberapa tahapan integrasi ekonomi menurut intensitas integrasi, yaitu:²⁵

1) *Preferential Trading Arrangement* (PTA)

Merupakan kelompok perdagangan yang memberikan preferensi (keringanan) terhadap jenis produk tertentu kepada negara anggota, dilaksanakan dengan cara mengurangi tarif (tidak menghapuskan tarif sampai menjadi nol).

2) *Free Trade Area* (FTA)

Dua negara atau lebih dikatakan membentuk FTA apabila mereka sepakat untuk menghilangkan semua kewajiban impor atau hambatan-hambatan perdagangan baik dalam bentuk tarif maupun non tarif terhadap semua barang yang diperdagangkan diantara mereka; sedangkan terhadap negara-negara lain yang bukan merupakan anggota masih tetap diperlakukan menurut ketentuan di masing-masing negara. Setiap negara anggota bebas menentukan tarifnya terhadap arus perdagangan internasional dari negara-negara bukan anggota.

3) *Customs Union* (CU)

Dua negara atau lebih dikatakan membentuk CU apabila mereka sepakat untuk menghilangkan semua kewajiban impor atau hambatan-hambatan perdagangan

²⁵ Wyatt, Andrew and Walter, 1995. "Regionalism, Globalization, and World Economic Order", (eds) in Fawcett, Louise and Andrew Hurrel, "Regionalism in World Politics", Oxford University Press

dalam bentuk tarif maupun non tarif terhadap semua barang dan jasa yang diperdagangkan sesama mereka; sedangkan terhadap negara – negara lain yang bukan anggota juga akan diberlakukan penyeragaman ketentuan.

4) *Common Market (CM)*

Dua negara atau lebih akan dikatakan membentuk CM jika terpenuhi kondisi CU plus mengizinkan adanya perpindahan yang bebas seluruh faktor produksi di antara sesama negara anggota.

5) *Economic Union (EU)*

Dua negara atau lebih dikatakan membentuk EU jika terpenuhi kondisi CM plus adanya harmoniasi dalam kebijakan-kebijakan makro-ekonomi nasional di antara sesama negara anggota. Dengan begitu dapat dihindari adanya kebijakan-kebijakan yang saling bertentangan dan kontroversial satu sama lain.

6) *Total Economic Integration (TEI)*

Kondisi ini terwujud apabila telah terjadi penyatuan kebijakan makroekonomi maupun sosial dan memfungsikan suatu badan atau lembaga yang bersifat “supranasional” dengan kewenangan yang cukup luas dan sangat mengikat semua negara anggotanya.

Kesediaan Indonesia bersama negara anggota ASEAN Lainnya membentuk *ASEAN Economic Community (AEC)* pada tahun 2015 sebagai bentuk integrasi ekonomi kawasan yang secara umum akan menyerupai system yang telah diterapkan oleh *Europen Union (EU)* ini, tentu saja didasarkan pada keyakinan atas manfaatnya yang secara konseptual akan meningkatkan pertumbuhan negara – negara anggota ASEAN. Integrasi ekonomi dalam MEA 2015 melalui pembukaan dan pembentukan

pasar yang lebih besar, dorongan peningkatan efisiensi dan daya saing, serta pembukaan peluang penyerapan tenaga kerja di kawasan ASEAN diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan seluruh negara di kawasan. Di Indonesia sendiri tahapan dari pencapaian MEA sudah berjalan mencapai perkembangan peraturan perdangan bebas dan mulai bergerak mendekati pengembangan sistem kepabeanan serta pembebasan hambatan-hambatan dalam faktor produksi guna menghadapi penerapan *Custom Union* dan *Common Market* ditahap selanjutnya.²⁶

d. Teori Konsep Post Agreement

ASEAN Economic Community (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sebagai salah satu pilar Komunitas ASEAN merupakan hasil dari *post agreement negotiation* negara-negara anggota ASEAN. Dimana tujuan dari *post agreement negotiation* adalah melanjutkan dialog untuk mendorong kemajuan dan perkembangan dari implementasi perjanjian yang telah disepakati, kemudian proses negosiasi tersebut juga menjadi mekanisme untuk menyelesaikan permasalahan dan perbedaan kepentingan dalam implementasi perjanjian guna menciptakan solusi dan mencapai kesepakatan yang akan ditaati oleh semua pihak yang terlibat. Pada fase post agreement negotiation ini, aktivitas yang berlangsung diantaranya sebagai berikut:²⁷

²⁶ Sholeh, 2013. *Persiapan Indonesia Dalam Menghadapi Aec (ASEAN Economic Community) 2015*, eJournal Ilmu Hubungan Internasional,<http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id>, diakses 1 Oktober 2016, hlm. 2-3

²⁷ Jonson Crister and Jonas Tallberg.1998. *Compliance and Post Agreement in Bargaining*. European Journal of International Relations.103(5):221-236

- a) Berpartisipasi aktif dalam forum berkelanjutan dimana negosiator dari persetujuan yang telah terbentuk dapat melanjutkan ke tahap dialog dan negosiasi yang lebih detail dan lebih luas.
- b) Memonitor dan mengevaluasi permohonan dari masing-masing negara berdasarkan ketetapan yang ada.
- c) Mencari solusi permasalahan dalam pengimplementasian persetujuan serta mengembangkan dan memperbaiki persetujuan yang telah ada.
- d) Bekerjasama dengan koalisi yang telah ada dan mengembangkan koalisi baru untuk mengimplementasikan persetujuan yang telah disepakati.

Selain itu, pada level domestik juga terjadi beberapa fase yang terkait dengan proses Post Agreement Negotiation, antara lain sebagai berikut :

1) *Acceptance / Ratification Negotiation*

Negosiasi di tingkatan domestik yang berkonsentrasi pada penerimaan secara formal persetujuan di level nasional. Negosiasi di level ini melibatkan beragam stakeholder meliputi menteri pemerintahan terkait, partai politik, kalangan bisnis, NGOs dan media.

2) *Rule-Making Negotiations*

Berkonsentrasi pada pengembangan atau perubahan yang berkaitan dengan undang- undang, peraturan, kriteria, standar yang berlaku dan target yang ingin dicapai negara dalam perjanjian internasional tersebut. Peserta negosiasi ditahapan ini biasanya meliputi pembuat undang-undang, birokrat pemerintahan dan pihak-pihak yang berwenang dalam mengubah peraturan.

3) Enforcement, Monitoring and Reporting Negotiations

Pada tahapan ini proses negosiasi berkonsentrasi pada metode dan pendekatan untuk pengimplementasian undang-undang dan peraturan yang baru. Di tahapan ini biasanya dihasilkan hukum atau peraturan yang baru.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep yang dipakai dalam penelitian ini meliputi berbagai istilah hukum yang bersifat operasional serta konsep berpikir penulis untuk melakukan penelitian dalam permasalahan yang akan dikaji, antara lain:

- a) Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (dalam penulisan bahasa Inggris yaitu; *ASEAN Economic Community (AEC)*), menurut *ASEAN Economic Community Blueprint* atau cetak biru MEA adalah sebagai berikut: *The AEC is the realisation of the end goal of economic integration as espoused in the Vision 2020, which is based on a convergence of interests of ASEAN Member Countries to deepen and broaden economic integration through existing and new initiatives with clear timelines.*²⁸ MEA merupakan realisasi tujuan akhir integrasi ekonomi sesuai visi ASEAN 2020, yang didasarkan pada kepentingan bersama Negara Anggota ASEAN untuk memperdalam dan memperluas integrasi ekonomi melalui inisiatif yang telah ada dan inisiatif baru dengan kerangka waktu yang jelas.

²⁸ ASEAN Economic Community, 2008. *ASEAN Economic Community Blueprint*, <http://www.ASEAN.org>, diakses tanggal 28 September 2016

- b) Kesiapan adalah suatu siap sedia dalam menghadapi era Masyarakat Ekonomi ASEAN, yang pengkajiannya dibatasi dan difokuskan pada peraturan dan ketentuan perundang-undangan.
- c) Hak Kekayaan Intelektual (disingkat HKI) adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada seseorang, sekelompok orang, maupun lembaga yang berkuasa, untuk mendapatkan manfaat dari kekayaan intelektual yang dimiliki. Hak Kekayaan Intelektual merupakan terjemahan dari Intellectual Property Right (IPR), sebagaimana disahkan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Pengesahan WTO (*Agreement Establishing The World Trade Organization*). Pengertian Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang timbul dari kemampuan intelektual manusia, yang berhubungan dengan hak pribadi khususnya hak asasi manusia. HKI dibagi menjadi dua bagian yaitu hak cipta dan hak kekayaan industri. Pengkajian dalam tesis ini memfokuskan pada hak kekayaan industri khususnya hak merek dan industri geografis.
- d) Merek menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan *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 barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.*

- e) Indikasi Geografis menurut Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan *Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.*
- f) Hak atas Indikasi Geografis menurut Pasal 1 ayat (7) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan *Hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya pelindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.*

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan Masalah

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya, dan juga diadakan penelitian yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut untuk kemudian

mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul didalam gejala yang bersangkutan.²⁹

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif analitis* dan pendekatannya adalah *yuridis normatif*. Deskriptif analitis berarti menggambarkan dan melukiskan sesuatu yang menjadi obyek penelitian secara kritis melalui analisis yang bersifat kualitatif. Oleh karena yang ingin dikaji berada dalam ruang lingkup ilmu hukum, maka pendekatan normatif tersebut, meliputi: asas- asas hukum, sinkronisasi peraturan perundang- undangan, baik secara vertikal maupun horizontal, sistematika hukum, inventarisasi hukum positif, termasuk usaha penemuan hukum *inconcreto*. Dalam penelitian yuridis normatif, maka penggunaan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) adalah suatu hal yang pasti. Dikatakan pasti, karena secara logika hukum, penelitian hukum normatif didasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap bahan hukum yang ada.³⁰ Untuk menjawab permasalahan permasalahan dalam dalam penelitian ini, digunakan Metode Penelitian Yuridis Normatif, karena dalam penelitian ini melihat pada asas dalam hukum khususnya asas-asas hukum tertulis.³¹

²⁹ Bambang Sunggono, 2002. *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hlm. 39.

³⁰ Johny Ibrahim, 2007, *Teori, metode dan penelitian hukum normatif*, Bayumedia publishing, Malang-Jawa Timur, hlm 30. Menurut Johnny Ibrahim, dalam kaitannya dengan penelitian normatif, dapat digunakan 7 (tujuh) pendekatan, yaitu: Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*); Pendekatan Konsep (*conceptual approach*); Pendekatan Analitis (*analytical approach*); Pendekatan Historis (*historical approach*); Pendekatan Filsafat (*philosophical approach*), Pendekatan Kasus (*case approach*).

³¹ Sri Mamudji, 2005, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, cetakan pertama (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia), hlm. 4.

2. Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

a. Studi dokumen

Dilihat dari kekuatan mengikatnya, ada tiga data sekunder³² yang digunakan:

- 1) Bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan yang berlaku yang terkait dengan peraturan-peraturan tentang hukum perdata seperti:
 - i. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata);
 - ii. Reglemen Indonesia yang Diperbarui atau *Het Herziene Indonesisch Reglemen, Staatblad 1926:559 juncto Staatblad 1941:44* (HIR), sepanjang yang berlaku mengenai hukum acara perdata;
 - iii. *Reglement op de Burgerlijke Rechtsvordering* (Rv);
 - iv. Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
 - v. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1995 Tentang Pengesahan *ASEAN Framework Agreement On Intellectual Property Cooperation*.
 - vi. Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 Tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Pengesahan *Paris Convention For The Protection Of Industrial Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization*
 - vii. Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997 Tentang Pengesahan *Trademark Law Treaty*
- 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer seperti buku-buku bacaan, tulisan-tulisan

³² *Ibid.* hlm. 30.

ilmiah dan hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, jurnal hukum dan lain-lain; Bahan hukum tertier, yaitu naskah akademik Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Merek, kamus yang di dalamnya terdapat definisi / penjelasan mengenai istilah yang terkait.

- 4) Bahan hukum tertier, yaitu bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan-bahan hukum sekunder dan primer seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamus hukum seperti *Black Law Dictionary*, Kamus hukum Belanda-Indonesia, dan ensiklopedia.

3. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

a. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini, prosedur pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka.

1) Studi pustaka (*library research*)

Yaitu dengan cara mencari dan mengumpulkan bahan-bahan teoritis dengan cara mempelajari melalui studi literatur dan ketentuan perundang-undangan mengenai hukum merek serta mengutip bahan-bahan pustaka yang berhubungan dengan objek penelitian.

2) Studi Dokumen (*document research*)

Yaitu dengan cara membaca dan menelaah dokumen yang ada kaitannya dengan pokok bahasan.

b. Pengolahan Data

Setelah data sekunder diperoleh, selanjutnya akan diolah dengan menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:³³

- 1) Pemeriksaan data (*editing*), yaitu pemberian tanda pada data yang diperoleh, baik berupa penomoran ataupun penggunaan tanda atau simbol atau kata tertentu yang menunjukkan golongan/kelompok/klasifikasi data menurut jenis dan sumbernya, dengan tujuan untuk menyajikan data secara sempurna, memudahkan rekonstruksi serta analisis data.
- 2) Penandaan data (*coding*), yaitu pemberian tanda pada data yang diperoleh, baik berupa penomoran ataupun penggunaan tanda atau simbol atau kata tertentu yang menunjukkan golongan/kelompok/klasifikasi data menurut jenis dan sumbernya, dengan tujuan untuk menyajikan data secara sempurna, memudahkan rekonstruksi serta analisis data.
- 3) Penyusunan/sistematisasi data (*constructing/sistematizing*), yaitu kegiatan menabulasi secara sistematis data yang sudah diedit dan diberi tanda itu dalam bentuk tabel-tabel yang berisi angka-angka dan persentase bila data itu kuantitatif; mengelompokkan secara sistematis data yang sudah diedit dan diberi tanda itu menurut klasifikasi data dan urutan masalah karena data itu kualitatif.

c. Analisis Bahan Hukum/Data

Berdasarkan analisis datanya, penelitian ini menggunakan data kualitatif yaitu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis. Dalam rangka menganalisis data, digunakan interpretasi hukum, yaitu proses pemberian makna

³³ Abdulkadir Muhammad, 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti), hlm. 91.

dengan masih tetap berpegang pada teks peraturan perundang-undangan.³⁴ Adapun jenis interpretasi yang digunakan adalah:³⁵

- 1) *Grammatical*, yaitu penafsiran dengan cara menyesuaikan kata-kata dalam undang-undang sehingga sesuai dengan kaidah hukum tata bahasa; dan
- 2) *Historis*, yaitu penafsiran berdasarkan sejarah undang-undang dan sejarah hukum. sejarah undang-undang memuat kehendak pembuat undang-undang pada waktu membuat undang-undang. Sejarah hukum memuat pemahaman mengenai keadaan yang melatarbelakangi lahirnya suatu peraturan perundang-undangan.
- 3) *Futuristik*, yaitu penafsiran dengan memberikan gambaran kemungkinan yang akan terjadi dikemudian hari terhadap peraturan perundang-undangan.
- 4) *Restriktif*, yaitu penafsiran yang dilakukan dengan cara membatasi atau mempersempit arti kata-kata yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan.

D. Sistematika Penulisan

Tesis ini membahas dan menguraikan masalah yang terbagi ke dalam lima bab. Maksud dari pembagian tesis ini ke dalam bab-bab dan sub bab-bab adalah untuk menjelaskan dan menguraikan setiap masalah dengan baik dan lebih jelas.

Bab I : Pendahuluan, bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah dan ruang lingkup, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teori dan kerangka konseptual.

³⁴ Ahmad Ali, 2002. *Menguak Tabir Hukum: Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis* (Jakarta: Gunung Agung), hlm. 156.

³⁵ *Ibid*

Bab II : Tinjauan Pustaka, bab ini berisikan tinjauan umum mengenai merek dan indikasi geografis dalam hukum keperdataan khususnya hukum bisnis dalam hal hak kekayaan intelektual di Indonesia.

