

**AKIBAT HUKUM ADANYA PENDAFTARAN MEREK "OPEN MIC
INDONESIA" YANG MENGGUNAKAN ISTILAH UMUM**

**Laporan Akhir Magang
Ekuivalensi
Skripsi**

Oleh

Alya Fauziah Aziz

1952011048



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

AKIBAT HUKUM ADANYA PENDAFTARAN MEREK “OPEN MIC INDONESIA” YANG MENGGUNAKAN ISTILAH UMUM

Oleh

ALYA FAUZIAH AZIZ

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. Syarat mutlak suatu merek harus dipenuhi oleh setiap orang atau badan hukum yang ingin memakai sebuah merek yaitu bahwa merek tersebut harus mempunyai daya pembeda yang cukup. Dengan kata lain, tanda yang dipakai harus sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi seseorang dengan hasil produksi orang lain. Suatu nama umum dan/atau lambang milik umum tentu tidak dapat didaftarkan sebagai merek oleh setiap orang atau badan hukum. Pada kenyataannya permasalahan yang ada di masyarakat adalah pendaftaran terhadap nama-nama yang menurut masyarakat nama tersebut merupakan nama umum. Merek tersebut didaftarkan dengan tujuan agar pendaftar merek memiliki hak dan perlindungan atas merek tersebut. Pemanfaatan akan nama yang sudah menjadi milik umum marak terjadi, hal tersebut dilakukan tidak lain karena apabila nama sudah menjadi milik umum akan menjanjikan keuntungan besar. Komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia menggugat merek “OPEN MIC INDONESIA” milik komedian Ramon Papan. Gugatan atas pembatalan merek “*Open Mic*” oleh komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia. Beberapa komika (sebutan bagi seorang stand up comedian) mendatangi Pengadilan Niaga Jakarta Pusat meminta pembatalan merek dagang tersebut, dan meminta pengadilan untuk mengembalikan merek “*Open Mic*” untuk menjadi milik publik. Hal ini dilakukan dikarenakan “*Open Mic*” yang merupakan istilah umum yang sudah melekat dalam dunia pertunjukan seni.

Kata Kunci : Merek, Open Mic, Stand Up Comedy.

ABSTRACT

JURIDICAL REVIEW ON LEGAL CONSEQUENCES OF THE REGISTRATION OF INDONESIAN “OPEN MIC” MARKS USING GENERAL TERMS

By

ALYA FAUZIAH AZIZ

A mark is a sign that can be displayed graphically in the form of an image, logo, name, word, letter, number, color arrangement, in 2 (two) and/or 3 (three) dimensional forms, sound, hologram, or a combination of 2 (two)) or more of these elements to distinguish goods and/or services produced by a person or legal entity in the activity of trading goods and/or services.

The absolute requirement for a mark must be met by every person or legal entity wishing to use a mark, namely that the mark must have sufficient distinguishing power. In other words, the sign used must be such that it has enough power to distinguish one person's goods from those of other people. Of course, a common name and/or symbol that belongs to the public cannot be registered as a mark by any person or legal entity. In fact, the problem that exists in the community is the registration of names which according to the community are common names. The mark is registered with the aim that the trademark registrant has rights and protection over the mark. The use of names that already belong to the public is rampant. This is done because if the name becomes public property, it promises big profits.

The Stand Up Comedy Indonesia community is suing the “OPEN MIC INDONESIA” brand owned by comedian Ramon Papan. Lawsuit on the cancellation of the “Open Mic” brand by the Indonesian Stand Up Comedy community. Several Komikas (a term for a stand-up comedian) approached the Central Jakarta Commercial Court asking for the cancellation of the trademark, and asked the court to return the “Open Mic” brand to public property. This is done because “Open Mic” is a general term that is inherent in the world of performing arts.

Keywords: Brand, Open Mic, Stand Up Comedy.

**AKIBAT HUKUM ADANYA PENDAFTARAN MEREK “OPEN MIC
INDONESIA” YANG MENGGUNAKAN ISTILAH UMUM**

Oleh

ALYA FAUZIAH AZIZ

**Laporan Akhir Magang
Ekuivalensi
Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUKUM**

Pada

**Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
TAHUN 2023**

Judul Skripsi : **AKIBAT HUKUM PENDAFTARAN MEREK
"OPEN MIC INDONESIA" YANG
MENGUNAKAN ISTILAH UMUM**

Nama Mahasiswa : *Alya Fauziah Aziz*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1952011048

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum



Dosen Pembimbing Laporan I

Hakim Pembimbing Instansi

[Signature]
Dewi Septiana, S. H., M. H.
NIP. 198009192005012008

[Signature]
Esti Kusumastuti, S. H., M. Hum
NIP. 198306072006042002

Dosen Pembimbing Laporan II

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kerjasama FH Unila

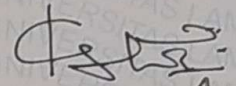
[Signature]
Ahmad Syofyan, S.H., M.H.
NIP. 197404132005011001

[Signature]
Dr. Rudi Natamiharja, S.H., DEA.
NIP. 197812312003121003

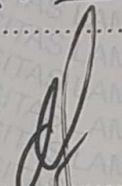
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

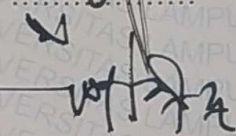
Ketua Penguji : Esti Kusumastuti, S. H., M. Hum.



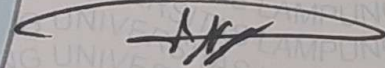
Sekretaris : Dewi Septiana, S.H., M.H.



Anggota Penguji : Ahmad Syofyan, S.H., M.H.



Penguji Utama : Dr. Rudi Natamiharja, S.H., DEA.



2. Dekan Fakultas Hukum



Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S.

NIP. 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian Ujian Skripsi : **26 Juni 2023**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Laporan Akhir Magang Ekuivalensi Skripsi dengan judul **“Akibat Hukum Pendaftaran Merek “OPEN MIC INDONESIA” Yang Menggunakan Istilah Umum”** adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut Plagiarism.
2. Hak Intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas Pernyataan ini, apabila di kemudian hari adanya ketidakbenaran saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, saya bersedia dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 26 Juni 2023
Pembuat Pernyataan



Alya Fauziah Aziz
NPM. 1952011048

RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama: Alya Fauziah Aziz, dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 23 Desember 2000, sebagai anak kedua dari tiga bersaudara dari Bapak Ir. Piter Gunawan dan Ibu Yan Baranita Yusanni, S. H. Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Al – Azhar 2 Bandar Lampung pada tahun 2013. Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan di MTsN 2 Bandar Lampung pada tahun 2016.

Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan di MAN 1 Bandar Lampung pada tahun 2019. Tahun 2019, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Program Studi Ilmu Hukum melalui jalur Mandiri. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif berorganisasi di Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) Hukum Universitas Lampung pada tahun 2019. Selain itu, pada tahun 2021 Penulis pernah mengikuti program Kredensial Mikro Mahasiswa Indonesia (KMMI) dalam bidang E Court.

MOTTO

"Barangsiapa yang ingin merasakan keimanan, Maka hendaklah ia mencintai seseorang, yang tidak ia cintai kecuali karena Allah swt."

(HR Ahmad)

“Janganlah kamu takut terhadap kegagalan, karena ketakutanmu itulah yang membuatmu gagal.”

(Habib Ali Zainal Abidin)

“Ibadah termulia adalah memasukkan rasa bahagia pada hati orang lain. Dengan tidak mengesampingkan kebahagiaan diri sendiri. Karena senantiasa-nya setiap diri manusia berhak untuk bahagia.”

(Alya Fauziah Aziz)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah mengizinkan aku untuk menyelesaikan karya ini dan kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang kusayangi :

Bapak dan Ibu yang sangat saya cintai
(Ir. Piter Gunawan dan Yan Baranita Yusanni S. H.)

Hidupku yang selalu dikelilingi doa dan kasih sayang kalian yang sangat tiada pernah henti-hentinya dari aku lahir sampai sekarang, atas semua pengorbanandan kesabarannya untuk merawat aku dan aku sangat bersyukur dan sangat berterimakasih kepada kalian. Takkan pernah cukup aku untuk membalas semua cinta dankasih sayang yang Bapak dan Ibu berikan pada ku.

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya laporan akhir ini dapat diselesaikan. Laporan akhir dengan judul **“Akibat Hukum Pendaftaran Merek “OPEN MIC INDONESIA” Yang Menggunakan Istilah Umum)**” adalah salah satu syarat untuk syarat laporan akhir semester 8 ini di Fakultas Hukum di Universitas Lampung. Penulis menyadari dalam penulisan laporan akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, petunjuk, dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Muhammad Fakhri, S. H., M. S. Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung beserta staff yang telah memberikan bantuan dan kemudahan kepada Penulis selama mengikuti pendidikan;
3. Bapak Dr. Rudi Natamiharja, S. H., DEA. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama Fakultas Hukum Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata;
5. Bu Dewi Septiana, S.H., M.H. selaku Sekretaris Bagian Hukum Perdata serta selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir Magang Ekuivalensi Skripsi yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan masukan serta arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini;
6. Bapak A.A. Oka Parama Budita Gocara, S.H., M.H. selaku Ketua Pengadilan Negeri Metro yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan magang dan penelitian di Pengadilan Negeri Metro;

7. Ibu Esti Kusumastuti, S.H., M.Hum. selaku Hakim Pengadilan Negeri Metro dan Pembimbing Instansi yang telah meluangkan waktu, pikiran serta memberikan semangat serta pengarahan kepada penulis dalam menyusun Skripsi ini;
8. Bapak Harsa Wahyu Ramadhan, S.H., M.H. selaku dosen Dosen Pembahas Laporan Akhir Magang Ekuivalensi Skripsi;
9. Bapak Ahmad Syofyan, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir Magang Ekuivalensi Skripsi sudah meluangkan waktu untuk memberikan masukan serta arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini;
10. Ibu Kasmawati, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang banyak membantu dan selalu memotivasi penulis selama berada di bangku perkuliahan;
11. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Lampung yang telah banyak meluangkan waktu memberitakan bimbingan dan ilmu pengetahuan kepada penulis;
12. Seluruh Staff Akademik Fakultas Hukum Universitas Lampung yang telah senantiasa bersabar meluangkan waktu untuk membantu dalam mengurus segala administrasi selama penulis melakukan perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
13. Seluruh Hakim, Panitera, Pegawai, serta Keluarga Besar Pengadilan Negeri Metro yang telah menerima dengan baik dan memberikan banyak ilmu selama pengalaman yang berharga kepada penulis selama melaksanakan kegiatan magang;
14. Untuk kedua orang tuaku tersayang, Abi Ir. Piter Gunawan dan Umi Yan Baranita Yusanni, S. H. Terimakasih untuk doa, kasih sayang, semangat, dukungan, motivasi, dan pengajaran yang telah diberikan kepadaku sedari dari kecil hingga saat ini.
15. Untuk Keluargaku tersayang, Mbah Nurhayati Terimakasih telah merawatku dari kecil hingga kini dan yang selalu membantu ku serta mendoakanku dan memberi dukungan kepadaku.
16. Kepada Desinta Rahmadhini, Galih Senoaji Mahendra, Rafly Aulia Hadi, Ni Made Ita Dwi Jayani, Prinita Auliaputri, Novita Putri Bulan. Selaku teman-

teman Program Magang Kampus Merdeka yang bersedia memberikan pengalaman berarti bagi penulis yang telah melewati kebersamaan dan berbagai cerita suka dan duka selama menjalani program magang ini.