Bab III: Merupakan hasil dan pembahasan masalah pertama, bab ini berisikan uraian mengenai hasil penelitian yaitu kesiapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN

Bab IV: Merupakan bab penutup, dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dari masalah-masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Setelah itu diakhiri bab akan diberikan saran-saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Masyarakat Ekonomi ASEAN

1. Pengertian Masyarakat Ekonomi ASEAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC) menurut ASEAN Economy Community Blueprint adalah sebagai berikut: *The AEC is the realisation of the end goal of economic integration as espoused in the Vision 2020, which is based on a convergence of interests of ASEAN Member Countries to deepen and broaden economic integration through existing and new initiatives with clear timelines.*³⁶ MEA merupakan realisasi tujuan akhir integrasi ekonomi sesuai visi ASEAN 2020, yang didasarkan pada kepentingan bersama Negara Anggota ASEAN untuk memperdalam dan memperluas integrasi ekonomi melalui inisiatif yang telah ada dan inisiatif baru dengan kerangaka waktu yang jelas. Untuk membentuk MEA, ASEAN harus melaksanakan kewajiban sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi yang terbuka, berwawasan keluar, inklusif, dan berorientasi pada pasar, sesuai dengan aturan-aturan multilateral serta patuh terhadap sistem berdasarkan aturan hukum agar pemenuhan dan implementasi komitmen-komitmen ekonomi dapat berjalan efektif.

Konsep MEA sendiri adalah sebagai pasar tunggal untuk memperluas integrasi ekonominya, seperti yang dijelaskan pada AEC Blueprint erikut ini: *The AEC will establish ASEAN as a single market and production base making ASEAN more dynamic and competitive with new mechanism and measures to strengthen the*

³⁶ ASEAN Economic Community. *Op.Cit*

*implementation of its existing economic initiatives; accelerating regional integration in the priority sector; facilitating movement of business persons, skilled labour and talent; and strengthening the institutional mechanism of ASEAN.*³⁷ Oleh karena itu, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan satu pasar tunggal di kawasan Asia Tenggara, bertujuan untuk meningkatkan investasi asing di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia yang juga akan membuka arus perdagangan barang dan jasa dengan mudah ke negara-negara di Asia Tenggara. Dalam kesepakatan tersebut terdapat lima hal yang tidak boleh dibatasi peredarannya di seluruh negara ASEAN termasuk Indonesia, yaitu Arus barang, Arus jasa, Arus modal, Arus investasi dan Arus tenaga kerja terlatih. Dalam situasi dimaksud Dalam situasi dimaksud yang menjadi taruhan adalah daya saing, baik dari sisi produk maupun SDM, karena apabila tidak disiapkan maka ada kemungkinan negeri ini akan menjadi pasar dari produk asing dan masyarakat kita hanya sebagai penonton, karena tidak mampu bersaing dengan tenaga asing yang lebih ahli.³⁸

2. Latar Belakang Masyarakat Ekonomi ASEAN

Pada tahun 2004, ASEAN mulai bekerjasama dengan negara diluar ASEAN dalam bidang ekonomi, yang pertama dengan China (ASEAN-China FTA) dalam sektor barang (*Goods*). pada tahun 2005, Spirit Integrasi Ekonomi ASEAN semakin ditingkatkan dengan menambah sektor prioritas (*Priority Integration Sector (PIS)*) yaitu untuk secara agresif diliberalisasikan pada tahun 2010 dan jasa logistik pada

³⁷ *Ibid*

³⁸ Bappeda Kabupaten Malang, *Op. Cit.* hlm. 3

tahun 2013. Satu tahun kemudian yaitu tahun 2006, disepakati ASEAN-Korea FTA (Goods). Pada bulan januari 2007, para kepala negara sepakat mempercepat pencapaian AEC dari tahun 2020 menjadi tahun 2015. Pada tahun yang sama ditandatangani ASEAN Charter and AEC Blueprint, ASEAN-China FTA (services), dan ASEAN-Korea FTA (Services). Selanjutnya pada tahun 2008, *AEC Blue print* mulai di implementasikan dan ASEAN Charter mulai berlaku 16 Desember 2008. Pada waktu yang sama, ASEAN-Japan CEP mulai berlaku. Pada tahun 2009 ditandatangani *ASEAN Trade In Goods Agreement* (ATIGA); *ASEAN Comprehensive Investment Agreement* (ACIA), ASEAN-Australia-New Zealand FTA, ASEAN-India FTA (*Goods*), ASEAN-Korea FTA (*investment*), ASEAN-china FTA (*investment*) dan AEC scorecard.

Dalam rangka menjaga stabilitas politik dan keamanan regional ASEAN, meningkatkan daya saing kawasan secara keseluruhan di pasar dunia dan mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan serta meningkatkan standar hidup penduduk negara anggota ASEAN, seluruh negara anggota ASEAN sepakat untuk segera mewujudkankan integrasi ekonomi yang lebih nyata dan meaningful yaitu AEC atau biasa disebut MEA. MEA adalah bentuk integrasi Ekonomi ASEAN yang direncanakan akan tercapai pada tahun 2015. Untuk mewujudkan MEA tersebut, para pemimpin negara ASEAN pada KTT ASEAN ke -13 pada bulan November 2007, di Singapura, menyepakati AEC Blueprint, sebagai acuan seluruh negara anggota dalam mengimplementasikan komitmen MEA. Pada tahun 2015, apabila MEA tercapai, maka ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal dimana terjadi arus barang, jasa, investasi, dan tenaga terampil yang bebas, serta arus modal

yang lebih bebas diantara negara ASEAN. Dengan terbentuknya pasar tunggal yang bebas tersebut maka akan terbuka peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan pangsa pasarnya di kawasan ASEAN.³⁹

Awalnya, pada tahun 2003, para pemimpin ASEAN sepakat bahwa masyarakat ASEAN harus terbentuk pada tahun 2020. Namun pada tahun 2007, para pemimpin menegaskan komitmen kuat mereka untuk mewujudkan MEA dan mempercepat target waktunya menjadi tahun 2015. MEA terdiri dari tiga pilar yang terkait satu dengan yang lain: Masyarakat Politik Keamanan ASEAN, MEA dan Masyarakat Sosial Budaya ASEAN. Dengan demikian, para pemimpin sepakat untuk mentransformasi ASEAN menjadi suatu kawasan yang ditandai oleh pergerakan barang bebas, jasa, investasi, tenaga kerja terampil, dan arus modal yang lebih bebas. ASEAN Economic Community (AEC) atau MEA merupakan konsep yang mulai digunakan dalam Declaration of ASEAN Concord II (Bali Concord II), Bali, Oktober 2003. MEA merupakan salah satu pilar perwujudan ASEAN Vision 2020, bersama-sama dengan *ASEAN Security Community* dan *ASEAN Socio-Cultural Community*. MEA merupakan tujuan akhir integritas ekonomi seperti dicanangkan dalam ASEAN Vision 2020. Hal yang mendasar dari MEA adalah adanya sebuah keinginan dari para pemimpin ASEAN untuk mewujudkan pusat perdagangan kawasan terintegrasi

³⁹ Robby Adhitya S, 2015, *Kajian Yuridis Terhadap Kedudukan Advokat Asing Di Indonesia Dengan Keberadaan Masyarakat Ekonomi ASEAN*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan, hlm. 28-30.

sebagai wujud komitmen untuk menciptakan dan meningkatkan pembangunan komunitas ASEAN dalam menghadapi tantangan global.⁴⁰

Proses Pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN⁴¹, yaitu dimulai dari KTT di Kuala Lumpur pada Desember 1997 Para Pemimpin ASEAN memutuskan untuk mengubah ASEAN menjadi kawasan yang stabil, makmur, dan sangat kompetitif dengan perkembangan ekonomi yang adil, dan mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial-ekonomi. Pada KTT Bali pada bulan Oktober 2003, para pemimpin ASEAN menyatakan bahwa Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) akan menjadi tujuan dari integrasi ekonomi regional pada tahun 2020, *ASEAN Security Community* dan Komunitas Sosial-Budaya ASEAN dua pilar yang tidak terpisahkan dari Komunitas ASEAN. Semua pihak diharapkan untuk bekerja secara yang kuat dalam membangun komunitas ASEAN pada tahun 2020 mendatang. KTT ke-6 ASEAN tanggal 16 desember 1998 di Ha Noi - Vietnam, para pemimpin ASEAN mengesahkan Rencana Aksi Hanoi (*Hanoi Plan of Action / HPA*) yang merupakan langkah awal untuk merealisasikan tujuan dari Visi 2020 ASEAN. Rencana aksi ini memiliki batasan waktu 6 tahun yakni dari tahun 1999 sampai 2004. KTT tersebut, para pemimpin ASEAN juga mengeluarkan *Statement on Bold Measures* (pernyataan dengan tindakan tegas) yang berisikan komitmen mereka terhadap AFTA dan kesepakatan untuk mempercepat pemberlakuan AFTA dengan tujuan untuk mengembalikan kepercayaan pelaku usaha, mempercepat pemulihan ekonomi dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi setelah krisis ekonomi dan finansial.

⁴⁰ *Ibid*

⁴¹ *Ibid*, hlm 37-41

Pada KTT ke-7 ASEAN tanggal 5 November 2001 di Bandar Seri Begawan-Brunei Darussalam disepakati perlunya dibentuk *Roadmap for Integration of ASEAN* (RIA) guna memetakan tonggak penting yang harus dicapai berikut langkah-langkah spesifik dan jadwal pencapaiannya. Menindaklanjuti kesepakatan KTT ke-7 tersebut, para Menteri Ekonomi ASEAN dalam pertemuannya yang ke-34 tanggal 12 September 2002 di Bandar Seri Begawah-Brunei Darussalam mengesahkan RIA dimaksud. Di bidang perdagangan jasa sejumlah rencana aksi telah dipetakan yaitu mengembangkan dan menggunakan pendekatan alternatif untuk liberalisasi, mengupayakan penerapan kerangka regulasi yang sesuai, menghapuskan semua halangan yang menghambat pergerakan jasa dikawasan ASEAN, serta menyelesaikan pengakuan timbal balik (MRA) untuk bidang jasa professional.

Krisis keuangan dan ekonomi yang terjadi dikawasan Asia Tenggara pada priode 1997-1998 memicu kesadaran negara-negara ASEAN mengenai pentingnya peningkatan dan penguatan kerjasama intra kawasan. *ASEAN Economic Community* merupakan konsep yang mulai digunakan dalam Declaration of ASEAN Concord II (Bali Concord II), di Bali, bulan Oktober 2003. Kemudian, ASEAN baru mengadopsi Bali Concord II pada KTT ke-9 ASEAN di Bali tahun 2003 yang menyetujui pembentukan komunitas ASEAN (*ASEAN Community*). Pembentukan komunitas ASEAN ini merupakan bagian dari upaya ASEAN untuk lebih mempercepat integrasi ASEAN. Selain itu, juga merupakan upaya ASEAN untuk menyesuaikan cara pandang agar dapat lebih terbuka dalam membahas permasalahan domestik yang berdampak pada kawasan tanpa meninggalkan prinsip-prinsip utama ASEAN yaitu

saling menghormati, tidak mencampuri urusan dalam negeri, konsensus, dialog dan konsultasi.

Pada saat berlangsungnya KTT ke-10 ASEAN di Vientiane, Laos, tahun 2004, konsep Komunitas ASEAN mengalami kemajuan dengan disetujuinya *Viantine Action Program* (VAP) 2004-2010 yang merupakan strategi dan program kerja untuk mewujudkan ASEAN Vision. Berdasarkan program tersebut, *high level task force* (HLTF) diberikan kewenangan untuk melakukan evaluasi dan memberikan rekomendasi dalam mewujudkan ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi, yang merupakan program pelaksanaan untuk 6 tahun kedepan sekaligus merupakan kebijakan dari HPA guna merealisasikan tujuan akhir dari Visi ASEAN 2020 dan deklarasi Bali Concord II. Pencapaian ASEAN Comumunity semakin kuat dengan ditandatanganinya "*Cebu Declaration of the Establishment of an ASEAN Community by 2015*" oleh para pemimpin ASEAN pada KTT ke -12 ASEAN di Cebu, Filipina, tanggal 13 Januari 2007. Para pemimpin ASEAN juga menyepakati percepatan pembentukan *ASEAN Economic Community* (AEC) dari tahun 2020 menjadi tahun 2015.

Keputusan untuk mempercepat pembentukan MEA menjadi 2015 ditetapkan dalam rangka memperkuat daya saing ASEAN dalam menghadapi kompetisi global seperti dengan India dan China. Selain itu beberapa pertimbangan yang mendasari hal tersebut adalah potensi penurunan biaya produksi di ASEAN sebesar 10-20 persen untuk barang konsumsi sebagai dampak integrasi ekonomi, serta meningkatkan kemampuan kawasan dengan implementasi standar dan praktik internasional, HAKI dan adanya persaingan. Guna mempercepat langkah percepatan integrasi ekonomi

tersebut, ASEAN menyusun *ASEAN Charter* (Piagam ASEAN) sebagai "payung hukum" yang menjadi basis komitmen dalam meningkatkan dan mendorong kerjasama diantara negara-negara anggota ASEAN di kawasan Asia Tenggara. Piagam tersebut juga memuat prinsip-prinsip yang harus dipatuhi oleh seluruh negara anggota ASEAN dalam mencapai tujuan integrasi di kawasan ASEAN.

Lahirnya Piagam ASEAN telah dimulai sejak dicanangkannya *Vientine Action Programme* (VAP) pada KTT ASEAN ke-10 di Viantine, Laos pada tahun 2004. KTT ASEAN ke -12 di Cebu, Filipina pada tahun 2007 telah membentuk *High Level Task Force (HLTF) on the ASEAN Charter* yang bertugas merumuskan naskah piagam ASEAN dengan memperhatikan rekomendasi *Eminent Person Group* (EPG) on the ASEAN Charter. Naskah Piagam ASEAN kemudian ditandatangani oleh para kepala negara/pemerintahan Negara-negara anggota ASEAN pada KTT ke-13 di Singapura, 20 November 2007. Piagam ASEAN ini mulai berlaku efektif bagi semua negara anggota ASEAN pada tanggal 15 desember 2008. Indonesia telah melakukan ratifikasi piagam ASEAN pada tanggal 8 november 2008 dalam bentuk Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2008 tentang pengesahan *Charter Of The Association Of Southeast ASIAN Nations* (Piagam Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara). Pertemuan Menteri Ekonomi ASEAN yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2006 di Kuala Lumpur, Malaysia, sepakat untuk mengembangkan *ASEAN Economic Community Blueprint* yang merupakan panduan untuk terwujudnya MEA. *Declaration on ASEAN Economic Community Blueprint*, ditanda tangani tanggal 20 november 2007, memuat jadwal strategis untuk masing-masing pilar yang disepakati

dengan target waktu yang terbagi dalam empat fase yaitu tahun 2008-2009, 2010-2011, 2012-2013 dan 2014-2015.⁴²

3. Dasar dan Konsekuensi Hukum Masyarakat Ekonomi ASEAN

ASEAN Charter menjadi dasar hukum utama dari terbentuknya MEA. Selain itu keputusan yang diambil dalam KTT ke-12 ASEAN di Cebu bulan Januari 2007 telah menyepakati “*Declaration on the Acceleration of the Establishment of an ASEAN Community by 2015*”. Dalam konteks tersebut, para Menteri Ekonomi ASEAN telah menginstruksikan Sekretariat ASEAN untuk menyusun ”Cetak Biru ASEAN Economic Community (AEC)”. Cetak Biru AEC tersebut berisi rencana kerja strategis dalam jangka pendek, menengah dan panjang hingga tahun 2015 menuju terbentuknya integrasi ekonomi ASEAN, yaitu:⁴³

- a. Menuju single market dan production base (Perdagangan internasional untuk sektor barang, jasa, investasi, pekerja terampil, dan modal);
- b. Menuju penciptaan kawasan regional ekonomi yang berdaya saing tinggi (*regional competition policy, IPRs action plan, infrastructure*).