17. Kepada Ainur Yasmin Shofura, Annisa Fitri Ramadhani, Clarissa Rahma Dewi. Selaku teman-teman penulis yang telah menemani dan berjuang bersama dengan penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini dan yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
18. Kepada Al – Muntahanatul Auliya Salamah, Syanila Indah Mawardani, Yulisya Mardiana, Azizah Nur Aini, Diah Anggraini, serta Galuh Ajeng Kartika, dan Rio Syahputra. Selaku teman-teman penulis yang telah membantu dan menemani penulis sedari dulu hingga kini.
19. Kepada semua pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
20. Almamaterku tercinta, Universitas Lampung.

Penulis sangat menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan dapat memberikan manfaat bagi penulis serta pembaca. Serta semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini, terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya. Semoga Skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi masyarakat, bangsa dan negara, para mahasiswa, akademisi, praktisi, serta pihak-pihak lain terutama bagi penulis. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan perlindungan dan kebaikan bagi kita semua, Aamiin.

Bandar Lampung, 26 Juni 2023

Alya Fauziah Aziz

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
LEMBAR PERNYATAAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
SANWACANA.....	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Tinjauan Umum Tentang Hukum Kekayaan Intelektual	8
2.1.1. Pengertian Hukum Kekayaan Intelektual	8
2.1.2. Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual	9
2.2. Tinjauan Tentang Merek.....	12
2.2.1. Pengertian Merek	14

2.2.2. Hak Atas Merek	19
2.2.3. Sistem Pendaftaran dan Perlindungan Merek	21
2.2.4. Penyelesaian Sengketa Merek.....	25
2.2.5. Pembatalan Merek	27
2.3. Tinjauan Tentang Istilah Umum	30
2.3.1. Pengertian Istilah Umum	30
2.3.2. Pengaturan.....	31
2.4. Profil Instansi	35
2.4.1. Deskripsi Instansi.....	35
2.4.2. Wilayah Yurisdiksi Instansi	36
2.4.3. Logo Instansi.....	36
2.4.4. Visi Misi Instansi	36
2.4.5. Tugas Pokok dan Fungsi	38
2.4.6. Sejarah Lokasi Tempat Magang	39
2.4.7. Struktur Organisasi Instansi	40
III. METODE PENELITIAN	43
3.1. Metode Penelitian	43
3.1.1. Jenis Penelitian.....	43
3.1.2. Pendekatan Penelitian	43
3.1.3. Sumber dan Jenis Data.....	44
3.1.4. Penentuan Narasumber	44
3.1.5. Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data	45
3.1.6. Analisis Data	45
3.2. Metode Praktek Kerja Lapangan.....	45
3.2.1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	45
3.2.2. Metode Pelaksanaan.....	45
3.2.3. Tujuan Magang	46
3.2.4. Manfaat Kerja Magang	47
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Landasan Hukum Pembatalan Merek “Open Mic Indonesia” Menurut Hukum Kekayaan Intelektual	48
4.2. Akibat Hukum Pendaftaran Merek “Open Mic Indonesia” Yang Menggunakan Istilah Umum.....	54
V. PENUTUP	58
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara berkembang saat ini sedang meningkatkan pembangunan nasional dalam segala bidang. Dewasa ini dalam meningkatkan kegiatan usahanya setiap pelaku usaha menghasilkan atau memproduksi barang dan/atau jasa yang berkualitas dan mengikuti dengan perkembangan pasar. Barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh setiap pelaku usaha tentu akan menggunakan merek atau brand yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut. Merek itu sendiri dapat dikatakan sebagai tombak untuk memasarkan atau memperkenalkan barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diproduksi oleh suatu pelaku usaha. Merek pun berfungsi sebagai tanda pembeda dari hasil produksi barang dan/atau jasa setiap perusahaan.

Merek merupakan lingkup perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). HKI dapat terbagi dalam dua kategori, yaitu : Hak cipta dan kekayaan industri. Hak kekayaan industri meliputi :¹

1. Paten
2. Merek
3. Desain Industri
4. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
5. Varietas Tanaman

HKI, dapat diartikan sebagai hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang

¹ Hery Firmansyah. 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia, hlm. 9.

ilmu pengetahuan dan teknologi.² Menurut Profesor Abdulkadir Muhammad, pada dasarnya HKI merupakan hak yang berasal dari hasil kreatifitas suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia dan memiliki manfaat ekonomi yang berbentuk nyata biasanya dibidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.³

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang *pengesahan WTO (Agreement On Establishing The World Trade Organization)* istilah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights (IPR)*. Tidak semua orang dapat dan mampu mempekerjakan otak (nalar, rasio, intelektual) secara maksimal. Oleh karena itu, tidak semua orang pula dapat menghasilkan *Intellectual Property Rights*. Hanya orang yang mampu mempekerjakan otaknya sajalah yang dapat menghasilkan *Intellectual Property Rights*. Itu pulalah sebab dari hasil kerja otak yang membuat HKI itu bersifat eksklusif. Hanya orang tertentu saja yang dapat melahirkan hak semacam itu. Berkembangnya peradaban manusia, dimulai dari kerja otak itu.⁴

HKI menjadi *issue* yang semakin menarik untuk dikaji karena perannya yang semakin menentukan terhadap laju percepatan pembangunan nasional, terutama dalam era globalisasi. Dalam hubungan ini, era globalisasi dapat dianalisis dari dua karakteristik dominan.⁵

Antar bangsa dan antar negara yang didukung dengan transparansi dan informasi. Dalam kondisi transparansi informasi yang semakin canggih dan mengalami kecepatan akses ini berbagai kejadian atau penemuan disuatu belahan dunia akan dengan mudah diketahui dan segera tersebar ke belahan dunia lainnya. Hal ini membawa implikasi, bahwa pada saatnya segala bentuk upaya penjiplakan, pembajakan, dan sejenisnya tidak lagi mendapat tempat dan tergusur dari

² Rachmadi Usman. 2003. *Hukum HAK atas Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT Alumni, hlm. 2.

³ Abdulkadir Muhammad. 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 15-16.

⁴ OK. Saidin, 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. PT Raja Grafindo Persada, hlm. 11-12.

⁵ Hery Firmansyah, hlm. 14.

fenomena kehidupan antar bangsa. Kedua, era globalisasi membuka peluang semua bangsa dan negara di dunia untuk dapat mengetahui potensi, kemampuan, dan kebutuhan masing-masing. Kendatipun tendensi yang mungkin terjadi dalam hubungan antar negara didasarkan pada upaya pemenuhan kepentingan secara timbal balik, namun justru negara memiliki kemampuan lebih akan mendapatkan keuntungan lebih besar.⁶

Di Indonesia saat ini merek memiliki peran yang sangat penting, hal ini dapat terlihat adanya peraturan yang mengatur tentang merek itu sendiri dan telah mengalami beberapa kali perubahan. Adapun perubahan yang terjadi sedemikian rupa sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan dan sampai saat ini pengaturan tentang merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penetapan Undang - Undang No. 20 Tahun 2016 ditetapkan berdasarkan penyesuaian pada perkembangan kebutuhan merek dan indikasi geografis yang dirasa masih terdapat kekurangan pada Undang – Undang No. 15 Tahun 2001 tentang merek.

Dewasa ini, pada kenyataannya permasalahan yang ada di masyarakat adalah pendaftaran terhadap nama-nama yang menurut masyarakat nama tersebut merupakan nama umum. Merek tersebut didaftarkan dengan tujuan agar pendaftar merek memiliki hak dan perlindungan atas merek tersebut. Pemanfaatan akan nama yang sudah menjadi milik umum marak terjadi, hal tersebut dilakukan tidak lain karena apabila nama sudah menjadi milik umum akan menjanjikan keuntungan besar.

Pada tanggal 05 Juni 2015 telah didaftarkan merek “Open Mic Indonesia”, dengan nomor pendaftaran IDM000477953 atas nama Ramon Pratomo atau yang lebih dikenal sebagai Ramon Papan. Merek tersebut terdaftar dalam kode kelas 41, yakni yang mengatur tentang kualifikasi merek yang berhubungan dengan Pendidikan, Penyediaan Latihan, Hiburan, Kegiatan Olahraga, dan Kesenian.