Pelaksanaan rencana kerja strategis tersebut dijabarkan lebih lanjut melalui priority actions yang pencapaiannya dievaluasi dan dimonitor dengan menggunakan *score card*. Disamping itu, diperlukan dukungan berupa kemauan politik, koordinasi dan mobilisasi sumber daya, pengaturan pelaksanaan, peningkatan kemampuan (*capacity building*) dan penguatan institusi, serta peningkatan konsultasi antara

⁴² *Ibid*

⁴³ Dian Triyansah Djani, 2008. *ASEAN Selayang Pandang*, (Jakarta: ASEAN Sekertariat).

pemerintah dan sektor swasta. Pelaksanaan rencana kerja strategis tersebut juga akan didukung dengan program pengembangan sumber daya manusia dan kegiatan penelitian serta pengembangan di masing-masing negara.⁴⁴ Perlu dipahami bahwa MEA berbeda dengan *ASEAN Free Trade Area* (AFTA). AFTA merupakan blok perdagangan (bukan integrasi ekonomi) dari negara-negara ASEAN. Keberadaan AFTA akan menurunkan dan meniadakan pajak impor dan ekspor di negara-negara ASEAN sepanjang barang yang diimpor dan dieksport merupakan buatan dari negaranegara ASEAN. Dalam AFTA, meski setiap negara ASEAN dapat memberlakukan tariff yang berbeda terhadap barang impor, namun barang impor yang berasal dari negara ASEAN harus diberlakukan tarif yang sama. Tujuannya agar terjadi perdagangan antarpelaku asal negara ASEAN (*intra-ASEAN trade*). Keberadaan AFTA didasarkan pada *Common Effective Preferential Tariff (CEPT)*. Pengenaan tarif yang sama ini berada pada kisaran 0-5%.⁴⁵

Ini berbeda dengan MEA. MEA tidak ditujukan untuk pelaku usaha di negara-negara ASEAN, tetapi ditujukan bagi investor dari berbagai tempat di dunia yang hendak berinvestasi di negara ASEAN. Investor akan diperlakukan sama ketika hendak melakukan investasi di salah satu negara. Setiap negara ASEAN wajib memberi insentif yang sama bagi para investor. Oleh karenanya, karena alasan ini negara-negara ASEAN tidak diperbolehkan untuk saling bersaing untuk menarik investor. Intinya, meski kedaulatan ada di masing-masing negara ASEAN, namun

⁴⁴ Romario Pangaribuan, 2015. *Asas Adil Dan Sehat Dalam Kerangka Perdagangan Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Tesis Magister Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. hlm. 72

⁴⁵ Hikmahanto Juwana, 2016. *Masyarakat Ekonomi ASEAN dan Tantangannya bagi Indonesia: Dalam Perspektif Hukum Perdagangan Internasional*. Orasi Ilmiah, Disampaikan pada Acara Dies Natalis dan Wisuda Program Profesi, Spesialis, Magister dan Doktor Universitas Indonesia, hlm 8

secara pasar dan tempat berproduksi maka negara-negara ASEAN adalah ‘provinsi’ yang harus mengikuti arahan dari ‘pemerintah pusat’. Adapun pemerintah pusat yang dimaksud adalah forum pengambilan keputusan di tataran para pejabat ASEAN, termasuk Kepala Negara dan Kepala Pemerintahan. Lembaga ini akan menjadi lembaga supranasional. Dalam Piagam ASEAN, yang menjadi lembaga supranasional adalah *ASEAN Summit, ASEAN Coordinating Council* dan *ASEAN Community Council, ASEAN Sectoral Ministerial Bodies.*⁴⁶

Adapun anggota dari *ASEAN Summit* adalah Kepala Negara dan Kepala Pemerintahan dari seluruh negara anggota ASEAN. Sementara, anggota dari *ASEAN Coordinating Council* adalah Menteri Luar Negeri dari setiap negara anggota ASEAN. Lebih lanjut, *ASEAN Community Councils* bergantung pada masing-masing Community yaitu *ASEAN Political-Security Community Council, ASEAN Economic Community Council* dan *ASEAN Socio-Cultural Community Council*. Adapun keanggotaan dari masing-masing *council* adalah wakil yang ditunjuk dari masing-masing negara. Setiap keputusan lembaga supranasional yang berkaitan dengan pasar dan tempat berproduksi harus dijalankan oleh negara-negara ASEAN. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang secara umum diatur dalam Pasal 9 ayat (4) Piagam ASEAN, yaitu: *In order to realise the objectives of each of the three pillars of the ASEAN Community, each ASEAN Community Council shall:*

- (a) *ensure the implementation of the relevant decisions of the ASEAN Summit;*
- (b) *coordinate the work of the different sectors under its purview, and on issues which cut across the other Community Councils; and*

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 9

(c) submit reports and recommendations to the ASEAN Summit on matters under its purview.⁴⁷

4. Cetak Biru Pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN

Cetak Biru MEA 2015 yang ditandatangani tahun 2007 dibuat berdasarkan empat pilar , *Blue Print/Cetak Biru MEA* disusun dan disahkan pada tahun 2007, antara lain:⁴⁸

Pilar 1: Pasar Tunggal dan Basis Produksi Pasar Tunggal

Melalui realisasi MEA, diharapkan ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan basis produksi. Pembentukan ASEAN sebagai suatu pasar tunggal dan basis produksi akan membuat ASEAN lebih dinamis dan lebih berdaya saing dengan mekanisme dan langkah-langkah baru guna memperkuat pelaksanaan inisiatif-inisiatif ekonomi yang ada dalam mempercepat integrasi ekonomi sebagai rencana induk yang koheren dalam pembentukan MEA. Cetak Biru MEA mengidentifikasi karakteristik dan elemen MEA dengan target dan batas waktu yang jelas untuk pelaksanaan berbagai tindakan yang disepakati untuk mengakomodasi kepentingan seluruh negara anggota ASEAN. Dalam mendukung pembentukan ASEAN sebagai sebuah pasar tunggal dan basis produksi, maka hambatan perdagangan berupa tarif akan dihapuskan, dan hambatan non-tarif secara bertahap juga akan dihapus. Perdagangan dan sistem kepabeanan antar negara-negara di ASEAN akan terstandardisasi, sederhana dan harmonis sehingga diharapkan dapat mengurangi biaya transaksi.

⁴⁷ *Ibid*, hlm. 10

⁴⁸ Direktorat Jenderal Kerja Sama Perdagangan Internasional, *Op. Cit.* hlm. 26-29

Selain itu, Kawasan ASEAN juga akan mengakomodir pergerakan bebas bagi para profesional, sedangkan Investor yang berminat berinvestasi di ASEAN juga akan diberikan kemudahan untuk berinvestasi di berbagai sektor, termasuk di sector jasa. Pasar tunggal dan basis produksi ASEAN terdiri dari atas lima elemen inti, yaitu:

1. Arus barang yang bebas;
2. Arus jasa yang bebas;
3. Arus investasi yang bebas;
4. Arus modal yang lebih bebas;
5. Arus tenaga kerja terampil yang bebas.

Komponen dalam pasar tunggal dan basis produksi adalah termasuk 12 (dua belas) sektor-sektor prioritas integrasi, yakni: produk berbasis agro, transportasi udara, otomotif, e-ASEAN, elektronika, perikanan, pelayanan kesehatan, produk berbasis karet, tekstil dan pakaian, pariwisata, produk berbasis kayu dan logistik, makanan, ditambah pertanian dan kehutanan.

Pilar 2: Kawasan Ekonomi yang Berdaya Saing

Perwujudan kawasan ekonomi yang stabil, makmur, dan berdaya saing tinggi merupakan tujuan dari integrasi ekonomi ASEAN. Terdapat enam elemen inti bagi kawasan ekonomi yang berdaya saing ini, yaitu: (i) Kebijakan persaingan; (ii) Pelindungan konsumen; (ii) Hak Kekayaan Intelektual (HKI); (iv) Pembangunan infrastruktur; (v) Perpajakan; dan (vi) *e-commerce*. Negara-negara anggota ASEAN telah berkomitmen untuk memperkenalkan kebijakan kawasan di sektor-sektor prioritas, memfasilitasi pergerakan para pelaku usaha, tenaga kerja terampil dan

berbakat, dan memperkuat mekanisme kelembagaan ASEAN untuk menjadikan ASEAN sebuah kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi.

Pilar 3: Ekonomi yang Merata

Di bawah karakteristik ini terdapat dua elemen utama, yaitu: (i) Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM); dan (ii) Inisiatif untuk Integrasi ASEAN. Kedua inisiatif ini diarahkan untuk menembatani jurang pembangunan baik pada tingkat UKM maupun untuk memperkuat integrasi ekonomi Kamboja, Laos, Myanmar dan Vietnam (Kamboja, Laos, Myanmar and Vietnam/CLMV) agar semua anggota dapat bergerak maju secara serempak dan meningkatkan daya saing ASEAN sebagai kawasan yang memberikan manfaat dari proses integrasi kepada semua anggotanya.

Pilar 4: Integrasi dengan Ekonomi Global

ASEAN bergerak di sebuah lingkungan yang makin terhubung dalam jejaring global yang sangat terkait satu dengan yang lain, dengan pasar yang saling bergantung dan industri yang mendunia. Sehingga, agar pelaku usaha ASEAN dapat bersaing secara global, serta untuk menjadikan ASEAN lebih dinamis sebagai "mainstream" pemasok dunia, maka diperlukan keseimbangan dalam pengembangan pasar domestik agar tetap menarik bagi investasi, serta pengembangan pasar luar negeri guna mendorong terciptanya lebih banyak sentra produksi di ASEAN. Untuk itu, diperlukan sebuah payung hukum yang dapat mengakomodir persaingan usaha yang adil untuk mendorong proses integrasi ekonomi kawasan ASEAN dengan

perekonomian global. Dua pendekatan yang ditempuh ASEAN dalam proses integrasi dengan perekonomian dunia adalah: (i) Pendekatan koheren menuju hubungan ekonomi eksternal melalui Perjanjian Perdagangan Bebas (*Free Trade Area/FTA*) dan kemitraan ekonomi yang lebih erat (*Closer Economic Partnership/CEP*); dan (ii) Partisipasi yang lebih kuat dalam jejaring pasokan global. Selain itu, ASEAN tengah mengikuti proses integrasi kawasan yang lebih luas dengan melibatkan RRT, Jepang, Korea, India, Selandia Baru, dan Australia. Hal ini dilakukan untuk memperkuat integrasi ekonomi di kawasan ASEAN yang saat ini di warnai dengan kerja sama baru diantaranya *Trans Pacific Partnership* (TPP), serta mulai bergulirnya inisiasi pembentukan *Free Trade Area on Asia Pacific* (FTAAP).

5. Tujuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Bahwa dalam Cetak Biru MEA Setiap negara di ASEAN yang memiliki kepentingan dan tujuan yang sama, perlu menciptakan sebuah wadah atau badan dimana mereka saling berusaha untuk mewujudkan tujuan tersebut. Dan hal ini lah yang menjadi sebab adanya tujuan dari sebuah organisasi. Tujuan dicerminkan oleh sasaran yang harus dilakukan baik dalam jangka pendek, maupun jangka panjang. Adapun tujuan dari MEA adalah:⁴⁹

1. Untuk meningkatkan stabilitas perekonomian di kawasan ASEAN, membentuk kawasan ekonomi antar negara ASEAN yang kuat. Bahwa saat ini di Amerika dan Eropa masih mengalami krisis ekonomi. Dan dengan terbentuknya Masyarakat

⁴⁹ Bappeda Kabupaten Malang, *Op. Cit.* hlm. 4-5

Ekonomi ASEAN diharapkan akan bisa mengatasi masalah-masalah dalam bidang perekonomian antar negara ASEAN. Sehingga kasus krisis ekonomi seperti di Indonesia pada tahun 1997 dulu tidak terulang kembali.

2. Terciptanya kawasan pasar bebas ASEAN. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi pelaku usaha di negara ASEAN. Persaingan produk dan jasa antar negara ASEAN akan diuji di sini. Bagi pelaku usaha dan jasa hendaknya mulai sekarang meningkatkan kualitas produk. Bagaimana produk itu agar dicintai konsumen. Dengan membuat produk yang berkualitas serta harga terjangkau pasti akan bisa bersaing dengan produk dari negara ASEAN lainnya.

6. Kebijakan Hak Kekayaan Intelektual ASEAN Dalam Membentuk Kawasan Ekonomi yang Kompetitif

Pada prinsip, kebijakan HKI dapat menjadi pendorong yang kuat bagi (a) Kreatifitas budaya, intelektual dan seni serta aspek komersialnya; (b) Penerapan dan penggunaan teknologi maju secara efisien; dan (c) proses belajar secara berkeseimbangan untuk mencapai kinerja yang dihajatkan. Kebijakan HKI juga dapat menumbuhkan budaya kreatifitas dan inovasi yang dinamis, serta menjamin akses dan manfaat yang lebih marata bagi seluruh pemangku kepentingan, baik pada HKI tradisional maupun yang terbaru. Selanjutnya, kebijakan HKI dapat mempengaruhi volume dan kualitas investasi dan perdagangan luar negeri, serta pengalihan teknologi maju.

Kreativitas HKI merupakan faktor utama yang menentukan nilai tambah lokal dan daya saing eksternal. kerjasama regional di bidang HKI dipandu oleh ASEAN

IPR action plan 2004-2010 dan *work plan for ASEAN cooperation on copyrights* dengan tujuan untuk mengembangkan budaya belajar dan inovasi, yang didukung oleh profil HKI yang lebih ramah terhadap dunia usaha, investor, penemu dan pencipta di ASEAN. Selain itu rencana aksi tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan jejaring dan koordinasi kepedulian masyarakat, peningkatan kapasitas, serta konstribusi industry HKI terhadap peningkatan daya saing dan pembangunan, tindakan tersebut antara lain:⁵⁰

- 1) Melaksanakan secara penuh ASEAN IPR action plan 2004-2010 dan work plan for ASEAN cooperation on copyrights;
- 2) Membentuk sistem arsip ASEAN yang dirancang untuk memfasilitasi pembangunan arsip–arsip serta meningkatkan koordinasi antara lembaga-lembaga HKI di Negara-negara ASEAN sebagai kantor penerima, bedasarkan pada bahasa yang dipersyaratan.
- 3) Melakukan aksesi terhadap protokol Madrid, apabila dimungkinkan.
- 4) Melanjutkan konsultasi dan pertukaran informasi di antara lembaga-lembaga penyelenggara nasional di bidang perlindungan HKI.
- 5) Meningkatkan kerjasama kawasan di bidang pengetahuan tradisional, sumber genetika dan ekspresi budaya tradisional.

⁵⁰ Direktorat Jenderal Kerjasama ASEAN Departemen Luar Negeri RI, 2009, *Cetak Biru Komunitas Ekonomi ASEAN (ASEAN Economic Community Blueprint)*, <http://aeccenter.kemendag.go.id/media/176978/cetak-biru-komunitas-ekonomi-ASEAN.pdf>, diunduh 1 November 2016

B. Sejarah Pengaturan Hukum Merek dan Indikasi Geografis

Asal usul merek berpangkal pada abad pertengahan di Eropa, pada saat perdagangan dengan dunia luar mulai berkembang. Fungsi merek semula untuk menunjukkan asal produk yang bersangkutan. Setelah metode produksi masal mulai terkenal dan dengan jaringan distribusi dan pasar yang lebih luas dan makin kompleks, maka fungsi merek berkembang menjadi seperti yang dikenal sekarang ini. Perlindungan atas merek di Inggris pada perkembangan awalnya untuk melawan kasus peniruan. Kasus mengenai merek yang pertama diselesaikan di pengadilan Inggris adalah kasus Lord Hardwicke L.C. In Blanchard versus Hill pada tahun 1974, sedangkan peraturan mereka yang pertama dibuat ialah Merchandise Marks Act pada tahun 1862. Sebelumnya Inggris, pada tahun 1857 telah mengadopsi system pendaftaran merek dari hukum perancis. *Merchandise Marks Act* ini kemudian dilengkapi dan diperbarui pada tahun 1887 dan terus berlaku samapi dibuatnya the trade description act 1968. Selain itu, inggris juga mempunyai undang-undang merek lainnya, yaitu *Trade Marks Registration Act* 1875, yang diperbaruhi pada tahun 1876, dan 1877 digabungkan ke dalam *patents design and trade marks act*, yang pada tahun 1984, undang-undang itu diperbaharui dan memasukan system pendaftaran merek jasa.⁵¹

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan perdagangan barang dan jasa antarnegara, diperlukan adanya pengaturan yang bersifat internasional yang memberikan jaminan perlindungan dan kepastian hukum di bidang merek, *protection of industrial property* (dalam perjanjian *paris convention*), yang di dalamnya

⁵¹ Rachmadi Usman, *Op.Cit*, hlm 307

mengatur mengenai perlindungan merek. Dalam *Paris Convention* diatur mengenai syarat-syarat pendaftaran merek, termasuk merek-merek yang terkenal, kemandirian perlindungan merek yang sama di negara yang berbeda, perlindungan yang didaftarkan dalam salah satu peserta dalam negara lain selain negara peserta (*collective mark*), dan nama-nama dagang (*trade name*). Sebagai tindak lanjutnya lahir *Trademark Registration Treaty* pada tahun 1973. Sejarah peraturan hukum merek di Indonesia, antara lain:⁵²

1. Sejarah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan Dan Merek Perniagaan

Pengaturan tentang merek di Indonesia mempunyai sejarah perjalanan yang cukup panjang dengan diberlakukannya peraturan merek pada jaman pemerintah kolonial sampai sekarang ini dengan beberapa kali mengalami penyempurnaan dan penggantian sesuai dengan perkembangan di bidang ekonomi dan perdagangan. Dalam sejarah perundang-undangan merek di Indonesia dapat dicatat bahwa pada masa kolonial Belanda berlaku *Reglement Industriele Eigendom* (RIE) yang dimuat dalam Stb. 1912 No. 545 Jo. Stb. 1913 No. 214. Setelah Indonesia merdeka peraturan ini juga dinyatakan terus berlaku, berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945. Ketentuan itu masih terus berlaku, hingga akhirnya sampai pada akhir tahun 1961 ketentuan tersebut diganti dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan yang diundangkan pada tanggal 11 Oktober

⁵² Made Diah Sekar Mayang Sari, 2010. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Dalam Sistem Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Tesis Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar

1961 dan dimuat dalam Lembaran Negara RI Nomor 290 dan penjelasannya dimuat dalam Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 2341 yang mulai berlaku pada bulan November 1961.