⁶ *Ibid*

Istilah “Open Mic” tersebut ternyata telah tercatat sebagai merek yang telah didaftarkan pada 28 Mei 2013 dan resmi tercatat sejak 5 Juni 2015 oleh komika Ramon Papana yang telah tercatat sebagai pemilik merek dagang tersebut. Jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan yaitu hiburan, acara hiburan radio, hiburan televisi. Merek “Open Mic Indonesia” telah mendapatkan perlindungan yang berakhir sampai dengan 28 Mei 2023. Dikarenakan hal itu, sejumlah komika terdampak setelah adanya pendaftaran tersebut. Salah satu komika yang telah terkena dampaknya berimbas pada didapatkannya somasi berupa tuntutan sebesar 1 Miliar pada tahun 2019, dan tidak hanya berdampak pada perseorangan saja, sudah ada beberapa kafe yang diberikan somasi hingga 250 juta yang terdampak dikarenakan pendaftaran somasi tersebut, dikarenakan mengadakan acara dengan sebutan “*Open Mic*”. Dan dikarenakan hal ini, akhirnya Komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia pun menggugat merek “*Open Mic Indonesia*” milik komedian Ramon Papana. Gugatan atas pembatalan merek “*Open Mic Indonesia*” oleh komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia. Beberapa komika (sebutan bagi seorang stand up comedian) mendatangi Pengadilan Niaga Jakarta Pusat meminta pembatalan merek dagang tersebut, dan meminta pengadilan untuk mengembalikan merek “*Open Mic*” untuk menjadi milik publik. Hal ini dilakukan dikarenakan merek “*Open Mic*” yang merupakan istilah umum yang sudah melekat dalam dunia *Stand Up Comedy*, dan sudah banyak digunakan di berbagai acara.

Merek “Open Mic Indonesia” yang telah didaftarkan merupakan suatu nama umum. Terlebih “*Open Mic*” merupakan kegiatan yang sering digunakan oleh komika (para pelaku *Stand Up Comedy*) untuk menampilkan materi-materi baru sebelum digunakan pada saat penampilan di acara komersilnya. “*Open Mic*” tentu merupakan nama yang telah umum pada komunitas *Stand Up Comedy*, karena “*Open Mic*” merupakan kegiatan yang dapat menjadi salah satu wadah bagi seseorang yang ingin belajar atau menjajal dirinya untuk melakukan *Stand Up Comedy*. “*Open Mic*” tidak sebatas hanya pada pertunjukan *Stand Up Comedy*, melainkan segala kegiatan apapun yang dilakukan di panggung dengan menggunakan mikrofon baik bernyanyi, membaca puisi, dan sebagainya. Namun, nama “*Open Mic*” sendiri lebih dikenal masyarakat melalui acara-acara *Stand Up*

Comedy yang awalnya merupakan salah satu acara hiburan yang terdapat di kafe-kafe. Pada saat ini *Stand Up Comedy* merupakan acara hiburan yang telah dikenal luas, dengan disiarkannya acara tersebut dalam stasiun televisi. Dengan terkenalnya kegiatan *Stand Up Comedy*, tentu tidak sedikit seseorang yang ingin belajar *Stand Up Comedy* dan salah satu caranya yaitu melalui kegiatan “*Open Mic*” yang terdapat di kafe-kafe. Oleh karena itu, nama “*Open Mic*” telah menjadi nama umum tidak hanya di komunitas *Stand Up Comedy* melainkan pada masyarakat umum.

Dalam hal ini peneliti berpendapat bahwa pendaftaran nama “*Open Mic*” merupakan sebuah pemanfaatan terhadap nama umum. Penggunaan nama “*Open Mic*” pada saat ini harus memiliki izin dari pihak yang memiliki hak atas merek tersebut. Selain itu, penggunaan nama “*Open Mic*” harus membayar royalti kepada pemilik atas merek tersebut. Sedangkan “*Open Mic*” merupakan nama umum yang bebas dipergunakan oleh siapapun tanpa harus memiliki izin atau membayar royalti.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji hal yang bersangkutan paut dengan merek. Untuk maksud tersebut selanjutnya dirumuskan dalam skripsi ini yang berjudul : **“AKIBAT HUKUM ADANYA PENDAFTARAN MEREK “OPEN MIC INDONESIA” YANG MENGGUNAKAN ISTILAH UMUM”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah yang telah disampaikan, dapat dirumuskan rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana landasan hukum pembatalan merek “*Open Mic Indonesia*” menurut Hukum Kekayaan Intelektual?
2. Bagaimana akibat hukum dari pendaftaran merek “*Open Mic Indonesia*” yang menggunakan istilah umum?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah kajian ilmu hukum perdata yang berkaitan dengan Hukum Kekayaan Intelektual.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah :

- a. Untuk mengetahui landasan hukum pembatalan merek “Open Mic Indonesia” menurut Hukum Kekayaan Intelektual.
upaya hukum apa yang dapat dilakukan untuk membatalkan merek “Open Mic Indonesia” tersebut.
- b. Untuk mengetahui akibat hukum dari pendaftaran merek “Open Mic Indonesia” yang menggunakan istilah umum.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat penulis ambil dari penelitian ini adalah :

- a) Manfaat Teoritis.
 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsiah pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum pada umumnya serta hukum perdata dan hukum kekayaan intelektual.
 2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur kepustakaan tentang hukum kekayaan intelektual.
 3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi ilmu pengetahuan dan memperkaya wawasan mengenai hukum kekayaan intelektual.
- b) Manfaat Praktis.
 1. Untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.
 2. Menjadikan sarana bagi penulis untuk selalu mengembangkan pola pikir dan meningkatkan penalaran tentang apa yang diteliti.

3. Menjadi sumbangsih pemikiran agar kedepannya agar masyarakat lebih tereduksi mengenai pendaftaran merek di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, sistematika penelitian.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan mengenai Pengaturan merek dalam Hukum Kekayaan Intelektual, meliputi pengertian merek itu sendiri, jenis-jenis merek, fungsi merek, hak atas merek, syarat pendaftaran merek, prosedur pendaftaran merek, jangka waktu perlindungan merek, dan mengenai pengertian nama umum atau istilah umum.

III. METODE PENELITIAN

Dalam Bab ini akan membahas serta menguraikan mengenai objek dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni merek “Open Mic Indonesia”

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini akan menguraikan mengenai landasan hukum pembatalan merek “Open Mic Indonesia” menurut Hukum Kekayaan Intelektual, serta menguraikan mengenai akibat hukum dari pendaftaran merek “Open Mic Indonesia” yang menggunakan istilah umum.

V. PENUTUP

Dalam Dalam bab ini akan menguraikan mengenai beberapa kesimpulan dan saran dari peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Tentang Hukum Kekayaan Intelektual

2.1.1. Pengertian Hukum Kekayaan Intelektual

Hak kekayaan intelektual adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena intelektualitas manusia yang dapat berupa karya-karya di bidang teknologi atau ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan oleh manusia melalui kemampuan intelektualnya (daya cipta, rasa, dan karsa). Pasal 1 dan 2 *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs) menyebutkan bahwa kekayaan intelektual yang dilindungi terdiri atas dua (2) bagian besar, yaitu :

1. *Copyright* (hak cipta) dan *Related Rights* (hak-hak yang berkaitan dengan hak cipta);
2. *Industrial Property Rights* (hak milik industrial) yang terdiri dari :
 - a. *Patent* (paten), *Utility Rights* (paten sederhana);
 - b. *Trademarks* (merek dagang);
 - c. *Industrial Design* (desain industri);
 - d. *Undisclosed Information Including Trade Secrets* (rahasia dagang);
 - e. *Layout Design of Integrated Circuits* (desain rangkaian listrik terpadu).

Karya-karya intelektual tersebut perlu dilindungi karena karya-karya tersebut dilahirkan dengan pengorbanan tenaga, waktu, dan biaya. Karya-karya tersebut mempunyai “nilai” khususnya dalam bidang ekonomi yang pada akhirnya dapat menjadi aset perusahaan. Indonesia secara resmi telah memasuki globalisasi perdagangan dengan diberlakukannya *Convention Establishing The World Trade Organization* (Konvensi WTO) termasuk di dalamnya *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Persetujuan TRIPs).

HKI menjadi *issue* yang semakin menarik untuk dikaji karena perannya yang semakin menentukan terhadap laju percepatan pembangunan nasional, terutama dalam era globalisasi. Dalam hubungan ini, era globalisasi dapat dianalisis dari dua karakteristik dominan.⁷ Hukum Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak yang mendapat perlindungan dari undang - undang, dan barangsiapa yang melanggar akan dapat dikenakan sanksi. Perlindungan hukum dimaksudkan sebagai upaya yang diatur oleh undang-undang guna mencegah terjadinya pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual oleh orang yang tidak berhak.

2.1.2 Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual.

Perlindungan hukum HKI merupakan suatu sistem hukum yang terdiri dari unsur-unsur sistem berikut ini⁸ :

a) Subjek perlindungan.

Subjek yang dimaksud adalah pihak pemilik atau pemegang hak, aparat penegak hukum, pejabat pendaftaran, dan pelanggar hukum.

b) Objek perlindungan.

Objek yang dimaksud adalah semua jenis produk HKI yang diatur oleh undang-undang, seperti Hak Merek, Hak Cipta, Hak Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Tata Letak Sirkuit Terpadu, Perlindungan Varietas Tanaman.

c) Pendaftaran perlindungan.

Hak kekayaan Intelektual yang dilindungi hanyalah yang sudah terdaftar dalam Daftar Umum Merek dan dibuktikan dengan sertifikat pendaftaran, kecuali apabila undang-undang mengatur lain.

⁷ Hery Firmansyah, hlm. 1.

⁸ *Ibid*, hlm. 11-13.

d) Jangka waktu perlindungan.

Jangka waktu yang dimaksud adalah lamanya HKI itu dilindungi oleh Undang-Undang Merek 10 (sepuluh) tahun, Hak Cipta selama hidup ditambah 50 (lima puluh) tahun sesudah meninggal, Hak Paten 20 (dua puluh) tahun, Varietas tanaman 20-25 (dua puluh sampai dua puluh lima) tahun.

e) Tindakan Hukum Perlindungan.

Apabila terbukti terjadi pelanggaran HKI, maka pelanggar harus dihukum, baik secara pidana maupun secara perdata. HKI menjadi issue yang semakin menarik untuk dikaji karena perannya yang semakin menentukan terhadap laju percepatan pembangunan nasional, terutama dalam era globalisasi. Dalam hubungan ini, era globalisasi dapat dianalisis dari dua karakteristik dominan.

1. Teori Perlindungan HKI

Robert M. Sherwood mengemukakan teori mengenai perlindungan HKI. Merek merupakan ruang lingkup perlindungan HKI. Dalam hal ini terdapat beberapa teori mengenai perlindungan HKI seperti :

a) *Teori Reward*

Pada dasarnya menyatakan bahwa pencipta atau penemu yang akan diberikan perlindungan perlu diberikan penghargaan atas usaha atau upayanya tersebut.

b) *Teori Recovery*

Penemu atau pencipta telah membuang tenaga, waktu dan uang, perlu diberikan kesempatan untuk meraih kembali apa yang telah dikeluarkannya.

c) *Teori Incentive*

Teori ini mengatakan bahwa insentif diperlukan agar kegiatan-kegiatan pelaksanaan dan pengembangan kreativitas penemuan semangat menghasilkan penemuan dapat terjadi.

d) Teori *Expanded Public Knowledge*

Teori ini dikembangkan untuk bidang paten. Untuk mempromosikan dari penemuan dalam bentuk dokumen yang secara mudah tersedia untuk umum, maka diberikan kesempatan untuk menikmati hak khusus, hak eksklusif yang bersifat sementara.

e) Teori *Risk*

Mengemukakan bahwa Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hasil dari suatu penelitian yang mengandung resiko.

f) Teori *Public Benefit*

Disebut juga dengan "*Economic Growth Stimulus*" HKI merupakan suatu alat bagi pengembangan ekonomi. Pengembangan ekonomi merupakan keseluruhan tujuan dibangunnya suatu sistem perlindungan HKI yang efektif.

2. Teori Penyelesaian Sengketa

Dean G Pruitt dan Jeffrey Z. Rubin mengemukakan sebuah teori penyelesaian sengketa. Ada 5 yaitu :

- 1) *Contending* (bertanding), yaitu mencoba menerapkan suatu solusi yang lebih disukai oleh salah satu pihak atas pihak yang lainnya.
- 2) *Yielding* (mengalah), yaitu menurunkan aspirasi sendiri dan bersedia menerima kekurangan dari yang sebetulnya diinginkan.
- 3) *Problem solving* (pemecahan masalah), yaitu mencari alternatif yang memuaskan dari kedua belah pihak.
- 4) *With drawing* (menarik diri), yaitu memilih meninggalkan situasi sengketa, baik secara fisik maupun psikologis.
- 5) *In action* (diam), yaitu tidak melakukan apa-apa.

2.2. Tinjauan Umum Tentang Merek

Di Indonesia saat ini merek memiliki peran yang sangat penting, hal ini dapat terlihat adanya peraturan yang mengatur tentang merek itu sendiri dan telah mengalami beberapa kali perubahan. Adapun perubahan yang terjadi sedemikian rupa sejak Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan (UU No. 21 Tahun 1961) dan sampai saat ini pengaturan tentang merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis (UU No. 20 Tahun 2016). Penetapan UU No. 20 Tahun 2016 ditetapkan berdasarkan penyesuaian pada perkembangan kebutuhan merek dan indikasi geografis yang dirasa masih terdapat kekurangan pada UU No.15 Tahun 2001 tentang Merek. UU No. 20 Tahun 2016 memuat beberapa penyempurnaan sebagai bentuk peningkatan terhadap pelayanan terhadap pemohon merek dengan adanya pengaturan tentang persyaratan minimum pemohon untuk menyederhanakan prosedur pendaftaran merek. Sanksi pidana terhadap pelanggaran merek lebih diperberat khususnya yang mengakibatkan kematian, lingkungan hidup, dan mengancam kesehatan manusia. Hal tersebut guna meningkatkan perlindungan hukum terhadap merek.

Merek sebagai salah satu dari bagian HKI yang memiliki peranan sangat penting karena dengan menggunakan merek atas barang-barang dan/atau produk-produk yang diproduksi, dapat membedakan asal-usul mengenai produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran. Publik sering mengaitkan suatu image, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu dimana merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, dan karena adanya merek tersebut, dapat membuat harga-harga suatu produk menjadi mahal bahkan bernilai.

Merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual atau *Intellectual Property Rights* merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada umum dalam berbagai bentuk, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan

manusia, juga mempunyai nilai ekonomi. Bentuk nyata dari kemampuan karya intelektual tersebut berupa bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra.⁹

Perlindungan hukum terhadap merek pun dari tahun ke tahun ruang lingkungannya selalu meluas, dapat dibuktikan pada regulasi di Indonesia di Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memasukan suara dan hologram kedalam definisi merek itu sendiri. Fakta ini menunjukkan bahwa definisi merek terus mengalami perkembangan dan perubahan dengan bersandar pada semakin meningkatnya kebutuhan perlindungan hukum terhadap produk yang dihasilkan oleh para pelaku usaha.

Dalam hal kepemilikan hak merek, berlaku prinsip pendaftaran pertama (*first to file*) sehingga pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya, itulah yang berpeluang memiliki merek tersebut.¹⁰ Indonesia menganut sistem "pendaftaran pertama" dengan tambahan kata-kata "pendaftar pertama yang beritikad baik". Pemohon yang beritikad baik adalah Pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apa pun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain ataupun dapat menimbulkan kondisi persaingan tidak sehat yang mengecoh atau menyesatkan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa pendaftaran merek pada prinsipnya harus disertai dengan itikad baik, apabila dalam pendaftaran merek tidak disertai dengan itikad baik maka secara hukum permohonan tersebut dapat dibatalkan berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2.2.1 Pengertian Merek

Istilah merek sejauh ini diartikan dengan berbagai cara, tergantung pada perspektif pemahaman atas fenomena merek itu sendiri. Dalam arti klasik, merek dihubungkan dengan identifikasi sebuah produk dan pembedanya dari produk-

⁹ Primadiana Yunita. 2019. *HKI dan Masyarakat Ekonomi ASEAN*. Malang: Cempluk Aksara, hlm. 4.

¹⁰ Cita Yustisia Sertifiyani & Iswi Hariyani & R. Sertifianto D.P. 2017. *Buku Pintar HAKI dan Warisan Budaya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hlm 128.

produk para pesaing, baik dalam bentuk pemakaian nama tertentu, logo spesifik, desain khusus, maupun tanda dan simbol visual lainnya.¹¹

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek yaitu 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.

Menurut Pasal tersebut diatas, suatu merek mempunyai fungsi sebagai “daya pembeda” untuk membedakan antara produk tertentu khususnya yang sejenis. Jadi suatu merek seharusnya mempunyai ciri khas tertentu.

Berdasarkan pengertian merek dari Undang-Undang Merek diatas dapat ditarik unsur-unsur terpenting dari suatu merek, yaitu¹² :

- 1) Merek yang digunakan sebagai tanda.
- 2) Merek harus memiliki daya pembeda.
- 3) Merek digunakan dalam kegiatan perdagangan barang/atau jasa.

Syarat mutlak suatu merek harus dipenuhi oleh setiap orang atau badan hukum yang ingin memakai sebuah merek yaitu bahwa merek tersebut harus mempunyai daya pembeda yang cukup. Dengan kata lain, tanda yang dipakai harus sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi seseorang dengan hasil produksi orang lain. Suatu nama umum dan/atau lambang milik umum tentu tidak dapat didaftarkan sebagai merek oleh setiap orang atau badan hukum.

¹¹ Casavera. 2009. *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm.

¹² Mimbar keadilan, Jurnal Ilmu Hukum edisi Januari-Juni 2014., hlm. 98

Selain menurut batasan yuridis, beberapa ahli memiliki pendapat dalam mendefinisikan merek, sebagai berikut :

1. Molengraaf, berpendapat Merek yaitu dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu untuk menunjukkan asal barang dan jaminan kualitasnya, sehingga bisa dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang dibuat dan diperdagangkan oleh orang atau perusahaan lain.¹³

2. H.M.N Purwo Sutjipto, berpendapat Merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.¹⁴

3. Iur Soeryatin, mengemukakan rumusannya dengan meninjau merek dari aspek fungsinya. Suatu merek dapat digunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang jenis lainnya, oleh karena itu barang yang bersangkutan dengan diberi merek sehingga mempunyai tanda asal, nama jaminan terhadap mutunya. Berdasarkan pendapat-pendapat diatas, penulis mengambil kesimpulan yang diartikan dengan merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan dengan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Penggunaan merek sangatlah penting dalam dunia perdagangan karena selain sebagai pembeda barang dan/jasa yang satu dengan yang lainnya, merek juga memiliki berbagai macam makna didalamnya, adapun makna merek meliputi¹⁵ :

a. Nilai

Nilai merek menyatakan sesuatu tentang nilai produsen. Merek yang memiliki nilai tinggi akan dihargai oleh konsumen sebagai merek yang berkelas, sehingga dapat mencerminkan siapa pengguna merek tersebut.

b. Budaya

¹³ Sudargo Gautama. 1987. *Hukum Merek Indonesia*. Bandung, hlm 37.

¹⁴ H.M.N Purwo Sutjipto, 1984. *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Djambatan, hlm. 8.

¹⁵ Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Prehalindo, hlm. 460.