Kedua undang-undang ini (RIE 1912 dan Undang-Undang Merek 1961) mempunyai banyak kesamaan. Perbedaarnya hanya terletak pada antara lain masa berlakunya merek; yaitu sepuluh tahun menurut Undang-Undang Merek 1961 dan jauh lebih pendek dari RIE 1912; yaitu 20 tahun. Perbedaan lain, yaitu Undang-Undang Merek Tahun 1961 mengenal penggolongan barang-barang dalam 35 kelas, penggolongan yang semacam itu sejalan dengan klasifikasi internasional berdasarkan persetujuan internasional tentang klasifikasi barang-barang untuk keperluan pendaftaran Merek di Nice (Perancis) pada lahun 1957 yang diubah di Stockholm pada tahun 1967 dengan penambahan satu kelas untuk penyesuaian dengan keadaan di Indonesia, pengklasifikasian yang demikian ini tidak dikenal dalam RIE 1912. Undang-Undang Merek tahun 1961 ini ternyata mampu bertahan selama kurang lebih 31 tahun, untuk kemudian undangundang ini dengan berbagai penimbangan harus dicabut dan digantikan oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang "Merek" yang diundangkan dalam Lembaran Negara RI. Tahun 1992 Nomor 81 dan penjelasannya dimuat dalam Tambahan Lembaran Negara No. 3490, pada tanggal 28 Agustus 1992. UU yang disebut terakhir ini berlaku sejak 1 April 1993.

2. Sejarah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek

Kemudian, pengaturan hukum mereka yang terdapat dalam undang-undang merek 1961, diperbaharui dan diganti lagi dengan undang-undang nomor 19 tahun

1992 tentang merek (selanjutnya disebut Undang-Undang Merek 1992), yang mulai berlaku sejak tanggal 1 april 1993. Dengan berlakunya undang-undang merek 1992, Undang-undang merek 1961 dinyatakan tidak berlaku lagi. Pada prinsipnya undang-undang merek 1992 telah melakukan penyempurnaan dan perubahan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan merek, guna disesuaikan dengan *paris convention*.

Adapun yang menjadi dasar pertimbangan yang merupakan latar belakang dan sekaligus tujuan pembentukan undang-undang merek 1992 tersebut, yaitu:

Bahwa dalam rangka perlaksanaan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan bidang ekonomi pada khususnya, merek sebagai salah satu wujud karya inntelektual, memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang dan jasa. Bahwa dengan memperhatikan pentingnya peranan merek tersebut, diperlukan penyempurnaan pengaturan dan perlindungan hukum atas merek yang selama ini diatur dalam Undang-Undang Merek 1961, karena dinilai sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan keadaan dan kebutuhan.

Di samping itu, dasar pertimbangan lainnya dapat dijumpai dalam penjelasan Umum undang-undang merek 1992 yang antara lain mengatakan: Materi undang-undang merek 1992 bertolak dari konsepsi merek yang tumbuh pada masa sekitar perang dunia kedua. Sebagai akibat perkembangan keadaan dan kebutuhan serta semakin majunya norma dan tatanan niaga, menjadikan konsepsi merek yang tertuang dalam undang-undang merek tertinggal jauh. Hal ini semakin terasa pada saat komunikasi semakin maju dan pola perdagangan antarbangsa sudah tidak lagi terikat pada batas-batas negara. Keadaan ini menimbulkan saling kebergantungan antarbangsa, baik dalam kebutuhan, kemampuan, maupun kemajuan teknologi dan

lain-lainnya yang mendorong pertumbuhan dunia sebagai pasar bagi produk-produk mereka. Perkembangan norma dan tatanan niaga itu sendiri telah menimbulkan persoalan baru yang memerlukan antisipasi yang harus diatur dalam suatu undang-undang.

Berdasarkan dasar pertimbangan tersebut, dipandang perlu untuk menyermpurknakan pengaturan tentang merek yang terdapat dalam Undang-undang merek 1961 dalam suatu undang-undang. Apabila dibandingkan dengan undang-undang merek 1961, undang-undang merek 1992 menunjukkan perbedaan-perbedaan antara lain:

- Lingkup pengaturan dibuat seluas mungkin. Untuk itu, judul dipilih yang sederhana tetapi luwes. Berbeda dari Undang-undang yang sama, yang membatasi pada merek perusahaan dan merek perniagaan yang dari segi objek hanya mengacu pada hal yang sama yaitu merek dagang. Sedangkan merek jasa sama sekai tidak dijangkau. Dengan pemakaian judul merek dagang maupun jasa.
- Aspek nama dagang yang pada dasarnya juga terwujud sebagai merek, telah pula tertampung di dalamnya. Lebih dari itu dapat pula ditampung pengertian merek lainnya seperti merek kolektif. Bahkan dalam perkembangan yang akan datang penggunaan istilah merek akan dapat pula menampung pengertian lain seperti *certification marks, associate marks* dan lainnya.
- Perubahan dari sistem deklaratif ke sistem konstitutif, karena system konstitutif lebih menjamin kepastian hukum daripada sistem deklaratif. Sistem deklaratif yang mendasarkan pada perlindungan hukum bagi mereka

yang menggunakan merek terlebih dahulu, selain kurang menjamin kepastian hukum juga menimbulkan persoalan dan hambatan dalam dunia usaha. Dalam Undang-undang ini, penggunaan sistem konstitutif yang bertujuan menjamin kepastian hukum disertai pula dengan ketentuan-ketentuan yang menjamin segi-segi keadilan.

Jaminan terhadap aspek keadilan maka nampak antara lain, pembentukan cabang-cabang kantor merek di daerah, pembentukan komisi banding merek, dan memeberikan kemungkinan untuk mengajukan gugatan yang tidak terbatas melalui pengadilan negeri Jakarta Pusat, tetapi juga melalui pengadilan negeri lainnya akan ditetapkan secara bertahap, serta tetap dimungkinkannya gugatan melalui pengadilan tata usaha negara. Bahkan dalam masa pengumuman permintaan pendaftaran merek dimungkinkan pemilik merek tidak terdaftar yang telah menggunakan sebagai pemakai pertama untuk mengajukan keberatan.

Agar permintaan pendaftaran merek dapat berlangsung tertib, pemeriksannya tidak semata-mata dilakukan berdasarkan kelengkapan persyaratan formal saja, tetapi juga dilakukan pemeriksaan substantif. Selain itu dalam sistem yang baru diintroduksi adanya pengumuman permintaan pendaftaran suatu merek. Pengumuman tersebut bertujuan member kesempatan kepada masyarakat yang berkepentingan dengan permintaan pendaftaran merek mengajukan keberatan. Dengan mekanisme semacam ini bukan saja problema yang timbul dari system deklaratif dapat teratasi, tetapi juga menumbuhkan keikutsertaan masyarakat. Selanjutnya undang-undang ini mempertegas pula kemungkinan penghapusan dan pembatalan merek yang telah

terdaftar Sebagai negara yang ikut serta dalam *paris convention for the protection of industrial property* tahun 1883, maka undang-undang ini mengatur pula pendaftaran merek dengan menggunakan hak prioritas yang diatur dalam konvensi tersebut. Undang-undang ini mengatur juga pengalihan hak atas merek berdasarkan lisensi yang tidak diatur dalam undang-undang No. 21 tahun 1961 Undang-undang ini mengatur juga tentang sanksi pidana baik untuk tindak pidana yang diklasifikasi sebagai kejahatan maupun sebagai pelanggaran

3. Sejarah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek

Selang beberapa waktu, sama halnya dengan undang-undang hak cipta, dan juga undang-undang paten, undang-undang merek 1992 juga mengalami perubahan dan penyempurnaan. Perubahan dan penyempurnaan itu dituangkan dalam Undang-undang nomor 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-undang nomor 19 tahun 1992 tentang merek. Perubahan pada dasarnya diarahkan untuk menyesuaikan dengan *Paris Convention* dan penyempurnaan terhadap kekurangan atas beberapa ketentuan yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan praktik-praktik internasional, termasuk penyesuaian dengan persetujuan *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs). Ratifikasi pendirian *World Trade Organization* (WTO) bulan April di Maroko oleh 117 negara, berlaku pulalah persetujuan TRIPs bagi para anggotanya. Indonesia diwajibkan untuk menyesuaikan peraturan perundang-undangan dengan TRIPs karena telah diratifikasinya persetujuan pembentukan WTO

dengan UU Nomor 7 Tahun 1994.⁵³ Adapun dasar pertimbangan yang merupakan latar belakang dan sekaligus tujuan pembentukan Undang-undang merek 1997 tersebut yaitu:⁵⁴

- Bahwa dengan adanya perkembangan kehidupan yang berlangsung cepat, terutama di bidang perekonomian baik di tingkat nasional maupun internasional, pemberian perlindungan hukum yang semakin efektif terhadap HKI, khususnya di bidang merek, perlu lebih ditingkatkan dalam rangka mewujudkan iklim yang lebih baik bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan perdagangan dan penanaman modal yang sangat diperlukan dalam pelaksanaan pembangunan nasional yang bertujuan terciptanya masyarakat Indonesia yang adil, makmur, maju mandiri berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.
- Bahwa dengan penerimaan dan keikutsertaan Indonesia dalam persetujuan TRIPSs yang merupakan bagian dari persetujuan pembentukan WTO sebagaimana telah disahkan dengan Undang-undang nomor 7 tahun 1994, berlanjut dengan melaksanakan kewajiban untuk menyesuaikan peraturan perundang-undangan nasional di bidang HKI termasuk merek dengan persetujuan internasional tersebut.
- Bahwa berdasarkan pertimbangan di atas serta memperhatikan penilaian terhadap segala pengalaman, khususnya kekurangan selama pelaksanaan undang-undang nomor 19 tahun 1992 tentang merek, dipandang perlu untuk mengubah dan menyempurnakan beberapa ketentuan yang terdapat dalam Undang-undang nomor 19 tahun 1992 tersebut dengan Undang-undang.

⁵³ OC Kaligis, *Teori dan Praktek Hukum Merek Indonesia*, cetakan pertama (Jakarta: Penerbit Alumni, 2008), hlm 10.

⁵⁴ Rachmadi Usman, *Op.Cit*, hlm. 311

Dengan latar belakang pertimbangan diatas, secara umum bidang dan arah penyempurnaan yang dilakukan terhadap undang-undang nomor 19 tahun 1992 tentang merek, meliputi antara lain yaitu, berbeda dengan ketentuan sebelumnya, Undang-undang merek 1997 menganut prinsip bahwa satu permintaan pendaftaran merek dapat juga diajukan untuk lebih dari satu kelas barang dan atau jasa. Perubahan ini dilakukan terutama untuk menyederhanakan administrasi permintaan pendaftaran merek. Artinya, permintaan pendaftaran merek untuk lebih dari satu kelas tidak perlu diajukan masing-masing secara terpisah. Selain itu, permintaan pendaftaran merek yang menggunakan bahasa asing dan atau huruf lain atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia wajib disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia, dalam huruf latin dan dalam angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta pengucapannya dalam ejaan latin. Hal ini diperlukan oleh Kantor Merek untuk dapat melakukan penilaian apakah penngucapan merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek orang lain yang telah terdaftar untuk barang dan atau jasa yang sejenis.

4. Sejarah Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 Tentang Merek

Selanjutnya Undang-Undang No. 14 tahun 1997 diperbarui lagi dengan Undang-Undang No. 15 tahun 2001. Adapun alasan diterbitkannya UU No. 15 tahun 2001 dapat diuraikan sebagai berikut:⁵⁵

⁵⁵ Ok Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, edisi 6 (Jakarta: Pt RajaGrafindo Pesada, 2007), hlm. 337

Salah satu perkembangan yang kuat dan memperoleh perhatian seksama dalam masa tersebut dan kecenderungan yang masih akan berlangsung di masa yang akan datang adalah semakin meluasnya arus globalisasi baik bidang sosial, ekonomi, budaya maupun bidang-bidang kehidupan lainnya. Perkembangan teknologi informasi dan transportasi telah menjadikan kegiatan di sector perdagangan meningkat secara pesat dan bahkan telah menempatkan dunia sebagai pasar tunggal bersama.

Era perdagangan global hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim persaingan usaha yang sehat. Di sini merek memegang peranan yang sangat penting yang memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai. Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sejalan dengan perjanjian-perjanjian internasional yang telah diratifikasi Indonesia serta pengalaman melaksanakan administrasi merek, diperlukan penyempurnaan Undang-undang merek yaitu Undang-undang nomor 19 tahun 1992 (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 81) sebagaimana diubah dengan Undang-Undang nomor 14 Tahun 1997 (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 31) selanjutnya disebut Undang-Undang merek lama, dengan satu Undang-Undang tentang merek yang baru.

Dalam Undang-Undang ini pemeriksaan substantif dilakukan setelah permohonan dinyatakan memenuhi syarat secara administratif. Semula pemeriksaan substatif dilakukan setelah selesainya masa pengumuman tentang adanya permohonan, dengan perubahan ini dimaksudkan agar dapat lebih cepat diketahui apakah permohonan tersebut disetujui atau ditolak, dan member kesempatan kepada pihak lain untuk mengajukan keberatan terhadap permohonan yang telah disetujui

untuk didaftar. Sekarang jangka waktu pengumuman dilaksanakan selama 3 bulan, lebih singkat dari jangka waktu pengumuman berdasarkan Undang-undang merek lama. Dengan dipersingkatnya jangka waktu pengumuman, secara keseluruhan akan dipersingkat pula jangka waktu penyelesaian permohonan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Berkenaan dengan hak prioritas, dalam Undang-undang ini diatur bahwa apabila pemohon tidak melengkapi bukti penerimaan permohonan yang pertama kali menimbulkan hak prioritas dalam jangka waktu tiga bulan setelah berakhirnya hak prioritas. Permohonan tersebut diproses seperti permohonan biasa tanpa menggunakan hak prioritas. Hal lain berkenaan dengan ditolaknya permohonan akan ditolak.

Selain perlindungan terhadap merek dangan dan merek jasa, dalam undang-undang ini diatur juga perlindungan terhadap indikasi geografis yaitu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam atau faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan dan juga indikasi asal. Selanjutnya mengingat merek merupakan bagian dari kegiatan perekonomian dunia usaha, penyelesaian sengketa merek memerlukan badan peradilan khusus, yaitu pengadilan niaga sehingga diharapkan sengketa merek dapat diselesaikan dalam waktu yang relatif 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 lain, juga dikenal di beberapa negara lain, seperti Thailand. Dalam undang-undang inipun pemilik merek diberi upaya perlindungan

hukum lain, yaitu dalam wujud penetapan sementara pengadilan untuk melindungi mereknya guna mencegah kerugian yang lebih besar. Di samping itu, untuk memberikan kesempatan yang lebih luas dalam penyelesaian sengketa, dalam undang-undang ini dimuat ketentuan tentang arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa.

C. Tinjauan Peraturan Terkait Dengan Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis Sehubungan Dengan Saat Berlakunya Undang-Undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek:⁵⁶

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia)

Undang-undang ini mengenai pelarangan praktik monopoli perdagangan dan praktik-praktik komersial yang menghambat dan mencegah persaingan pasar. Undang-undang ini bertujuan memastikan bahwa akan ada persaingan usaha yang memadai dipasar untuk barang atau jasa tertentu dan mencegah suatu perusahaan dagang menjadi terlalu kuat. Undang-Undang anti monopoli ini mengatur megenai empat jenis kegiatan yang dilarang yaitu: monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan persekongkolan. Munculnya suatu persaingan usaha yang curang dalam praktek perdagangan yang merugikan hak dan nama baik pemilik merek, dengan cara *mendompleng atau passing off* suatu merek secara sengaja dengan itikad buruk,

⁵⁶ Badan Pembinaan Hukum Nasional, *Op.Cit*, hlm. 47-56

dalam bentuk pendaftaran merek terkenal dan meniru atau menyerupai merek ataupun kemasan suatu produk baik keseluruhan maupun pada pokoknya belum diatur secara jelas dalam undang-undang ini.