Suatu merek juga mewakili budaya tertentu. Contoh *Mercedes* mewakili budaya Jerman yang terorganisasi dengan baik, memiliki cara kerja yang efisien, dan selalu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

c. Kepribadian

Merek juga mencerminkan kepribadian tertentu, yaitu kepribadian bagi para penggunanya. Diharapkan dengan penggunaan merek, kepribadian pengguna akan tercermin bersamaan dengan merek yang digunakan.

d. Pemakai

Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan. Contoh orang sukses menggunakan BMW seri 7.

e. Atribut

Merek mengingatkan pada atribut-atribut tertentu. Contohnya BMW seri 7 merupakan merek mobil yang dirancang dengan kualitas tinggi, selalu menjaga keamanan, bergengsi, berharap jual mahal serta dipakai oleh para senior eksekutif perusahaan multinasional.

f. Manfaat

Atribut perlu diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional. Manfaat fungsional biasanya berkaitan dengan fungsi-fungsi yang dilakukan sebuah produk. Manfaat emosional diperoleh pelanggan berupa stimulasi terhadap emosi dan perasaannya.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa merek merupakan suatu tanda yang dapat menunjukkan identitas barang atau jasa, yang menjadi pembeda suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya dihasilkan oleh seseorang, beberapa orang atau badan hukum dengan barang atau jasa yang sejenis milik orang lain, memiliki kekuatan perbedaan yang cukup, yang dipakai dalam produksi dan perdagangan. Merek adalah suatu tanda, tetapi agar tanda tersebut dapat diterima oleh merek, harus memiliki daya pembeda, hal ini disebabkan pendaftaran merek, berkaitan dengan pemberian hak eksklusif yang diberikan oleh negara atas nama atau simbol terhadap suatu pelaku usaha. Untuk

mempunyai daya pembeda, merek yang bersangkutan harus dapat memberikan penentuan dari barang yang bersangkutan.

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual memaparkan fungsi merek sebagai berikut :¹⁶

- a. Sebagai alat atau sarana promosi untuk berdagang (*means of trade promotion*). Promosi dilakukan melalui iklan. Merek merupakan salah satu *goodwill* untuk menarik konsumen, merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya.
- b. Sebagai penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*). Merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa yang menghubungkannya dengan produsen atau daerah/negara asalnya.
- c. Sebagai jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality guarantee*). Hal ini menguntungkan pemilik merek dan juga memberikan perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen.
- d. Sebagai alat bukti kepemilikan atas merek. Didalam Undang-Undang merek tahun 2016 juga mengatur tentang jenis-jenis merek.

Ada 2 (dua) jenis merek yang disebutkan dalam Undang-Undang merek yaitu:

a. Merek Dagang

Pengertian mengenai merek dagang (*trade mark*) disebutkan dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang merek No. 20 tahun 2016, yaitu; “merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang-barang sejenis lainnya.”

b. Merek jasa

Pengertian mengenai merek jasa (*service mark*) disebutkan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang merek No. 20 Tahun 2016, yaitu; “merek jasa

¹⁶ Direktorat Jenderal HKI. 2000. *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual (Pertanyaan & Jawabannya)*. Jakarta: Direktorat HKI Depkeh & HAM, hlm. 42.

adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan Sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan yang lain (*product identity*). Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan sehingga merek diberi kelas-kelas tertentu yang sejenis oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya”.

Selain jenis merek yang sudah disebutkan ada juga pengertian mengenai merek kolektif (*collective mark*) yang terdapat dalam Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang merek No. 20 Tahun 2016, yaitu: “merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya”. Khusus merek kolektif dapat dikatakan adalah gabungan dari merek dagang dan jasa.

Disamping jenis merek sebagaimana ditentukan ada juga pengklasifikasian lain yang didasarkan kepada bentuk atau wujudnya. Bentuk dan wujud merek menurut Suryatin dimaksudkan untuk membedakan dari barang sejenis milik orang lain. Oleh karena adanya perbedaan itu, maka terdapat beberapa jenis merek yakni¹⁷ :

- 1) Merek lukisan (*beel mark*)
- 2) Merek kata (*word mark*)
- 3) Merek bentuk (*form mark*)
- 4) Merek bunyi-bunyian (*klank mark*)
- 5) Merek Judul (*title mark*)

Menurut Prof. R. Soekardono, SH., mengemukakan pendapatnya bahwa tentang bentuk atau wujud dari merek itu Undang-Undang tidak memerintahkan apa-apa, melainkan harus berdaya pembeda, yang diwujudkan dengan¹⁸ :

- 1) Cara yang oleh siapapun mudah dapat dilihat (*beel mark*).
- 2) Merek dengan perkataan (*word mark*).

¹⁷ Suryatin. 1980. *Hukum Dagang I Dan II*. Jakarta: Pradnya Paramita, hlm. 87.

¹⁸ R. Soekardono. 1983. *Hukum Dagang Indonesia, Jilid I*. Jakarta: Dian Rakyat, hlm. 165-167.

- 3) Kombinasi dari merek atas penglihatan dan merek perkataan.

2.2.2 Hak Atas Merek

Hak Atas Merek Dan Syarat Merek Pengertian mengenai hak atas merek diberikan menurut Pasal 1 ayat (5) jo Pasal 3 Undang-Undang merek Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas merek diberikan kepada pemilik merek dagang atau jasa yang beritikad baik. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya desain logo, atau desain huruf ada hak cipta dalam bidang seni. Oleh karena itu, dalam hak merek bukan hak cipta dalam bidang seni ini dilindungi, tetapi mereknya itu sendiri, sebagai tanda pembeda.¹⁹

Sesuai dengan ketentuan bahwa merek itu diberikan pengakuan oleh Negara maka pendaftaran atas merek merupakan suatu keharusan apabila pemilik merek menghendaki agar menurut hukum dipandang sebagai orang yang berhak atas suatu merek. Dengan merek juga, produk barang dan jasa sejenis dapat dibedakan asal misalnya, kualitas serta keterjaminan bahwa produk itu original. Hak merek terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaian pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis. UU Merek tidak mengatur lebih lanjut apa yang disebut gambar, nama, kata, huruf, angka-angka dan susunan warna. Namun demikian Undang-Undang, dalam hal ini Pasal 20 memberikan batasan bahwa gambar, nama, kata, huruf, angka atau susunan warna yang dijadikan merek harus memenuhi syarat :

- a. Tidak bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum.
- b. Memiliki daya pembeda.
- c. Bukan milik umum.

¹⁹ Dr. H. OK. Saidin, S. H., M. Hum. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 442.

- d. Bukan keterangan yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan.

Berdasarkan pengertian tentang merek dapat disimpulkan bahwa fungsi merek adalah sebagai pembeda antara satu produk barang atau jasa dengan produk barang atau jasa yang dibuat oleh pihak lain.

Syarat mutlak suatu merek yang harus dipenuhi oleh setiap orang ataupun badan hukum yang ingin memakai suatu merek, agar supaya merek dapat diterima dan dipakai sebagai merek atau cap dagang, syarat mutlak yang harus dipenuhi adalah bahwa merek itu harus mempunyai daya pembeda yang cukup. dengan kata lain, tanda yang dipakai ini haruslah sedemikian rupa, sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang hasil produksi sesuatu perusahaan atau barang perniagaan (perdagangan) atau jasa dari produksi seseorang dengan barang-barang atau jasa yang diproduksi oleh orang lain. Karena adanya merek itu barang-barang atau jasa yang diproduksi menjadi dapat dibedakan.

Selanjutnya Pasal 21 Undang-Undang merek 2016 memuat juga ketentuan mengenai penolakan pendaftaran merek yaitu :

- 1) Permohonan harus ditolak apabila merek tersebut :
 - a. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang atau jasa yang sejenis.
 - b. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis.
 - c. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal.
- 2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dapat pula diberlakukan terhadap barang atau jasa yang tidak sejenis sepanjang

memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditetapkan lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

- 3) Permohonan juga harus ditolak oleh Direktorat Jenderal apabila merek tersebut :
 - a. Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
 - b. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
 - c. Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

2.2.3 Sistem Pendaftaran Merek

Sistem Pendaftaran dan Perlindungan Merek di Indonesia dikenal 2 (dua) sistem yang dianut dalam pendaftaran merek yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitutif (atributif).

a. Sistem deklaratif

Sistem deklaratif ini adalah bahwa pendaftaran bukanlah menerbitkan hak, melainkan hanya memberikan dugaan atau sangkaan hukum atau preemption iuris yaitu bahwa pihak yang mereknya terdaftar itu adalah pihak yang berhak atas merek tersebut dan sebagai pemakai pertama dari merek yang didaftarkan. Sehingga menurut sistem deklaratif ini pemakai pertamalah yang menciptakan suatu hak atas merek, hak tersebut diberikan kepada orang yang pertama kali memakai merek tersebut. Begitu pula menurut Yurisprudensi HR tertanggal 1 Februari 1932 mengenai untuk pertama kali memakai merek tersebut adalah bahwa pemakaian pertama kali ini tidak berarti bahwa merek yang bersangkutan

sudah dipakai sebelum orang lain memakainya, melainkan sudah dipakai sebelum pihak lawannya memakainya.²⁰

Dengan demikian menurut sistem pendaftaran deklaratif, pendaftaran tidak merupakan suatu keharusan, tidak merupakan syarat mutlak bagi pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya. Kelemahan pada sistem ini adalah kurang adanya kepastian hukum, daftar merek yang ada tidak bisa di inventarisasi.

b. Sistem Konstitutif

Menurut sistem konstitutif bahwa yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Jadi pendaftaran itu menciptakan suatu hak atas merek tersebut, pihak yang mendaftarkan dialah satu-satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak ketiga harus menghormati haknya pendaftar sebagai hak mutlak. Sehingga pendaftaranlah yang akan memberikan perlindungan terhadap suatu merek. Meskipun demikian bagi merek yang tidak terdaftar tetapi luas pemakaiannya dalam perdagangan (merek terkenal), juga diberikan perlindungan terhadapnya terutama dari tindakan persaingan tidak jujur. Dengan penggunaan sistem konstitutif sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang tentang merek sebelumnya Nomor 15 Tahun 2001 dan yang diganti Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016, maka tidak setiap orang atau badan hukum bisa secara sah memiliki merek, dan akan dilindungi bila mereknya itu tidak didaftarkan. Hak atas merek ada jika mereknya dimintakan atau dimohonkan pendaftarannya pada kantor merek. Kelebihan dari pada sistem konstitutif ini adalah kepastian hukum lebih terjamin, lalu merek-merek yang ada bisa di inventarisasi. Sedangkan kelemahan dari sistem ini yakni tidak semua orang bisa secara sah memiliki merek, apalagi pemilik merek yang terbatas karena biaya pendaftaran.

Secara internasional menurut Soegondo Soemodiredjo ada 4 sistem pendaftaran merek, yaitu :

²⁰ Suyud Margono. 2002. *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek*. Novindo Pustaka Mandiri., hlm. 21.

1) Pendaftaran merek tanpa pemeriksaan terlebih dahulu.

Menurut sistem ini merek yang dimohonkan pendaftarannya segera didaftarkan asal syarat-syarat permohonannya telah terpenuhi antara lain pembayaran biaya permohonan, pemeriksaan dan pendaftaran. Tidak diperiksa apakah merek tersebut memenuhi syarat-syarat lain yang ditetapkan dalam undang-undang. Misalnya tidak diperiksa apakah merek tersebut pada keseluruhannya atau pada pokoknya ada persamaan dengan merek yang telah didaftarkan untuk barang sejenis atas nama orang lain.

2) Pendaftaran dengan pemeriksaan merek terlebih dahulu.

Sebelum didaftarkan merek yang bersangkutan terlebih dahulu diperiksa mengenai syarat-syarat permohonan maupun syarat-syarat mengenai merek itu sendiri. Hanya merek yang memenuhi syarat dan tidak mempunyai persamaan pada keseluruhan atau pada pokoknya dengan merek yang telah didaftarkan untuk barang sejenis atas nama orang lain dapat didaftarkan.

3) Pendaftaran dengan pengumuman sementara.

Sebelum merek memberikan yang bersangkutan didaftarkan, merek itu diumumkan lebih dahulu untuk memberikan kesempatan kepada pihak lain mengajukan keberatan-keberatan tentang pendaftaran merek tersebut.

4) Pendaftaran merek dengan pemikiran terlebih dahulu tentang adanya merek-merek terdaftar lain yang ada persamaan.

Pendaftaran merek dalam sistem deklaratif memberikan status bahwa pendaftaran dianggap sebagai pemakai pertama sampai ada orang lain yang membuktikan sebaliknya.

Jika seseorang atau beberapa orang ingin menggunakan nama dari suatu merek. Mereka harus mendaftarkannya terlebih dahulu nama merek yang akan mereka pergunakan. Berikut adalah cara-cara orang jika ingin mendaftarkan nama suatu merek, agar merek tersebut dipatenkan. Pemegang merek mendapatkan hak

eksklusif, hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada orang lain yang menggunakannya. Merek pun juga dapat tidak bisa kita daftarkan jika, dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang diajukan oleh pemohon yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pemohon yang ada niat dan sengaja untuk meniru, membonceng atau menjiplak ketenaran merek demi kepentingan usahanya yang mengakibatkan menimbulkan kerugian pihak lain atau menyesatkan konsumen.

Fungsi pendaftaran merek untuk pemohon yang ingin mendaftarkan nama merek kepada dirjen HKI :

- 1) Sebagai bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang terdaftar.
- 2) Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh pemohon lain untuk barang atau jasa sejenis.
- 3) Sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang dan jasa sejenis.

Merek yang telah didaftarkan dapat dibatalkan berdasarkan putusan Pengadilan Niaga yang berkekuatan hukum tetap atas gugatan pihak yang berkepentingan dengan alasan berdasarkan Pasal – Pasal 20, 21, 22 UUM. Tidak hanya dibatalkan tetapi merek yang telah terdaftar dapat juga terhapus lagi jika merek tidak dipergunakan selama tiga tahun berturut – turut dalam perdagangan barang atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir. Merek yang digunakan untuk jenis barang atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang dimohonkan. Merek yang telah terdaftar dapat dihapuskan atas prakarsa Dirjen HKI, atas putusan pengadilan berdasarkan gugatan penghapusan, tidak diperpanjang jangka waktu berlaku pendaftaran merek. Berikut adalah pihak – pihak yang mengajukan pendaftaran kepada lembaga yang mengatur akan pendaftaran merek, adalah lembaga yang mewakili masyarakat yang mewakili

masyarakat di daerah produksi barang yang bersangkutan, lembaga yang diberi kewenangan untuk itu atau kelompok konsumen barang tersebut.

Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu tersebut dapat diperpanjang. Permohonan perpanjangan diajukan secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 6 bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan merek terdaftar tersebut. Ijin perpanjangan akan disetujui oleh HKI, bila merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang atau jasa sebagaimana yang disebut pada merek tersebut. Barang atau jasa dari merek tersebut masih di produksi dan diperdagangkan. Ijin perpanjangan akan ditolak jika permohonan perpanjangan yang diajukan kurang dari 6 bulan dari masa berakhirnya perlindungan hukum merek tersebut. Jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau merek terkenal milik orang lain.

2.2.4 Penyelesaian Sengketa Merek

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis sehingga sangatlah mungkin terjadi sengketa di antara para pelaku bisnis. Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek, maka upaya penyelesaian sengketa di bidang merek dapat ditempuh melalui penyelesaian sengketa secara litigasi, yaitu penyelesaian melalui lembaga pengadilan. Selain itu juga dapat ditempuh upaya penyelesaian sengketa secara non litigasi yaitu penyelesaian sengketa diluar pengadilan, seperti melalui alternatif penyelesaian sengketa ataupun arbitrase. Penyelesaian sengketa merek melalui jalur litigasi, dapat ditempuh melalui penyelesaian secara pidana, perdata, maupun administrasi. Ketentuan mengenai penyelesaian sengketa merek tersebut telah diatur secara khusus dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek.

Penyelesaian secara pidana dapat dilakukan oleh pemilik merek terdaftar berdasarkan ketentuan dalam Pasal 100 UU No. 20 Tahun 2016, yang berbunyi :
”Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa

sejenis yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)” dan Pasal 91, yang berbunyi : ”Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)”.

Ketentuan pasal tersebut di atas memuat sanksi pidana yang memberikan perlindungan hukum kepada orang atau badan hukum yang merasa berhak atas kepemilikan suatu merek. Namun karena tindak pidana merupakan delik aduan sebagaimana tercantum dalam Pasal 103 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, maka pemilik merek terdaftarlah yang harus dan berhak melaporkan kepada pihak yang berwenang bahwa telah terjadi pelanggaran atas mereknya oleh pihak lain secara tanpa hak.

Penyelesaian secara perdata dapat dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Pasal 83 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, yang menyebutkan bahwa pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis, berupa gugatan ganti rugi, dan/ atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut dan gugatan tersebut dapat diajukan oleh pemilik merek terdaftar melalui Pengadilan Niaga.

Penyelesaian secara administratif bila terjadi pelanggaran merek dapat dilakukan melalui kewenangan administrasi negara, yaitu diantaranya melalui Kewenangan Pabean Standar Industri, Kewenangan Pengawasan Badan Penyiaran, dan Kewenangan Pengawasan Standar Periklanan. Sanksi administratif yang dapat dikenakan kepada pihak yang telah menggunakan merek secara tanpa hak, diantaranya dapat berupa tindakan larangan impor, larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan merek terdaftar milik pihak lain maupun larangan terhadap iklan merek yang menyesatkan konsumen. Selain

penyelesaian secara litigasi tersebut di atas, sengketa merek juga dapat diselesaikan secara non litigasi yaitu penyelesaian sengketa di luar pengadilan, seperti melalui alternatif penyelesaian sengketa maupun arbitrase (Pasal 90 UU No. 20 Tahun 2016).

2.2.5 Pembatalan Merek

Tata cara pembatalan terhadap suatu merek terdaftar diatur pada Pasal 76 hingga Pasal 79 Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pembatalan terhadap merek dapat dilakukan dengan melakukan permohonan terhadap Menteri atau mengajukan gugatan kepada pengadilan niaga. Pihak yang dapat mengajukan pembatalan adalah pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu pemilik merek terdaftar, jaksa, yayasan atau lembaga di bidang konsumen, dan majelis atau lembaga keagamaan. Jangka waktu pengajuan gugatan pembatalan pendaftaran merek hanya dapat diajukan dalam jangka waktu 5 tahun sejak tanggal pendaftaran merek, namun gugatan pembatalan merek dapat diajukan tanpa jangka waktu apabila merek yang bersangkutan bertentangan dengan moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Apabila pengadilan niaga telah memutuskan bahwa merek tersebut harus dibatalkan maka panitera akan menyampaikan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Selanjutnya Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual melaksanakan pembatalan pendaftaran merek yang bersangkutan dari daftar umum merek dan mengumumkannya dalam berita resmi merek. Sejak tanggal pencoretan dari Daftar Umum Merek maka Sertifikat Merek yang bersangkutan dinyatakan tidak berlaku lagi. Dengan Penghapusan pendaftaran merek mengakibatkan berakhirnya perlindungan hukum merek yang bersangkutan.²¹

Pembatalan merek dilakukan karena ada persamaan pada pokoknya antara merek yang satu dengan merek yang lain. Menurut penjelasan Pasal 21 UU Merek yang dimaksud dengan persamaan pada pokoknya adalah kemiripan pada unsur yang

²¹ Mandras Januari Siregar. 2013. “Pembatalan Merek Di Pengadilan Niaga Medan (Studi Putusan No. 03/Merek/2008/PN.Niaga/Medan)”. *Jurnal Mercatoria* Vol.6 No.2. Universitas Negeri Medan, hlm.198.

dominan pada suatu merek sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan. Persamaan ini bisa karena adanya persamaan bentuk, cara penulisan, cara penempatan, bunyi ucapan, atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut. Mengenai merek tidak memiliki persamaan unsur – unsur di atas, namun memiliki persamaan konotasi dalam Pasal 21 UU Merek tidak dijelaskan apakah kesamaan konotasi tersebut bisa disebut sebagai persamaan pada pokoknya atau tidak sehingga bisa dijadikan salah satu faktor untuk menolak membatalkan suatu merek. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konotasi adalah makna yang ditambahkan pada makna denotasi.²²

Penghapusan pendaftaran merek dari Daftar Umum Merek dapat dilakukan atas prakarsa Direktorat Jenderal HKI atau berdasarkan permohonan pemilik merek yang bersangkutan. Penghapusan pendaftaran merek atas prakarsa Direktorat Jenderal HKI dapat dilakukan jika :

- 1) Merek tidak digunakan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam perdagangan barang dan atau jasa sejak tanggal pendaftaran atau pemakaian terakhir, kecuali ada alasan yang dapat diterima oleh Direktorat Jenderal HKI, atau
- 2) Merek digunakan untuk jenis barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftaran, termasuk pemakaian merek yang tidak sesuai dengan merek yang didaftar.