2. Undang-Undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Pengaturan yang berkaitan dengan perjanjian lisensi merek dan hak kekayaan intelektual pada umumnya cenderung memberikan alas hak untuk terjadinya monopoli. Hak merek memberikan kepada pemohon hak-hak eksklusif untuk menggunakan, memproduksi, dan memanfaatkan merek tersebut dan mencegah pihak lain untuk melaksanakan hak-hak yang melekat pada merek tersebut tanpa izin.

Lisensi merek merupakan sarana bagi orang/pihak lain untuk menggunakan merek secara sah dan legal. Melalui lisensi ini sifat eksklusif (monopoli) hak merek sebagai bagian dari HKI dikurangi dari pemilik merek, sebagian diberikan pada orang lain.

Perjanjian lisensi yang mengurangi eksklusivitas dari pemegangnya tersebut, merupakan fungsi sosial dari hak merek. Berdasarkan konsep manfaat sosial, perlindungan hak atas merek dikecualikan dari kebijakan anti monopoli dan praktek persaingan sehat. Hal itu sebagaimana diatur dalam Pasal 50 huruf (b) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 yang mengatur Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disingkat UU No. 5 Tahun 1999).

Apa yang tertuang dalam Pasal 50 (b) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut merupakan suatu penegasan bahwa sepanjang menyangkut tentang aspek perjanjian lisensi merek, ketentuan tentang Undang-undang Larangan Praktek Monopoli dan

Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak berlaku, artinya perjanjian lisensi merek yang bertujuan untuk memakai merek orang untuk mencari manfaat ekonomis dalam bentuk produksi barang diperbolehkan oleh UU No. 5 Tahun 1999.

3. Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam undang-undang perlindungan konsumen pasal 7 poin c disebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Sehubungan dengan hal tersebut dalam pengaturan merek, penyusun norma perlu mencantumkan ketentuan ini sebagai syarat pendaftaran merek dalam rangka melindungi konsumen dari merek-merek yang merugikan konsumen.

4. Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Mengenai penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa berkaitan dengan Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Dalam Undang-Undang ini diatur bahwa sengketa atau beda pendapat yang dapat dimintakan penyelesaiannya melalui alternatif penyelesaian sengketa adalah sengketa terjadi diantara para pihak yang sebelumnya telah mengadakan perjanjian arbitrase dan didalam perjanjian tersebut secara tegas dinyatakan akan menyelesaikan persoalan hukum diantara mereka dengan cara arbitrase atau melalui alternatif penyelesaian sengketa. Kompetensi absolut dari

alternatif penyelesaian sengketa ini harus menjadi dasar bagi penyusun norma dalam menentukan jenis perbuatan hukum terkait merek yang diberi pilihan untuk diselesaikan melalui jalur alternatif penyelesaian sengketa. Hal ini penting untuk mencegah pengajuan penyelesaian sengketa oleh para pihak ditolak oleh lembaga arbitrase atau lembaga alternatif penyelesaian sengketa. Apabila para pihak telah memilih menyelesaikan sengketa hukumnya melalui alternative penyelesaian sengketa, maka Pengadilan Negeri tidak berwenang menangani perkara ini.

5. Undang-Undang No. 17 tahun 2006 Tentang Perubahan atas UU No. 10 Tahun 1995 Tentang Kepabeanan.

Ketentuan pada Undang-Undang Nomor 10 tahun 1995 tentang Kepabeanan sebagaimana telah diubah dengan Undang- Undang Nomor 17 Tahun 2006 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995 Tentang Kepabeanan (selanjutnya disebut Undang-Undang Kepabeanan), memuat tentang larangan pembatasan impor atau ekspor serta pengendalian impor dan ekspor barang hasil pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual termasuk di dalamnya Hak Merek. Direktorat Jenderal Bea dan Cukai menjalankan tugas kepabeanan berupa segala sesuatu yang berhubungan dengan pengawasan atas lalu lintas barang yang masuk atau keluar daerah pabean dan pemungutan bea masuk. Pasal-pasal pada Undang-Undang Kepabeanan terkait merek tertuang pada pasal 25, 54, 55, 58, 61, 62, 64.

6. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Perlindungan hak atas merek juga terkait dengan Undang-Undang No. 2 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dalam hal aspek promosi dagang usaha kecil dan menengah. Dalam Pasal 14 menyebutkan bahwa promosi dagang ditujukan untuk:

- a. Meningkatkan promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di dalam dan di luar negeri;
- b. Memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di dalam dan di luar negeri;
- c. Memberikan insentif dan tata cara pemberian insentif untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mampu menyediakan pendanaan secara mandiri dalam kegiatan promosi produk di dalam dan di luar negeri; dan
- d. Memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor. (2) Pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan pengawasan dan pengendalian oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

7. Undang-Undang No. 4 Tahun 2014 Tentang Aparatur Sipil Negara

Dalam Undang-Undang Aparatur Sipil Negara hanya mengatur sebatas hak atas penghasilan yang boleh diterima oleh aparatur sipil negara yang bersumber dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara sebagaimana tercantum pada Pasal 21 huruf a.

Hal dan berkaitan dengan tanggung jawab dan resiko pekerjaan sebagaimana diatur dalam Pasal 79 ayat (2). Pengaturan ini harus menjadi panduan dalam penyusunan norma yang terkait dengan pemberian gaji terhadap tenaga ahli/daya yang berkedudukan sebagai aparatur sipil Negara dan imbalan yang diberikan kepada peneliti aparatur sipil negara yang invensinya berhasil dikomersialisasikan dalam hal sumbernya berasal dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN).

8. Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian

Pengaturan mengenai merek terkait juga dengan Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, khususnya mengenai peran pemerintah dan pemerintahan daerah dalam pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi, khususnya dalam memberikan konsultasi, bimbingan dan advokasi perlindungan hak keakayaan intelektual bagi usaha kecil. Hal ini diatur dalam Pasal 43 UU No. 3 tahun 2014 ayat (3), yang menyatakan bahwa Dalam rangka pengembangan dan pemanfaatan Kreativitas dan inovasi masyarakat sebagaimana Dimaksud pada ayat (2), Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan:

- a. Penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat Dalam berkreativitas dan berinovasi;
- b. Pengembangan sentra Industri kreatif;
- c. Pelatihan teknologi dan desain;
- d. Konsultasi, bimbingan, advokasi, dan fasilitasi Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual khususnya Bagi Industri kecil; dan
- e. Fasilitasi promosi dan pemasaran produk Industri Kreatif di dalam dan luar negeri.

9. Keputusan Presiden No. 15 Tahun 1997 Tentang : Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Tentang Pengesahan *Paris Convention For The Protection Of Industrial Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization*

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 memuat Lampiran Persetujuan *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPs) yang mengatur norma-norma standar yang berlaku secara internasional tentang Kekayaan Intelektual. Persetujuan TRIPs memperjelas kedudukan perlindungan Kekayaan Intelektual sebagai isu-isu yang terkait di bidang perdagangan. Tujuannya adalah untuk memberi perlindungan Kekayaan Intelektual dan prosedur penegakan hak dengan menerapkan tindakan yang menuju perdagangan yang sehat. Bagian II dari Persetujuan TRIPs mengatur tentang obyek Kekayaan Intelektual secara luas, yaitu:

- a. Hak cipta dan hak terkait (*copyright and related rights*)
- b. Merek (*trademarks*)
- c. Indikasi geografis (*geographical indications*)
- d. Desain industri (*industrial designs*)
- e. Paten (*patents*)
- f. Desain tata letak sirkuit terpadu (*layout-designs of Intergrated Circuits*); dan
- g. Perlindungan rahasia dagang (*protection of undisclosed information*)

Dengan diratifikasinya ketentuan ini, Indonesia berkewajiban mengimplementasikannya kedalam berbagai aspek (hak kekayaan intelektual), baik

dalam aspek legislasi (perundang-undangan) maupun aspek lainnya seperti organisasi/administrasi, sosialisasi, kerja sama, serta penegakan hukum. Ketentuan terkait pelarangan penggunaan merek pada produk barang dan jasa palsu tertuang pada pasal 9 diatur dalam *the Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (dapat disebut juga “Konvensi Paris”) dan juga dalam *the TRIPs Agreement* (“Perjanjian TRIPs”), terkait perlindungan merek terkenal pada Pasal 6 bis dan Pasal 16 (2) melengkapi pengaturan merek terkenal. Pengaturan indikasi geografis tersebut tertuang dalam *Trade Related Intellectual Property Rights* (TRIPs) khususnya Article 22 sampai dengan Article 24.

10. Keputusan Presiden Republik Indonesia. Nomor 17 Tahun 1997 Tentang Pengesahan *Trademark Law Treaty*

Tanggal 7 Mei 1997 pemerintah Indonesia telah meratifikasi *Trademark Law Treaty* melalui Keputusan Presiden No. 15 Tahun 1997 merupakan suatu perjanjian yang memberi perlindungan terhadap merek dagang. Yang mencakup dalam *Trademark Law Treaty* ialah :

- Jangka waktu pendaftaran awal dan hal pembaharuan pendaftaran merek dagang akan sepuluh tahun.
- Layanan tanda diberi perlindungan yang sama sebagai merek dagang dibawah konvensi Paris.
- Salah satu kuasa dapat diserahkan untuk setiap Negara pemohon dan anggota tidak mungkin meminta tanda tangan pada kekuasaan akan disahkan atau dilegalisasi.

- Prosedur dokumentasi rumit, seperti pengajuan kekuasaan beberapa pengacara, sertifikat pendirian atau status perusahaan, kamar dagang sertifikat, sertifikat berdiri baik, persyaratan saksi, otentikasi, sertifikasi dan persyaratan legalisasi akan diringankan.

11. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1995 Tentang Pengesahan ASEAN Framework Agreement On Intellectual Property Cooperation.

Melihat tingkat kepedulian negara-negara ASEAN dalam bidang HKI dan pentingnya pengaturan mengenai HKI, maka ASEAN menyepakati *ASEAN Framework Agreement on Intellectual Property Cooperation* di Thailand, Bangkok, pada tanggal 15 Desember 1995. Tujuan disepakatinya kerangka perjanjian ini yaitu untuk memperkuat kerja sama di bidang HKI di antara anggota ASEAN. Selain itu, adanya perjanjian ini juga mendorong negara-negara ASEAN untuk menentukan pola kerja sama maupun sistem yang tepat untuk mengatur mengenai permasalahan HKI di antaranya mengenai hak paten, hak merek, maupun sistem untuk konsultasi antar negara-negara ASEAN. Dalam perkembangannya, sebagai bentuk kerja sama regional dalam bidang HKI yang lebih besar dan juga seiring dengan perkembangan teknologi dan kemajuan ilmu pengetahuan, ASEAN membentuk *ASEAN Intellectual Property Right Action Plan 2004- 2010 (IPR Action Plan)*. Setidaknya ada empat kerangka sebagai tujuan utama dalam *IPR Action Plan* ini, yaitu.⁵⁷

⁵⁷ Livia Handria, 2009. *Aspek-Aspek Hukum Internasional Pada Kerja Sama ASEAN Di Bidang Ekonomi*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

- a. Mendorong kreatifitas dalam bidang kekayaan intelektual di ASEAN;
- b. Mengembangkan kerangka atau sistem yang sederhana untuk upaya harmonisasi, pendaftaran, dan perlindungan HKI;
- c. Menciptakan kesadaran yang lebih besar dan mengembangkan kapasitas di bidang kekayaan intelektual;
- d. Meningkatkan kerja sama *Business Development Services* (BDS) oleh ASEAN *National IP Offices*.

Mengenai tujuan-tujuan tersebut sudah banyak disosialisasikan sesuai dengan sasarannya antara lain melalui seminar, workshop, pelatihan dan sebagainya. Setiap kerangka tersebut memiliki program-program yang ingin dicapai dengan dibatasi oleh target waktu yakni pencapaian tidak melebihi dari tahun 2010, dan perwujudannya merupakan tanggung jawab masing-masing negara berdasarkan kepentingan nasionalnya.⁵⁸ Selanjutnya, dikembangkan kemajuan yang termaktub dalam ASEAN *IPR ACTION PLAN 2011-2015*. Akan tetapi perjanjian ASEAN *Framework Agreement On Intellectual Property Cooperation* 1995 tidak dapat dilaksanakan secara lengkap karena dilihat dari bentuk perjanjian tersebut sekilas merupakan perjanjian dalam bentuk treaty contract dan hanya merupakan bentuk komitmen-komitmen dari negara-negara ASEAN mengenai kekayaan intelektual yang hanya berisikan pernyataan untuk bekerjasama mewujudkan tujuan yang ingin dicapai dalam perjanjian tersebut.⁵⁹

⁵⁸ *Ibid*

⁵⁹ Hermastuti Arini, et.al, 2016. *Implementasi ASEAN Framework Agreement On Intellectual Property Cooperation Dalam Memberikan Perlindungan Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Dan*

D. Konvensi-Konvensi Internasional Terkait Dengan Hukum Merek

Berikut ini uraian secara ringkas beberapa konvensi-konvensi internasional terkait dengan Hukum Merek, antara lain:⁶⁰

1. *Paris Convention for Protection of Industrial Property Rights* (Konvensi Paris)

Secara keseluruhan konvensi internasional di bidang merek dimulai pada tanggal 20 Maret 1883 dengan ditandatanganinya *The Paris Convention for the Protection of Industrial Property Rights* oleh 11 negara peserta. Konvensi Paris juga merupakan salah satu konvensi di bidang HKI yang pertama. Hingga November 2008, terdapat 173 negara yang turut bergabung ke dalam Konvensi Paris. Dalam perkembangannya, Konvensi Paris mengalami beberapa perubahan yaitu di Brussels tanggal 14 Desember 1900, Washington tanggal 2 Juni 1911, Den Haag tanggal 6 November 1925, London tanggal 2 Juni 1934, Lisbon tanggal 31 Oktober 1958, dan Stockholm tanggal 14 Juli 1967 dan terakhir diubah di Jenewa pada tanggal 28 September 1979. Indonesia menjadi anggota Konvensi Paris sejak dengan menandatangi Konvensi Paris (Stockholm, 14 Juli 1967) pada tanggal 12 Januari 1968 dan kemudian meratifikasi Konvensi Paris melalui Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 yang diperbaharui dengan Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997.

Menengah Menghadapi ASEAN Economic Community, Dipenegoro Law Journal, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr/article/download/11951/11605>, diunduh 3 Desember 2016

⁶⁰ Nisa Ayu Spica, 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Jasa Terkenal: Studi Kasus Waroeng Podjok Melawanwarung Pojok*, Tesis Universitas Indonesia Fakultas Hukum Program Pascasarjana Jakarta.

Dalam Konvensi Paris, terminology HKI meliputi: *patent, utility model, industrial design, trademarks, service marks, trade names, indications of source or appellation of origin, dan repression of unfair competition.* Salah satu tujuan dari Konvensi Paris adalah untuk mencapai unifikasi di bidang perundang-undangan tentang merek, dengan harapan agar tercipta satu macam hukum tentang merek atau cap dagang yang dapat mengatur soal-soal merek secara seragam di seluruh dunia.⁶¹ Ketentuan-ketentuan yang substantif dalam Konvensi Paris dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu *national treatment, right of priority, dan common rules* sebagaimana uraian berikut:⁶²

1. Di bawah ketentuan mengenai *national treatment*, Konvensi Paris menentukan bahwa dalam rangka perlindungan Hak Milik Industri, setiap negara peserta harus memberikan perlindungan yang sama kepada warga negara dari negara-negara peserta lainnya sebagaimana perlindungan yang diberikan kepada warga negaranya sendiri. Warga negara dari negara bukan peserta Konvensi Paris dapat memiliki hak atas *national treatment* di bawah Konvensi Paris apabila berdomisili atau mempunyai pendirian industri atau komersial yang sebenarnya dan efektif di suatu negara peserta.

2. Konvensi Paris mengatur mengenai *right of priority* dalam hal paten, merek dan desain industri. Hak ini berarti bahwa berdasarkan pendaftaran yang pertama kali

⁶¹ Dwi Rezki Sri Astarini, 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar* (Bandung: Penerbit PT Alumni, hlm. 62).

⁶² World Intellectual Property Organization, *Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883)*, http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html, diakses tanggal 30 Oktober 2016

diajukan oleh Negara peserta, pendaftar dapat, dalam waktu tertentu (yaitu 12 bulan untuk paten; 6 bulan untuk desain industry dan merek), mendaftar untuk perlindungan di Negara peserta lainnya yang akan dianggap sebagai pendaftaran pada hari yang sama saat pendaftaran pertama kali dilakukan. Dengan kata lain, pendaftaran yang dilakukan belakangan tersebut akan memiliki hak prioritas atas aplikasi-aplikasi yang diajukan selama periode tersebut oleh orang lain atas penemuan, merek atau desain industri yang sama.

3. Konvensi Paris mengatur beberapa *common rules* terkait merek yang harus diikuti oleh para Negara peserta, yaitu:

- a) Konvensi Paris tidak mengatur persyaratan untuk pengajuan dan pendaftaran merek sehingga pengaturannya dilaksanakan oleh hukum domestik yang berlaku di negara peserta yang bersangkutan. Akibatnya, tidak ada pengajuan pendaftaran merek oleh warga negara di negara peserta yang akan ditolak ataupun pendaftaran tersebut batal karena pengajuan, pendaftaran atau pembaharuanya tidak berlaku di negara asal. Pada saat pendaftaran merek diperoleh di suatu negara peserta maka hal ini tidak tergantung dari kemungkinan pendaftaran merek di negara lain, termasuk di negara asalnya, sehingga pembatalan pendaftaran merek di negara peserta tidak akan mempengaruhi keabsahan pendaftaran di negara peserta lainnya.
- b) Pada saat merek telah terdaftar di negara asal maka berdasarkan permintaan harus dapat diterima untuk pengajuan dan perlindungan dalam bentuk aslinya di

Negara peserta lainnya. Namun pendaftaran akan ditolak dalam beberapa kasus, seperti saat merek tersebut akan melanggar hak-hak yang diperoleh pihak ketiga lainnya, yaitu pada saat tidak memiliki ciri yang khas, bertentangan dengan moral atau ketertiban umum atau saat merek tersebut memiliki sifat/unsur yang dapat mengelabui publik.

- c) Apabila suatu negara peserta mewajibkan penggunaan merek terdaftar, pendaftaran tidak dapat dibatalkan hingga waktu tertentu, dan hanya apabila pemilik merek tidak dapat membenarkan tindakannya (yang tidak mempergunakan merek yang telah terdaftar tersebut).
- d) Setiap negara peserta wajib menolak pendaftaran dan melarang penggunaan merek yang mengandung produksi ulang, imitasi atau terjemahan, yang dapat menimbulkan kekeliruan atas suatu merek, yang diakui oleh pihak berwenang di Negara tersebut sebagai merek yang dikenal di dalam Negara tersebut sebagai tanda dari seseorang yang berhak atas keuntungan-keuntungan dari Konvensi Paris, dan digunakan untuk barang-barang yang serupa atau sama.
- e) Setiap Negara peserta juga wajib untuk menolak pendaftaran dan melarang penggunaan merek yang mengandung, dengan tanpa izin, tanda-tanda khusus, lambang negara dan tanda-tanda resmi dan ciri negara peserta, dengan syarat bahwa hal ini telah dikomunikasikan melalui Biro Internasional WIPO. Ketentuan yang sama berlaku untuk tanda-tanda khusus, bendera, lambing

lainnya, singkatan dan nama dari organisasi-organisasi antar pemerintah tertentu.

- f) Merek kolektif wajib diberikan perlindungan. Selanjutnya, beberapa catatan penting mengenai isi dari Konvensi Paris dapat diturunkan sebagai berikut:⁶³

1. Kriteria Pendaftaran

Pasal 6 menetapkan bahwa persyaratan pengajuan dan pendaftaran merek dagang ditentukan oleh undang-undang setempat masing-masing negara anggota. Hal ini dimaksudkan agar masing-masing negara anggota dapat menggunakan patokan-patokan sendiri sebagaimana ditetapkan dalam undang-undangnya untuk menetapkan masa berlaku suatu merek dagang. Akan tetapi, permohonan pendaftaran tidak boleh ditolak (atau dibatalkan) oleh sebuah negara anggota hanya semata-mata karena belum didaftar di negara asal.

Di lain pihak, jika suatu merek dagang memang telah didaftarkan di negara asal, maka pendaftaran harus diterima di negara anggota tersebut, walaupun merek dagang tersebut tidak memenuhi kriteria suatu merek dagang berdasarkan undang-undang setempat negara anggota tersebut (*tel quelle-principle*). Pendaftaran merek tersebut hanya dapat ditolak dalam hal keadaan ekstrim, misalnya: jika melanggar hak-hak pihak lain, kekurangan daya pembeda atau bertentangan dengan ketertiban hukum atau moralitas.

⁶³ E.A. Mout – Bouwman, 2007. *Merek Dagang Internasional*, Makalah Pada Seminar Hak Milik Intelektual tanggal 10 Januari 1989, sebagaimana dikutip oleh OK. Saidin, *Op. Cit*, hlm. 339-341.

2. Hilangnya merek dagang karena tidak digunakan

Konvensi ini juga menetapkan suatu ketentuan bahwa hak-hak merek dagang dapat hilang sebagai akibat tidak digunakannya selama jangka waktu tertentu, jika masalah tidak digunakan tersebut tidak dibenarkan.

3. Perlindungan khusus bagi merek-merek dagang terkenal

Merek-merek dagang terkenal tidak dapat didaftarkan untuk barang-barang yang sama atau serupa oleh pihak lain selain pihak pemegang merek dagang asli. Permohonan pendaftaran tersebut harus ditolak atau dibatalkan oleh negara anggota, baik ex officio ataupun atas permohonan pemegang pendaftaran merek dagang asli.

4. Merek dagang jasa dan merek kolektif

Konvensi Paris mengatur perlindungan atas merek dagang jasa dan merek dagang kolektif. Merek dagang kolektif adalah merek dagang yang digunakan untuk barang-barang hasil produksi suatu usaha tertentu, tapi berlaku sebagai merek dagang jaminan atau hallmark atas barang-barang hasil produksi atau yang disalurkan oleh kelompok-kelompok atau jenis-jenis usaha tertentu atau atas barang-barang yang memiliki mutu khusus.

5. Pengalihan

Konvensi Paris agak bersikap mendua dalam hal pengalihan merek dagang.

Di beberapa negara anggota, seperti Benelux, suatu merek dagang dapat dialihkan tanpa diikuti usaha pemilik merek dagang tersebut. Sedangkan di negara-negara lain, seperti Indonesia, pengalihan merek dagang hanya sah apabila disertai dengan pengalihan usahanya. Hal ini menimbulkan masalah apabila suatu pihak ingin mengalihkan merek dagangnya di negara-negara dengan pemerintahan yang berbeda-beda. Pasal 6 quarter menetapkan bahwa sudah cukup dengan hanya mengalihkan usahanya yang berlokasi di negara anggota ke tempat yang dikehendakinya dan itu merupakan persyaratan wajib bagi suatu pengalihan yang sah.

Kesimpulan bahwa dengan diratifikasinya ketentuan ini, Indonesia berkewajiban mengimplementasikannya kedalam berbagai aspek (hak kekayaan intelektual), baik dalam aspek legislasi (perundang-undangan) maupun aspek lainnya seperti organisasi/administrasi, sosialisasi, kerja sama, serta penegakkan hukum. Ketentuan terkait pelarangan penggunaan merek pada produk barang dan jasa palsu tertuang pada pasal 9 diatur dalam *the Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (“Konvensi Paris”) dan juga dalam *the TRIPs Agreement* (“Perjanjian TRIPs”), terkait perlindungan merek terkenal pada Pasal 6 bis dan Pasal 16 (2) melengkapi pengaturan merek terkenal. Pengaturan Indikasi-geografis tersebut

tertuang dalam *Trade Related Intellectual Property Rights* (TRIPs) khususnya Article 22 sampai dengan Article 24.⁶⁴

2. *Singapore Treaty on the Law of Trademarks* (Perjanjian Singapura)

Pembentukan Perjanjian “*Singapore Treaty on the Law of Trademarks*” (Perjanjian Singapura) adalah untuk membuat moderenitas dan kerangka internasional yang dinamis untuk mengharmonisasikan prosedur administratif terkait pendaftaran merek. Ruang lingkup pembentukan *Singapore Treaty* ini lebih menekankan pada perkembangan teknologi komunikasi. *Singapore Treaty* tersebut sangat dapat diterapkan untuk semua tipe merek dalam ketentuan hukum yang berlaku. Para pihak dapat memilih jenis-jenis komunikasi dalam menjalankan kantor mereknya (termasuk komunikasi dalam bentuk elektronik maupun transmisi elektronik). Dalam hal jangka waktu maupun ketentuan mengenai perjanjian lisensi diperkenalkan, dan majelis mengenai kententuan para pihak dibentuk. Akan tetapi, ketentuan lain dalam *Singapore Treaty* ini (seperti kentetuan persyaratan aplikasi multi kelas dan penggunaan jenis barang dalam klasifikasi nice internasional) sangat mirip dengan *Trademark Law Treaty*. Dua bentuk perjanjian tersebut sifatnya terpisah dan dapat diratifikasi secara mandiri.⁶⁵

Singapore Treaty dapat diaplikasikan secara umum pada semua jenis merek yang dapat didafarkan dalam ketentuan tiap-tiap pihak. Secara signifikan, perjanjian

⁶⁴ Badan Pembinaan Hukum Nasional, *Op.Cit*, hlm. 47-56

⁶⁵ World Intellectual Property Organization, *Summary of the Singapore Treaty on the Law of Trademarks* (2006), http://www.wipo.int/treaties/en/ip/singapore/summary_singapore.html, diakses 30 Oktober 2016

ini adalah instrument pertama yang mengakomodir dan mengenal *non-traditional marks* (merek yang tidak tradisional). Perjanjian ini dapat diaplikasikan pada semua tipe merek, termasuk merek *non-traditional* yang dapat dilihat seperti, merek hologram, merek tiga dimensi, warna, posisi dan merek bergerak, maupun merek yang tidak dapat dilihat seperti merek suara, merek penciuman atau pengecapan dan merek rasa. Regulasi terkait *Singapore Treaty on the Law of Trademarks* memberikan model respresentasi merek-merek tersebut saat aplikasi pendaftaran, seperti non-grafis maupun reproduksi fotografis. *Singapore Treaty* memberikan kebebasan para pihak untuk memilih bentuk dan model komunikasi transmisi dan kemauan untuk menerima komunikasi melalui surat, bentuk elektronik atau bentuk lain. Hal ini menyebabkan konsekuensi persyaratan formal seperti tanda tangan dalam kaitannya dengan perkantoran. Perjanjian ini membuat kepentingan ketentuan dalam provisi *Trademark Law Treaty*, yaitu authentikasi, sertifikasi dan pengesahan tidak dapat diperlukan. Akan tetapi, tentu saja para pihak bebas untuk memilih ketentuan mana yang dipakai dalam pelaksanaan authentikasi dokumen tersebut.⁶⁶

Perjanjian menyediakan langkah-langkah dalam hal ketika pemohon atau pemegang merek telah melewatkkan batas jangka waktu. Pihak pihak harus menyediakan, di pilihan mereka, setidaknya salah satu dari tindakan bantuan sebagai berikut: perpanjangan batas waktu; pengolahan lanjutan; dan pemulihan hak-hak apabila dalam hal terlewatnya batas itu tidak disengaja atau terjadi terlepas dari pengawasaan karena ada suatu keadaan. *Singapore Treaty* mencakup ketentuan tentang pencatatan lisensi merek dagang, dan menetapkan persyaratan maksimum

⁶⁶ Ibid

untuk permintaan pemindahan, perubahan atau pembatalan pemindahan lisensi. Penciptaan Majelis para pihak memperkenalkan tingkat fleksibilitas dalam menentukan rincian prosedur administrasi yang harus dilaksanakan oleh kantor merek dagang nasional, di mana diantisipasi bahwa perkembangan masa depan dalam prosedur pendaftaran merek dagang dan praktek akan menjamin detail-detail amandemen. Pihak majelis diberkahi dengan otoritas untuk mengubah Peraturan dan Formulir Model Internasional, apabila diperlukan, dan juga dapat mengatasi - pada tingkat awal - pertanyaan yang berkaitan dengan rencana masa depan perjanjian ini.⁶⁷

Selanjutnya, konferensi diplomatik mengadopsi *Resolution Supplementary to the Singapore Treaty on the Law of Trademarks* (Tambahan Resolusi Traktat Singapura tentang Hukum Merek Dagang (dan regulasi di dalamnya, dengan maksud untuk menyatakan pemahaman oleh Pihak pada beberapa area yang tercakup dalam Perjanjian, yaitu: bahwa Perjanjian tidak memaksakan kewajiban pada Pihak ke (i) daftar jenis baru dari tanda, atau (ii) menerapkan sistem pengarsipan elektronik atau sistem otomatisasi lainnya. Resolusi ini juga berisi ketentuan khusus untuk memberikan negara berkembang setidaknya dengan bantuan teknis dan dukungan teknologi untuk memungkinkan negara berkembang dalam mengambil keuntungan penuh dari ketentuan Perjanjian. Hal itu diakui bahwa *least development countires* (LDCs) akan menjadi penerima manfaat utama dan utama bantuan teknis oleh para pihak. Majelis memonitor dan mengevaluasi, di setiap sesi biasa, kemajuan bantuan yang diberikan. Setiap sengketa yang timbul sehubungan dengan interpretasi atau penerapan Perjanjian harus diselesaikan secara damai melalui konsultasi dan mediasi

⁶⁷ Ibid

di bawah naungan Direktur Jenderal WIPO. *Singapore Treaty* disimpulkan pada tahun 2006 dan mulai berlaku pada tahun 2009. Perjanjian ini terbuka untuk anggota Serikat WIPO dan organisasi antar pemerintah tertentu. Instrumen ratifikasi atau aksesi harus disimpan oleh Direktur Jenderal WIPO.⁶⁸

3. *Madrid Agreement* dan *Madrid Protocol* (Perjanjian Madrid dan Protokol Madrid)⁶⁹

Madrid Protocol adalah bagian dari *Madrid Aggrement* tentang pendaftaran merek secara internasional yang diadministrasi oleh *World Intelectual Property Organization* (WIPO) Upaya ini dilakukan oleh masyarakat merek Eropa yaitu *European Community Trademark* yang mengusulkan untuk lebih mengembangkan *Madrid Aggrement* supaya dapat diikuti oleh negara negara yang belum menjadi anggota tersebut Oleh karena itu kemudian WIPO membuat usulan draf protokol sebagai bentuk pengembangan dari *Madrid Aggrement* yang secara tidak langsung melahirkan *Madrid Protocol* pada 27 Juni 1989 di kota Madrid Spanyol. Sebenarnya konsep yang ditawarkan oleh *Madrid Protocol* sama dengan yang ditawarkan oleh *Madrid Aggrement* terkait pendaftaran merek internasional namun dengan pengembangan yang bertujuan untuk menarik minat negara negara yang belum meratifikasi karena tujuan utama pembentukan *Madrid Protocol* adalah untuk menyempurnakan *Madrid Aggrement* Konsep dasar *Madrid Protocol* adalah satu

⁶⁸ *Ibid*

⁶⁹ Trias Palupi Kurnianingrum, *Pentingnya Ratifikasi Madrid Protocol Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Di Era Globalisasi*, <http://ejournal.lipi.go.id>, diakses 10 November 2016, hlm. 19-21

aplikasi merek untuk mendapatkan perlindungan hukum di banyak negara sehingga secara tidak langsung *Madrid Protocol* benar benar menawarkan sebuah keniscayaan bagi pemilik merek untuk memperoleh perlindungan merek dagangnya di beberapa negara sekaligus melalui pendaftaran permohonan langsung di kantor pendaftaran merek dagang di negaranya atau pada tingkat regional.

Tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi secara tidak langsung telah memainkan peranan penting dalam kehidupan kita dengan menawarkan berbagai macam kemudahan untuk dapat berinteraksi dengan dunia tanpa sekat sehingga melenyapkan batas negara yang pada akhirnya akan menimbulkan kesamaan keadaan di setiap negara. Pada hakikatnya globalisasi merupakan ciri dari masyarakat modern yang didukung oleh maju pesatnya perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menyebar ke seluruh penjuru dunia. Namun terkadang kehadiran globalisasi seringkali tidak diperhitungkan dengan seksama. Hal ini karena kedatangan globalisasi yang disambut dengan baik namun tidak serta merta mengikuti aturan main prinsip dan sistem dari globalisasi itu sendiri yang pada akhirnya menyebabkan ketimpangan atau problematika tersendiri sehingga terjadi segala bentuk upaya penjiplakan pembajakan dan sejenisnya.

Secara tidak langsung baik barang maupun jasa yang merupakan produk intelektual manusia telah memainkan peran yang sangat menentukan dalam perdagangan internasional dewasa ini dan akan terus meningkat pada masa mendatang. Seiring dengan itu nilai ekonomi yang terdapat pada karya karya intelektual manusia khususnya dalam bidang HKI telah menjadi faktor penentu dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi lokal nasional dan juga global. Oleh

karenanya hal ini telah menimbulkan kebutuhan yang sama pada tataran masyarakat internasional untuk memberikan perlindungan hukum yang sama di setiap negara dengan mengacu pada ketentuan *TRIPS Aggrement*.