Adapun alasan-alasan yang dapat diterima oleh Kantor Merek dalam hal tidak digunakannya merek dalam perdagangan barang dan atau jasa itu secara limitatif telah ditentukan, yaitu karena adanya larangan impor; larangan yang berkaitan dengan izin bagi peredaran barang yang menggunakan merek yang bersangkutan atau keputusan dari pihak yang berwenang yang bersifat sementara; larangan serupa lainnya yang ditetapkan dengan peraturan.

Selain Direktorat Jenderal HKI yang berhak untuk menghapus pendaftaran merek dalam hal menghadapi kenyataan adanya 2 (dua) kondisi tersebut diatas, pihak

²² Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, URL : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

ketiga pun dapat mengajukan permintaan penghapusan pendaftaran suatu merek berdasarkan alasan terpenuhinya kondisi tersebut. Adapun caranya dilakukan dengan bentuk gugatan melalui Pengadilan Niaga.

Mengenai penghapusan pendaftaran merek yang dilakukan atas permintaan pemilik merek baik untuk sebagian atau seluruh jenis barang dan atau jasa yang termasuk dalam satu kelas, diajukan kepada Direktorat Jenderal HKI. Permintaan penghapusan merek tersebut selanjutnya dicatat dalam Daftar Umum Merek, dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek.

Pengaturan merek selain dikenal mekanisme penghapusan pendaftaran merek, juga terdapat mekanisme pembatalan merek terdaftar. Pendaftaran merek hanya dapat dimintakan pembatalannya oleh pihak yang berkepentingan, yaitu pemilik merek yang terdaftar berdasarkan alasan tertentu. Tetapi ada pengecualiannya, yaitu bagi pihak pemilik merek yang belum terdaftar dapat pula mengajukan gugatan setelah mengajukan permintaan pendaftaran merek kepada Direktorat Jenderal HKI.

Permintaan pembatalan diajukan melalui gugatan ke Pengadilan Niaga, diantaranya karena alasan :

- 1) Merek terdaftar yang pendaftarannya dilakukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.
- 2) Merek terdaftar tersebut bertentangan dengan peraturan PerUndang-Undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum, tidak memiliki daya pembeda, telah menjadi milik umum, merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
- 3) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- 4) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa.
- 5) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal.

- 6) Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
- 7) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera atau lambang atau simbol atau emblem suatu negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- 8) Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Undang-Undang merek perlu ditambahkan secara khusus atau tersendiri ketentuan mengenai hal-hal yang dikecualikan dari pelanggaran merek, atau mengubah ketentuan Pasal 21 Undang-Undang tentang merek dan indikasi geografis yang harus ditolak pendaftarannya apabila memiliki persamaan pada keseluruhan/pokoknya dengan menambahkan klausul “apabila hal tersebut akan mengakibatkan timbulnya kebingungan (likelihood of confusion) di kalangan konsumen.”²³

2.3. Tinjauan Umum Tentang Istilah Umum

2.3.1 Pengertian Istilah Umum

Dalam penjelasan pasal 20 huruf f Undang - Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan istilah umum atau “nama umum” antara lain Merek “rumah makan” untuk restoran, Merek “warung kopi” untuk kafe. Adapun “lambang milik umum” antara lain “lambang tengkorak”

²³ Indirani Wauran dan Titon Slamet Kurnia. 2015. “Confusion dan Pembatan Merek Oleh Pengadilan”. *MIMBAR HUKUM* Vol. 27, No. 2, hlm. 280.

untuk barang berbahaya, lambang “tanda racun” untuk bahan kimia, “lambang sendok dan garpu” untuk jasa restoran.²⁴

Dalam hal ini yang menjadi istilah umum ialah kata “*Open Mic*” yang merupakan istilah yang umum digunakan di dunia hiburan, termasuk musik dan komedi. Menurut Cambridge Dictionary, Istilah “*Open Mic*” merupakan sebuah acara di mana seseorang menceritakan tentang lelucon, membaca puisi, bernyanyi, dan lain-lain di atas panggung. Saat ini istilah open mic lebih sering digunakan di kalangan Stand Up Komedian atau Komika. Di dunia *Stand up Comedy*, “*Open Mic*” merupakan ajang bagi Komika menunjukkan kemampuan atau menguji kelayakan materi di hadapan penonton. Kebanyakan komika juga melakukan open mic untuk menguji materi sebelum dibawakan di panggung besar dalam rangka tur atau special show. Acara “*Open Mic*” memberi kesempatan kepada seorang stand up comedian atau komika baru untuk menjajal ataupun mengasah kemampuan. Mereka bisa menyampaikan materi komedi di hadapan penonton yang bisa langsung memberi respons.

2.3.2. Pengaturan

Pengaturan kriteria merek yang mengandung kata telah menjadi milik umum pada saat ini :

1) Menurut Peraturan Perundang-undangan

Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, kriteria kata telah menjadi nama umum atau milik umum adalah kata yang telah dimiliki secara umum. Namun arti kata telah menjadi milik umum menurut penjelasan undang-undang merek diatas belum cukup menjawab bagaimana kriteria kata telah menjadi milik umum.

2) Yurisprudensi

²⁴ Indonesia, Undang – Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 huruf (f).

Di Indonesia, terdapat yurisprudensi yang dapat dijadikan acuan dalam menentukan kriteria kata milik umum yang terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek yaitu putusan no. 958K/Pdt.Sus/2010 tertanggal 9 februari 2012 dalam perkara pada tingkat kasasi antara Sis Continents hotels, Inc. sebagai pemilik terdaftar “HOLIDAY INN” dan “HOLIDAY INN RESORT” yang mengajukan pembatalan terhadap merek “HOLIDAY RESORT LOMBOK” milik PT Lombok Seaside Cottage. Menurut Putusan no. 958K/Pdt.Sus/2010, kata telah menjadi milik umum yang pertama adalah kata yang sudah dikenal luas oleh masyarakat meskipun kata tersebut berasal dari bahasa asing, kata tersebut sudah biasa disebutkan di dalam pergaulan masyarakat dan sudah dikenal sebagai kata umum maka kata tersebut tidak dimonopoli oleh seseorang dan tidak dapat dijadikan merek. Yang kedua adalah bahwa kata milik umum tersebut dikaitkan dengan kata lain maka dapat dijadikan sebagai merek dan dengan demikian kata tersebut dapat didaftarkan kembali oleh pemohon lain. Hal ini dikarenakan apabila kata umum tersebut ditambahkan dengan kata lain akan menimbulkan perbedaan pengertian dan orang lain juga dapat menggunakan kata tersebut menjadi merek.

3) Perjanjian Internasional

Pasal 6 quinquies B ayat 2 *Paris Convention for the protection of Industrial Property* menyatakan bahwa kata milik umum adalah kata yang telah menjadi kebiasaan dalam bahasa di masyarakat atau kebiasaan di dalam praktik perdagangan untuk menggambarkan hal-hal yang diinginkan dan tujuan yang hendak dicapai. Pengaturan kata milik umum di dalam *Paris Convention for the protection of Industrial Property* menjelaskan kriteria kata milik umum adalah kata yang menjadi kebiasaan di dalam masyarakat, namun seharusnya lebih spesifik lagi karena kata yang telah menjadi kebiasaan di dalam masyarakat tidak hanya bahasa setempat saja namun juga bisa berasal dari bahasa asing sehingga pengaturannya harus lebih jelas.

4) Pendapat Hukum

1. Suyud Margono

Menurut Suyud Margono, pengertian merek tidak dapat didaftarkan yang dimaksud dalam Pasal 5 Huruf c tidak hanya dalam arti telah menjadi milik publik (*public domain*) saja, namun juga berkaitan dengan nama jenis (*soortnaam, generic name*). Margono mencari kata telah menjadi milik umum pertama sekali mengacu pada kamus kemudian apabila tidak terdapat di dalam kamus maka menggunakan kata yang biasa di pakai di dalam perdagangan. Kata telah menjadi milik umum juga harus disamakan dengan kata jenis karena kata jenis (*generic name*) karena kata jenis adalah kata-kata yang sudah biasa digunakan oleh masyarakat.

2. Rahmi Jened

Doktrin hukum yang kedua adalah dari Rahmi Jened, yang mengatakan bahwa merek yang memakai tanda atau kata yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum (*public domain*) adalah tanda-tanda yang terdiri dari tanda atau indikasi yang menunjukkan kelaziman atau kebiasaan terkait dengan bahasa yang dikenali secara nasional atau internasional digunakan dalam praktik perdagangan yang jujur.²⁵ Kemudian *Generic name* juga disebutkan di dalam *Black's Law Dictionary*, *generic name* merupakan 'a term that describe something generally without designating the thing's source or creator' diartikan dengan terjemahan bebas kata milik umum adalah merupakan istilah yang menggambarkan sesuatu secara umum tanpa perlu menunjukkan sumber atau penciptanya. Maksudnya adalah setiap orang dapat menggunakan istilah tersebut tanpa harus meminta ijin karena istilah tersebut adalah milik bersama atau milik umum. Kata milik umum adalah kata yang sudah banyak dipakai oleh masyarakat luas, kata yang sering dipakai oleh umum. Misalnya adalah masjid, gereja, palang merah, palang biru, dan salib.

²⁵ Rahmi Jened. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, hlm. 82.