Peranan merek dalam dunia usaha relative penting terlebih lagi di keterbukaan era globalisasi dengan persaingan usaha di dalamnya semakin kompetitif Sebenarnya merek sudah dipergunakan sejak lama untuk menandai produk dengan tujuan menunjukkan asal usul suatu barang Merek digunakan untuk mencegah adanya peniruan plagiat serta untuk membedakan kualitas barang dalam kegiatan usaha Seiring dengan majunya perdagangan dunia perlindungan atas merek dirasakan penting terlebih lagi dengan banyaknya para pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian atau kontrak dagang.

Di dalam bidang hukum merek berbagai ketentuan hukum internasional telah dibentuk oleh masyarakat internasional dengan tujuan untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih efektif namun dengan cara yang lebih sederhana seperti yang ditawarkan oleh *Madrid Protocol*. *Madrid Protocol* merupakan suatu perangkat hukum internasional dalam bidang merek yang memberikan kemudahan bagi pemilik merek dalam upaya pendaftaran mereknya secara internasional untuk mendapatkan perlindungan secara internasional pula Lebih lanjut pendaftaran merek dengan cara ini dirasakan dapat memangkas biaya mahal Selain itu prosedur yang dilakukan tidak lagi merepotkan karena pengusaha hanya cukup mengajukan aplikasi dan menunjuk negara mana saja yang merupakan anggota *Madrid Protocol* di kantor merek setempat.

Proses tersebut dirasakan dapat memper mudah pendaftaran merek di sejumlah negara anggota karena hanya melalui satu aplikasi satu bahasa satu pemeriksaan formal dan juga satu kali pengumuman yang pastinya akan menghemat biaya pendaftaran merek. Sejauh ini *Madrid Protocol* telah diterapkan di negara maju seperti Jerman Swiss dan Jepang 34 Sementara itu negara ASEAN yang telah memulai sistem ini seperti Singapura dan Vietnam dapat dijadikan acuan untuk pendaftaran e register bagi negara ASEAN yang pada dasarnya sudah mengetahui konsep *Madrid Protocol* Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa eksistensi *Madrid Protocol* mulai mendapatkan pengakuan dari negara negara di dunia Pendaftaran *Madrid Protocol* menjadi lebih efisien untuk membantu para pelaku usaha dalam negeri mendaftarkan merek mereka secara internasional dengan biaya yang murah dan lebih terjangkau sehingga *Madrid Protocol* dirasakan sangat penting untuk diratifikasi oleh Indonesia Bila dilihat dari sisi pengusaha jelas *Madrid Protocol* akan menguntungkan mereka karena memberikan kemudahan bagi mereka untuk pendaftaran merek secara internasional Sementara dari sisi pemilik merek konvensi tersebut secara tidak langsung dapat memberikan perlindungan hukum. Selain itu jika dipandang dari sudut pemerintah bergabung dalam *Madrid Protocol* bersifat menguntungkan mengingat dapat memasukkan devisa kas negara dan dari segi peningkatan aplikasi merek asing akan memacu pertumbuhan aplikasi merek dari dalam negeri sekaligus sebagai suatu tindakan preventif untuk melindungi HKI terhadap usaha pembajakan ataupun pemalsuan.

Keikutsertaan Indonesia sebagai anggota WIPO (*World Intellectual Property Organization*) dan WTO (*World Trade Organization*) mengharuskan Indonesia menyesuaikan segala peraturan perundangan di bidang HKI dengan TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*). Komitmen Indonesia di bidang HKI terhadap berbagai perjanjian internasional dalam skala bilateral maupun regional.

Dalam rangka mendukung program Pemerintah dalam membangun merek global atas produk lokal Indonesia, khususnya dalam mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah agar mampu bersaing di pasar global, diperlukan sistem pendaftaran merek secara internasional yang efektif dan efisien. Komitmen Indonesia untuk mengaksesi Protokol Madrid didasarkan pada:⁷⁰

- *ASEAN Framework Agreement on Intellectual Property Cooperation* (Bangkok, 15 Desember 1995) yang kemudian menghasilkan Rencana Aksi HKI ASEAN 2004-2010 (Vientiane), dan Rencana Aksi HKI ASEAN 2011-2015 (Manado). Sedangkan kedua Rencana Aksi ini menyepakati beberapa hal, diantaranya untuk mengaksesi Protokol Madrid.

- *Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement* yang ditandatangani pada tanggal 20 Agustus 2007 menyepakati bahwa kedua belah pihak sepakat untuk melakukan langkah-langkah bagi aksesi beberapa traktat/perjanjian internasional di bidang HKI, di antaranya untuk mengaksesi Protokol Madrid.

⁷⁰ Badan Pembinaan Hukum Nasional, *Op.Cit*, hlm. 47-56

- ASEAN-Australia New Zealand Free Trade Agreement (AANZFTA) yang ditandatangani pada 27 Februari 2009 di Thailand dan berlaku sejak 1 Januari 2010 telah juga menetapkan komitmen dan kewajiban kedua belah pihak dalam berbagai bidang perdagangan, termasuk untuk mengaksesi Protokol Madrid.

4. *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (Perjanjian TRIPs)*

World Trade Organization (TRIPs – WTO) Perjanjian mengenai pembentukan WTO ditandatangani pada tanggal 15 April 1994 di Marrakesh sebagai hasil konkret perundingan putaran Uruguay yang dimulai pada tahun 1986. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan sistem perdagangan internasional yang lebih bebas dan adil dengan tetap memperhatikan kepentingan-kepentingan khusus negara berkembang. Salah satu topik yang dibahas dalam putaran Uruguay adalah TRIPs atau aspek dagang yang terkait dengan HKI.⁷¹ Persetujuan TRIPs merupakan annex 1C dari Persetujuan Pembentukan WTO. Persetujuan TRIPs pada hakikatnya mengandung empat kelompok pengaturan, yaitu:⁷²

- a. Pengaturan yang mengaitkan peraturan HKI dengan konsep perdagangan internasional;
- b. Pengaturan yang mewajibkan negara-negara anggota untuk mematuhi Konvensi Paris dan Konvensi Berne;

⁷¹ Normin Pakpahan, 1998. *Pengaruh Perjanjian WTO dan Pembentukan Hukum Nasional*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 3, hlm. 41-42.

⁷² Sudaryat, et. al. 2010, *Hak Kekayaan Intelektual : Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, dan Undang-Undang yang Berlaku* (Bandung: Oase Media) hlm. 34.

- c. Pengaturan yang menetapkan aturan atau ketentuan sendiri;
- d. Pengaturan yang berkaitan dengan penegakan hukum HKI.

Persetujuan TRIPs menentukan standar-standar internasional tertentu bagi penegakan yang bersifat perintah dan mengharuskan negara anggota menyediakan perangkat kerja hukum yang efektif untuk melindungi hak-hak kekayaan intelektual, termasuk di dalamnya merek. Setiap negara anggota memiliki kewajiban internasional untuk memasukkan TRIPs ke dalam hukum nasional tentang hak kekayaan intelektual. Untuk itu, Indonesia beberapa kali mengubah, menambah dan melengkapi ketentuan di dalam Undang-Undang Merek sebagai konsekuensi Indonesia meratifikasi TRIPs WTO. Beberapa ketentuan merek yang diatur dalam persetujuan TRIPs cukup banyak yang telah diadopsi dalam Undangundang Merek Indonesia, di antaranya seperti lisensi dan indikasi geografis.⁷³

Selanjutnya, terdapat prinsip-prinsip dasar Persetujuan TRIPs sebagaimana berikut:⁷⁴

a. Standar Minimum

Persetujuan TRIPs memuat ketentuan-ketentuan minimum yang wajib diikuti oleh negara-negara anggotanya. Artinya, negara-negara anggota dapat menerapkan ketentuan-ketentuan yang lebih luas asalkan sesuai dengan ketentuan Persetujuan TRIPs.

⁷³ Dwi Rezki Sri Astarini, *Op.Cit*, hlm. 64

⁷⁴ Achmad Zen Umar Purba, 2005. *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs* (Bandung: Alumni) hlm. 24-29.

b. *National Treatment*

Dalam prinsip national treatment, diberlakukan pemberian perlakuan yang sama dalam kaitannya dengan perlindungan HKI antara yang diberikan kepada warga negara sendiri dengan yang diberikan kepada warga negara lain.

c. *MFN (Most Favoured Nation) Treatment*

Kemanfaatan, keberpihakan, hak istimewa atau kekebalan yang diberikan oleh suatu negara anggota kepada warga negara lain harus pula diberikan kepada warga negara anggota lain.

d. Teritorialitas

HKI diberikan oleh negara atau subdivisi dalam suatu negara, tidak oleh pihak nonnegara atau lembaga supranasional.

e. Alih Teknologi

Alih teknologi adalah masalah yang amat sentral untuk kepentingan negara berkembang. HKI diharapkan menjadi sarana alih teknologi dari negara maju ke negara berkembang.

f. Kesehatan Masyarakat dan Kepentingan Publik yang lain

Negara-negara anggota dalam menyesuaikan legislasi mereka berdasarkan Persetujuan TRIPs diberi kebebasan untuk mengadopsi langkah-langkah penting untuk perlindungan kesehatan dan gizi masyarakat.

Ketentuan-ketentuan terkait merek dalam TRIPs diatur sebagai berikut:⁷⁵

- a. Pasal 15 tentang hal-hal yang dilindungi dalam merek (*Protectable Subject Matter*);
- b. Pasal 16 tentang hak-hak pemilik merek (*Rights Conferred*);
- c. Pasal 17 tentang pengecualian (*Exceptions*);
- d. Pasal 18 tentang jangka waktu perlindungan merek (*Term of Protection*);
- e. Pasal 19 tentang syarat-syarat penggunaan (*Requirement of Use*);
- f. Pasal 20 tentang persyaratan lainnya (*Other Requirements*);
- g. Pasal 21 tentang lisensi dan pengalihan merek (*Licensing and Assignment*);
- h. Pasal 22 tentang perlindungan indikasi geografis (*Protection of Geographical Indications*);
- i. Pasal 23 tentang perlindungan tambahan untuk indikasi geografis bagi minuman anggur dan spirits (*Additional Protection for Geographica Indications for Wines and Spirits*);
- j. Pasal 24 tentang perundingan internasional dan pengecualiannya (*International Negotiations; Exceptions*).

Poin-poin penting terkait merek dalam TRIPs antara lain adalah:

- a. Setiap tanda, kombinasi tanda, yang dapat membedakan antara satu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya dianggap sebagai merek.

⁷⁵ World Intellectual Property Organization, *Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883)*, http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html, diakses tanggal 30 Oktober 2016

- b. Negara peserta dapat menentukan pendaftaran merek berdasarkan penggunaan. Namun penggunaan merek sebenarnya tidak dapat dijadikan syarat pengajuan permohonan pendaftaran.
- c. Pemilik merek terdaftar harus memiliki hak eksklusif untuk mencegah pihak ketiga yang tidak memiliki persetujuan dari pemilik dalam menggunakan tanda yang serupa atau sama dalam perdagangan barang atau jasa yang dapat menimbulkan kebingungan.
- d. Pasal 6 bis dari Konvensi Paris (1967) berlaku secara mutatis mutandis pada merek jasa. Dalam menentukan suatu merek terkenal, negara peserta harus mempertimbangkan pengetahuan terhadap merek tersebut di sektor terkait di kalangan umum, termasuk pengetahuan di negara peserta yang diperoleh karena adanya promosi atas merek tersebut.
- e. Pendaftaran awal dan setiap pembaharuan pendaftaran atas merek harus dalam jangka waktu tidak kurang dari tujuh tahun. Pendaftaran merek harus dapat diperbaharui tanpa batas.
- f. Negara peserta dapat menentukan persyaratan mengenai lisensi dan pengalihan merek, dengan pemahaman bahwa lisensi wajib atas merek tidak dibenarkan dan bahwa pemilik merek memiliki hak untuk mengalihkan merek dengan atau tanpa pengalihan kegiatan usaha di mana merek tersebut melekat.
- g. Negara peserta harus, secara *ex officio* apabila hukum di negara tersebut membolehkan atau atas permintaan dari pihak yang memiliki kepentingan, menolak atau menyatakan tidak sah atas pendaftaran suatu merek yang mengandung indikasi geografis dengan dasar bahwa barang-barang tidak berasal

dari wilayah terindikasi, apabila penggunaan merek tersebut dapat menyesatkan masyarakat mengenai tempat asalnya.

5. *Trademark Law Treaty* (Kerjasama di Bidang Merek)

Kerjasama di Bidang Merek saat ini merupakan wujud dari aspirasi tinggi yang muncul pada tahun 1987 saat WIPO pertama kali mengusulkan Traktat ini. Tujuan awal dari perundingan untuk pembentukan Traktat ini adalah untuk mengharmonisasikan hukum-hukum merek dari negara-negara yang akan menandatangani dari berbagai wilayah, baik secara administratif maupun substantif, termasuk harmonisasi dari definisi merek yang dapat didaftarkan; ketentuan pendaftaran merek atas suara; penghapusan persyaratan “pelaksanaan bisnis” dalam pendaftaran merek; ketentuan mengenai prosedur perlawanan; harmonisasi dari definisi merek yang dapat diajukan keberatan, dengan dasar pendaftaran absolut dan relatif; harmonisasi dari hak-hak yang diberikan melalui pendaftaran dan apabila hak-hak tersebut telah habis; dan perlindungan merek terkenal (*well-known marks*) dan merek yang sangat terkenal (*marks of high renown*). Pada tanggal 7 Mei 1997 pemerintah Indonesia telah meratifikasi *Trademark Law Treaty* melalui Keputusan Presiden No. 15 Tahun 1997 merupakan suatu perjanjian yang memberi perlindungan terhadap merek dagang. Selanjutnya yang mencakup dalam *Trademark Law Treaty* ialah :⁷⁶

⁷⁶ *Ibid*

- a. Ketentuan mengenai pendaftaran awal dan pembaharuan dari pendaftaran merek menjadi 10 tahun. Pengajuan pembaharuan pendaftaran merek dapat diajukan enam bulan setelah jangka waktu merek habis.
- b. Merek jasa diberikan perlindungan yang sama berdasarkan Konvensi Paris.
- c. Satu surat kuasa dapat diajukan oleh setiap pendaftar dan negara-negara peserta tidak dapat mempersyaratkan tanda-tangan pada kuasa tersebut otentik atau dilegalisir.
- d. Prosedur praktis dari dokumentasi, seperti pengajuan beberapa surat kuasa, sertifikat pendirian atau status perusahaan, sertifikat kamar dagang, sertifikat keterangan baik, persyaratan saksi, otentifikasi, sertifikasi dan legalisasi dipermudah.
- e. Pengajuan tunggal dapat dilaksanakan untuk mencakup berbagai kelas internasional, walaupun pengajuan tersebut dapat dibagi pada saat proses oposisi saat banding atau hingga Panitera memberikan keputusan. Pengajuan tersebut dapat dilakukan untuk beberapa pendaftaran.
- f. Dokumen tunggal dapat diajukan untuk menyimpan rangkaian judul yang mirip terhadap beberapa pengajuan dan pendaftaran.
- g. Negara-negara anggota tidak dapat mempersyaratkan bahwa merek harus dialihkan dengan niat baik. Namun, hal ini dianggap seperti perubahan prosedural dibandingkan perubahan substantif.
- h. Negara-negara peserta wajib tunduk pada ketentuan-ketentuan Konvensi Paris. Traktat ini juga mengatur bentuk formulir yang dapat diadopsi oleh negaranegara peserta untuk Kantor Merek masing-masing Negara.

6. *Nice Agreement concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks* (Perjanjian Nice)

Nice Agreement concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks atau Perjanjian Nice adalah traktat antara berbagai negara yang dikelola oleh WIPO yang mendasari Klasifikasi Nice. Perjanjian Nice ditandatangani pada tanggal 15 Juni 1957 dan berlaku efektif pada tanggal 8 April 1961. Perjanjian Nice kemudian direvisi di Stockholm pada tanggal 14 Juli 1967 dan di Jenewa pada tanggal 13 Mei 1977 dan diperbaharui pada tanggal 28 September 1979. Klasifikasi Nice merupakan sistem klasifikasi internasional yang digunakan untuk menggolongkan barang dan jasa untuk tujuan pendaftaran merek. Kantor yang berkompeten pada negara peserta dari Perjanjian Nice dipersyaratkan untuk memasukkan dokumen dan publikasi resmi terkait pendaftaran merek atas nomor kelas dari merek barang dan jasa terdaftar. Penggunaan Klasifikasi Nice oleh kantor merek yang berkompeten memiliki keuntungan pengajuan pendaftaran merek berdasarkan sistem klasifikasi tunggal. Dengan demikian penyusunan permohonan dipermudah karena merek dari barang dan jasa tersebut akan digolongkan dengan cara yang sama di semua negara yang telah mengadopsi Klasifikasi Nice.⁷⁷

Indonesia tidak meratifikasi Perjanjian Nice, namun Indonesia turut mengadopsi ketentuan mengenai klasifikasi barang dan jasa yang terdapat Perjanjian Nice atau Klasifikasi Nice. Dalam menentukan kualifikasi barang dan/atau jasa

⁷⁷ <http://www.wipo.int>, diakses tanggal 28 Oktober 2016

sejenis, Indonesia melakukan penundukan secara diam-diam terhadap Perjanjian Nice dan menerapkan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perjanjian tersebut. Penggunaan perjanjian tersebut bukan hanya dalam menentukan klasifikasi barang atau jasa pada administrasi pendaftaran saja, tetapi juga dalam menentukan kualifikasi barang atau jasa sejenis. Secara administratif, ketentuan Perjanjian Nice juga digunakan dalam proses pendaftaran merek pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Hal ini dapat dilihat dari klasifikasi barang dan jasa yang digunakan dalam sistem pendaftaran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang terdapat dalam BAB IV, dengan ini penulis menyampaikan kesimpulan yaitu:

1. Pembaruan substansial perlindungan hukum merek dan indikasi geografis menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, antara lain: perluasan definisi merek; permohonan pendaftaran merek internasional; ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak; penyederhanaan jangka waktu proses pendaftaran; ketentuan mengenai merek generik; penarikan sertifikat merek yang tidak diambil pemiliknya; perpanjangan merek terdaftar berupa logo; tenaga ahli pemeriksa merek di luar pemeriksa; perbaikan atau koreksi yang dilakukan pada permohonan merek; perubahan nama dan/atau alamat pemilik merek dapat dilakukan pada saat proses permohonan pendaftaran merek; ketentuan biaya dan denda perpanjangan jangka waktu perlindungan merek; perlindungan indikasi geografis; ketentuan mengenai indikasi asal; penggunaan media elektronik atau non- elektronik; pembinaan dan pengawasan indikasi geografis; penghapusan dan pembatalan pendaftaran merek; ketentuan penyelesaian sengketa; dan ketentuan pidana.

2. Cetak biru pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN dibuat berdasarkan empat pilar yang saling berhubungan dan menguatkan, yaitu: (a) pasar tunggal dan basis

produksi pasar tunggal, (b) kawasan ekonomi yang berdaya saing, (c) ekonomi yang merata, dan (e) integrasi dengan ekonomi global. Kajian Hak kekayaan intelektual menekankan pada aspek pilar kedua yaitu kawasan ekonomi yang berdaya saing, selanjutnya dalam cetak biru MEA 2015, kebijakan kerjasama regional di bidang HKI dipandu oleh *ASEAN Intellectual Property Rights Action Plan 2011-2015*. Kesiapan perlindungan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menghadapi era Masyarakat Ekonomi ASEAN yang menekankan pada kawasan ekonomi yang berdaya saing, antara lain

- a) Perluasan definisi merek
- b) Pendaftaran Merek internasional berdasarkan Protokol Madrid
- c) Penyederhanaan Jangka waktu proses pendaftaran Merek
- f) Adanya pembinaan dan pengawasan indikasi geografis
- g) Penggunaan media elektronik atau non- elektronik, serta sistem jaringan dokumentasi dan informasi merek dan indikasi geografis diselenggarakan melalui sarana elektronik dan/atau non-elektronik yang dapat diakses secara nasional dan internasional.

B. Saran

1. Dalam maenghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN, maka kedepannya diperlukan sosialisasi kepada masyarakat terhadap Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, untuk meningkatkan pemahaman mengenai prosedur pendaftaran merek dan penerapan pendaftaran secara elektronik; prosedur pendaftaran indikasi geografis, standarisasi merek terkenal untuk

menolak permohonan pendaftaran merek dan prosedur permohonan pendaftaran merek internasional.

2. Permohonan pendaftaran Merek dan permohonan jangka waktu perlindungan Merek dapat diajukan secara elektronik dan non elektronik. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mewujudkan sistem elektronik filling dalam seluruh proses permohonan pendaftaran Merek khususnya dan pendaftaran kekayaan intelektual pada umumnya. Akan tetapi, diperlukan penguatan infrastuktur non elektronik seluruh Indonesia agar menjamin pemerataan dan kepastian hukum penerapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
3. Pembaruan substansial dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN, ketentuannya memerlukan Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri lebih lanjut, dimana ini saat yang tepat untuk dimanfaatkan oleh pemerintah Indonesia sebaik-baiknya untuk membuat Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri yang bermanfaat sebesar-besarnya untuk kepentingan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku dan Jurnal

- A. Bryan Garner, 22004, Black's Law Dictionary, United States of America, Wisconsin.
- Abdulkadir Muhammad, 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Achmad Zen Umar Purba, 2005. *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*. Alumni, Bandung.
- Agus Sarjono, 2006. *Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional*. cetakan pertama, PT Alumni, Bandung.
- Ahmad Ali, 2002. *Menguak Tabir Hukum: Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis*. Gunung Agung, Jakarta.
- Bambang Sunggono, 2002. *Metodologi Penelitian Hukum*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Bappeda Kabupaten Malang, 2015. *Kabupaten Malang menuju MEA 2015*. Bappeda Kabupaten Malang, Jawa Timur.
- Christopher Morcom, *et al.*, 1999. *The Modern Law of Trade Mark*. Butterworths, London.
- Dian Triyansah Djani, 2008. *ASEAN Selayang Pandang*. ASEAN Sekertariat, Jakarta.
- Duane R. Monette, 1986. *Applied Social Research*. Holt, Rinehart, and Winston Inc., New York.
- Dwi Rezki Sri Astarini, 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar*. Penerbit PT Alumni, Bandung.
- Dwi Rezki Sri Astarini, 2009. *Penghapusan Merek Terdaftar*. Penerbit PT Alumni, Bandung.
- E.A. Mout – Bouwman, 2007. *Merek Dagang Internasional*, Makalah Pada Seminar Hak Milik Intelektual tanggal 10 Januari 1989, sebagaimana dikutip oleh OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Intellectual Property Rights), PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

- Hafid Zakariya, Nurul Hidayah, 2016. *Keberpihakan Kebijakan Pemerintah Kota Surakarta Dan Kabupaten Sukoharjo Dalam Mendukung Daya Saing UMKM Melalui Pendaftaran Merek Kolektif Dalam Menghadapi Mea 2015*, Jurnal Universitas Islam Batik Nusantara, disampaikan dalam Seminar Nasional Kearifan Lokal Nilai Adiluhung Batik Indonesia Untuk Daya Saing Internasional, DIES NATALIS XXXIII
- Johny Ibrahim, 2007, *Teori, metode dan penelitian hukum normative*. Bayumedia Publishing, Malang-Jawa Timur.
- Jonson Crister and Jonas Tallberg.1998. *Compliance and Post Agreement in Bargaining*. European Journal of International Relations.
- Julius Stone, 1966. *Social Dimension of Law and Justice*. Maitland Publication, Sydney.
- Laura A. Heymann, 2011. *The Law Of Reputation And The Interest Of The Audience*, vol. 52:1341, Boston College Law Review.
- Laina Rafanti, 2016. *Perkembangan Hukum Merek di Indonesia*, Volume 7 No. 1 Januari-April 2013, Fiat Justitia Jurnal Ilmu Hukum.
- Mochtar Kusumaatmadja, 1995. *Hukum, Masyarakat, dan Pembinaan Hukum Nasional*. Penerbit Binacipta, Bandung.
- , 2002. *Konsep-Konsep Hukum Dalam Pembangunan*. Kumpulan Karya Tulis Penerbit Alumni, Bandung.
- Normin Pakpahan, 1998. *Pengaruh Perjanjian WTO dan Pembentukan Hukum Nasional*, Volume 3, Jurnal Hukum Bisnis.
- OC Kaligis, 2008. *Teori dan Praktek Hukum Merek Indonesia*. cetakan pertama, Penerbit Alumni, Jakarta.
- Ok Saidin, 2007. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. edisi 6, PT RajaGrafindo Pesada, Jakarta.
- Rachmadi Usman, 2003. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan DImensi Hukumnya di Indonesi*. cetakan pertama, Penerbit PT Alumni, Bandung.
- Richard A. Posner, 1992. *Economics Analysis of Law*. Little, Brown and Company, Canada.

Roscoe Pound, 1960. *Law Finding Through Experience and Reason*. University of Georgia Press, Atlanta.

Soetandyo Wignjosoebroto, 2002. *Hukum: Paradigma, Metode dan Masalah*. ELSAM dan HUMA, Jakarta.

Sri Mamudji, 2005, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*. cetakan pertama, Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta.

Sudaryat, et. al. 2010, *Hak Kekayaan Intelektual : Memahami Prinsip Dasar, Cakupan, dan Undang-Undang yang Berlaku*. Oase Media, Bandung.

Sutan Remy Sjahdeni, 2009. *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*. CV Pustaka Utama Grafiti Pers, Jakarta.

Syprianus Aristeus, 2014, *Peluang Industri dan Perdagangan Indonesia Dalam Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (Industry and Trade Opportunity of Indonesia on Asean Economic Community)*, Volume 3 Nomor 2, Agustus 2014, Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional.

Venantia Sri Hadiarianti, 2008. *Konsep Dasar Pemberian Hak dan Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Vol 8, No. 2, Jurnal Gloria Juris

Disertasi

Wahyu Sasongko, 2010. *Indikasi Geografis Studi Tentang Kesiapan Indonesia Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Produk Nasional*, Ringkasan Disertasi Program Doktor Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Tesis dan Skripsi

Erinaldi, 2012. *Pemberian Hak Merek Generik dan Merek Deskriptif Dalam Pendaftaran Merek*, Tesis Fakultas Hukum Program Studi Pasca Sarjana Universitas Indonesia

Happy Try Sulistiyyono, 2014. *Perspektif Hakim Terhadap Pengajuan Alat Bukti Elektronik Dalam Pembuktian Perkara Perdata Di Pengadilan Negeri Kalianda*. Tesis Program Studi Magister Hukum Universitas Lampung.

Livia Handria, 2009. *Aspek-Aspek Hukum Internasional Pada Kerja Sama ASEAN Di Bidang Ekonomi*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Made Diah Sekar Mayang Sari, 2010, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Dalam Sistem Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Tesis Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar.

Nisa Ayu Spica, 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Jasa Terkenal: Studi Kasus Waroeng Podjok Melawan warung Pojok*. Tesis Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Romario Pangaribuan, 2015. *Asas Adil Dan Sehat Dalam Kerangka Perdagangan Masyarakat Ekonomi Asean*. Tesis Program Magister Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saskia Christy Damelia Pasaribu, 2015. Peran Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Dalam Proses Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual, Tesis Magister Hukum Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Yuliyono, 2010. *Gugatan Penghapusan Pendaftaran Merek (Studi Kasus Gugatan Penghapusan Pendaftaran Merek Top)*, Tesis Pasca Sarjana Universitas Dipenegoro, Semarang.

Kuliah Umum dan Orasi Ilmiah

Hikmahanto Juwana, 2016. *Masyarakat Ekonomi ASEAN dan Tantangannya bagi Indonesia: Dalam Perspektif Hukum Perdagangan Internasional*. Orasi Ilmiah, Disampaikan pada Acara Dies Natalis dan Wisuda Program Profesi, Spesialis, Magister dan Doktor Universitas Indonesia

-----, 2016. Politik Hukum Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN, disampaikan dalam Kuliah Umum Fakultas Hukum Universitas Lampung 2016

Undang-Undang

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 tentang Lampiran Persetujuan Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (Persetujuan TRIPs)

Undang-Undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Undang-Undang No. 17 tahun 2006 Tentang Perubahan atas UU No. 10 Tahun 1995 Tentang Kepabeanan.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-Undang No. 4 Tahun 2014 Tentang Aparatur Sipil Negara

Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2007 Tentang Indikasi Geografis

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1995 tentang Komisi Banding Merek

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 45 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia

Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 Tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 Pengesahan Paris Convention For The Protection Of Industrial Property Dan Convention Establishing The World Intellectual Property Organization

Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997 Tentang Pengesahan Trademark Law Treaty

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1995 Tentang Pengesahan ASEAN Framework Agreement On Intellectual Property Cooperation.

Perbandingan Undang-Undang dan Rancangan Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan Dan Merek Perniagaan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Rancangan Undang-undang Tentang Merek dan Indikasi Geografis Tahun 2015

Internet

ASEAN Economic Community, 2008. *Asean Economic Community Blueprint*, <http://asean.org/wp-content/uploads/archive/5187-10.pdf>, diakses tanggal 28 September 2016

Badan Pembinaan Hukum Nasional. *Naskah Akademik RUU Tentang Merek 2015*, Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia, http://www.bphn.go.id/data/documents/penyelarasan_na_ruu_ttg_merek.pdf, diakses tanggal 28 September 2016.

Debrina Rahmawati, et.al, *Perlindungan Hukum Atas Indikasi Geografis (Studi Perbandingan Hukum Indonesia Dengan Australia)*, <http://hukum.studentjournal.ub.ac.id/index.php/hukum/article/download/1535/1283>, diakses 12 November 2016

Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, *Naskah Akademik RUU Tentang Merek 2015*, <http://www.dpr.go.id/dokakd/dokumen/Pansus-32-3f795af72fc77183a8438e1f1e4adadc.pdf>, , diakses tanggal 28 September 2016.

Hermastuti Arini, et.al, 2016. *Implementasi ASEAN Framework Agreement On Intellectual Property Cooperation Dalam Memberikan Perlindungan Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Menghadapi ASEAN Economic Community*, Dipenegoro Law Journal, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr/article/download/11951/11605>, diunduh 3 Desember 2016

Kementerian Perdagangan, 2015. *Laporan Analisis Daya Saing Indonesia Dan ASEAN Lainnya Di Pasar Produk Utama Indonesia Pusat, Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Badan Pengkajian Dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan*, Pustaka Daglu, <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2016/06/15/analisis-daya-saing1465976277.pdf>, diunduh 1 Desember 2016, Hlm, 117-119

Panitia Khusus RUU Tentang Merek, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-4, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151210-065742-1753.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-5, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151202-102242-2879.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-6, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151202-105825-2789.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-7, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151202-111539-6132.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-8, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151203-110237-8012.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-9, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151203-110524-1780.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-10, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151210-074846-6644.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-11, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151210-075454-1660.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-12, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151210-082402-9516.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-13, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20151210-081958-5436.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-14, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20161115-114115-9371.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-18, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20161115-114339-4610.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-16, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20161115-114225-5100.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-19, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20161115-114432-3448.pdf>, diakses 27 November 2016

-----,, 2016, *Laporan Singkat Panitia Khsusus (Pansus) RUU Tentang Merek*, 2015. Rapat ke-51, <http://www.dpr.go.id/doksileg/proses3/RJ3-20161115-114653-9152.pdf>, diakses 27 November 2016

Lilik Mulyadi, *Teori Hukum Pembangunan Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, S.H., LL.M. Sebuah Kajian Deskriptif Analitis*, Direktorat Jenderal Badan Peradilan Umum Mahkamah Agung Republik Indonesia, http://badilum.info/upload_file/img/article/doc/kajian_deskriptif_analitis_teori_hukum_pembangunan.pdf , diakses tanggal 28 September 2016

Trias Palupi Kurnianingrum, *Pentingnya Ratifikasi Madrid Protocol Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Di Era Globalisasi*, <http://ejournal.lipi.go.id/index.php/jpp/article/viewFile/489/299>, diakses 10 November 2016

Wahyu Sasongko, 2008. *Indikasi Geografis: Rezim Hki Yang Bersifat Sui Generis*, <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=98312&val=648>, Jurnal Media Hukum, diakses 12 Oktober 2016

-----, 2013. *The Legal Protection Of Geographical Indications In Indonesia Towards The Asean Economic Community*, The First International Conference on Law, Business and Government 2013, UBL, Indonesia, <http://artikel.ulb.ac.id/index.php/iconlbg/article/viewFile/8/8>, diakses 25 November 2016

World Intellectual Property Organization, *Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883)*, http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html, diakses tanggal 30 Oktober 2016

World Intellectual Property Organization, *Summary of the Singapore Treaty on the Law of Trademarks*

(2006),http://www.wipo.int/treaties/en/ip/singapore/summary_singapore.html,
diakses 30 Oktober 2016