Kriteria kata milik umum menurut penjelasan pada Pasal 20 Huruf F Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dimaksud dengan “nama umum” antara lain Merek “rumah makan” untuk restoran, Merek “warung kopi” untuk kafe. Adapun “lambang milik umum” antara lain “lambang tengkorak” untuk barang berbahaya, lambang “tanda racun” untuk bahan kimia, “lambang sendok dan garpu” untuk jasa restoran.²⁶

Penulisan hukum ini menyimpulkan bahwa merek yang mengandung unsur milik umum adalah kata yang secara umum telah diketahui masyarakat baik itu bahasa nasional maupun internasional, kata umum apabila diikuti oleh kata lain dapat menjadi merek karena kata-kata tersebut sudah tidak umum lagi. Mencari kata umum apabila menimbulkan perdebatan maka dapat mengacu pada kamus bahasa atau kamus hukum. Meskipun sudah dapat dikerucutkan bagaimana kriteria kata yang telah menjadi milik umum tersebut, namun tetap dibutuhkan aturan yang konkrit dalam merumuskan kriteria milik umum, karena apabila tidak dirumuskan di dalam undang-undang terutama di dalam penjelasan Pasal 20 Huruf F Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis agar tidak terjadi subjektifitas pengertian kata milik umum di periksa pada direktorat jenderal di masing-masing wilayah sehingga perwujudan kepastian hukum bagi para pihak terutama pemohon merek dan pemilik merek dapat tercapai. Selain itu diperlukan rumusan yang jelas mengenai kriteria merek yang mengandung unsur milik umum agar tidak terus menerus menjadi perdebatan dan permasalahan-permasalahan baru terkait pendaftaran merek yang mengandung kata milik umum sebagai syarat substantif pendaftaran merek (seperti pada permasalahan merek kopitiam dan merek mendoan yang sudah dipaparkan diatas). Pengaturan tentang bagaimana kriteria kata telah menjadi milik umum itu juga sangat dibutuhkan agar nantinya kepastian hukum dapat dicapai sebagaimana mana yang diamanatkan undang-undang dasar 1945 dan Pasal 20 Huruf F Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Merek tidak dapat tercapai.

²⁶ Indonesia, Undang – Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 huruf (f)

2.4. Profil Instansi

2.4.1. Deskripsi Instansi

Kantor Pengadilan Negeri Metro sebelum berdiri sendiri bergabung dengan Pengadilan Negeri Tanjungkarang Kelas IA, sebelum tahun 1964. Kemudian pada tahun 1964, Kantor Pengadilan Negeri Metro Lampung Tengah berdiri sendiri berdasarkan keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia. No.JK .33/02/10 . Dan Pengadilan Negeri Metro didirikan pada tanggal 2 Agustus 1964 di Jalan Tri Sakti belakang Jalan Polda Metro, kemudian pada tanggal 9 Agustus 1968 kantor Pengadilan Negeri Metro berpindah alamat dari kantor lama ke gedung baru Jl Pangeran Diponegoro No I Metro, Pembangunan Gedung bangunan menelan biaya Rp 6.400.000- (Enam juta empat ratus ribu rupiah) dan diresmikan pada tanggal 25 Februari 1969 oleh Presiden Mahkamah Agung Republik Indonesia yaitu Bapak R. SOBEKTI, S.H. Selama beroperasi Pengadilan Negeri Metro merupakan Pengadilan Negeri Kelas II B, sampai dengan tahun 1999 menjadi Pengadilan Negeri Kelas I B sampai sekarang, dikarenakan tidak adanya perluasan tempat parkir ke lokasi gedung, maka pada tanggal 19 November 2007. berganti alamat kembali ke gedung baru di Jalan Sutan Sjahrir No.01, Kelurahan 16 C, Kecamatan Metro Barat. Sebelum Pengadilan Negeri Metro berdiri sendiri, Kabupaten Lampung Timur dan Lampung Tengah berada dalam wilayah hukum Pengadilan Negeri Metro.

Menyusul dikeluarkannya Keputusan Presiden Nomor 30 Tahun 2004 tentang pembentukan Pengadilan Negeri Gunung Sugih, Pengadilan Negeri Sukadana, dan Pengadilan Negeri Blambangan Umpu, Kabupaten Lampung Timur menjadi wilayah hukum Kabupaten Sukadana dan Kabupaten Lampung Tengah menjadi wilayah hukum Pengadilan Gunung Sugih dan tidak lagi berada di bawah yurisdiksi Pengadilan Negeri Gunung Sugih. Sejak dikeluarkannya Keputusan Presiden Nomor 30 Tahun 2004 tentang Mendirikan Pengadilan Negeri Gunung Sugih, Pengadilan Negeri Sukadana dan Pengadilan Negeri Blambangan Umpu,

wilayah hukum Pengadilan Negeri Metro hanya meliputi 5 kecamatan yaitu Metro Tengah, Metro Barat, Metro Timur, Metro Utara dan Metro Selatan.

2.4.2 Wilayah Yuridiksi

Pengadilan Negeri Metro wilayah hukumnya meliputi wilayah kota metro yang memiliki luas wilayah 68,74 KM², yang terbagi menjadi 5 Kecamatan dan 22 Kelurahan dengan populasi penduduk sebanyak 160.729 jiwa yang terdiri 80.300 jiwa penduduk laki-laki dan 80.429 jiwa penduduk perempuan (berdasarkan data tahun 2016).

2.4.3 Logo Instansi



2.4.4 Visi dan Misi Instansi

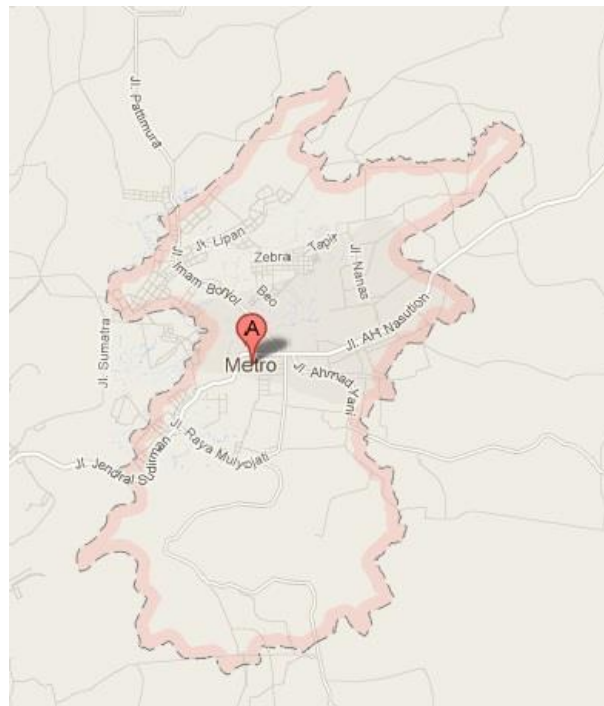
Pengadilan Negeri Metro memiliki visi dan misi antara lain :

Visi : terwujudnya Pengadilan Negeri Metro yang Agung

Misi :

- a. Menjaga Kemandirian Pengadilan Negeri Metro

- b. Memberikan Pelayanan Hukum Yang Berkeadilan Kepada Pencari Keadilan.
- c. Meningkatkan Kualitas Kepemimpinan di Pengadilan Negeri Metro
- d. Meningkatkan Kredibilitas dan Transparansi di Pengadilan Negeri Metro



Gambar 2 Wilayah Yuridiksi Pengadilan Negeri Metro

Pengadilan Negeri Metro Kelas IB berada di Kota Metro yang meliputi :

- a) Kecamatan Metro Pusat yang terdiri dari kelurahan/desa : Metro, Imopuro, Hadimulyo Timur, Hadimulyo Barat, Yosomulyo.
- b) Kecamatan Metro Barat yang terdiri dari kelurahan/desa : Mulyojati, Mulyosari, Ganjar Asri, Ganjar Agung.

- c) Kecamatan Metro Selatan yang terdiri dari kelurahan/desa : Sumpersari, Margorejo, Margodadi, Rejomulyo.
- d) Metro Timur yang terdiri dari kelurahan/desa : Iringmulyo, Yosodadi, Yosorejo, Tejosari, Tejoagung.
- e) Metro Utara yang terdiri dari kelurahan/desa : Banjar Sari, Karang Rejo, Purwosari.

Dengan total luas wilayah 61,79 km² dan dengan total jumlah penduduk 161.380 jiwa.

2.4.5. Tugas Pokok dan Fungsi

a. Tugas Pokok

Berdasarkan ketentuan Pasal 50 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1986 Tentang peradilan Umum, tugas dan kewenangan dari Pengadilan Negeri antara lain mengadili dalam tingkat pertama, yakni menerima, memeriksa, mengadili dan menyelesaikan perkara pidana dan perkara perdata yang menjadi kewenangan pengadilan dalam tingkat pertama.

b. Fungsi

Selain diberikan tugas dan wewenang, pengadilan negeri juga memiliki fungsi sebagai berikut :

1) Fungsi Pembinaan.

Yakni memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk kepada pejabat struktural dan fungsional di bawah jajarannya, baik menyangkut teknis yudicial, administrasi peradilan, maupun administrasi perencanaan/teknologi informasi, umum/perlengkapan, keuangan, kepegawaian, dan pembangunan.

2) Fungsi Pengawasan.

Yakni mengadakan pengawasan melekat atas pelaksanaan tugas dan tingkah laku Hakim, Panitera, Sekretaris, Panitera Pengganti, dan Jurusita/Jurusita Pengganti di bawah jajarannya agar peradilan diselenggarakan dengan seksama dan sewajarnya dan terhadap pelaksanaan administrasi umum kesekretariatan serta pembangunan.

3) Fungsi Nasehat.

Yakni memberikan pertimbangan dan nasehat tentang hukum kepada instansi pemerintah di daerah hukumnya, apabila diminta Fungsi administratif, yakni menyelenggarakan administrasi peradilan (teknis dan persidangan), dan administrasi umum (perencanaan/ teknologi informasi/ pelaporan, kepegawaian/organisasi/tatalaksana dan keuangan/umum/ perlengkapan).

4) Fungsi Lainnya.

Pelayanan penyuluhan hukum, pelayanan riset/penelitian dan sebagainya serta memberi akses yang seluas-luasnya bagi masyarakat dalam era keterbukaan dan transparansi informasi peradilan, sepanjang diatur dalam Keputusan Ketua Mahkamah Agung RI Nomor: 1- 144/KMA/SK/I/2011 tentang Pedoman Pelayanan Informasi di Pengadilan sebagai pengganti Surat Keputusan Ketua Mahkamah Agung RI Nomor: 144/KMA/SK/VIII/2007 tentang Keterbukaan Informasi di Pengadilan.

2.4.6. Sejarah Lokasi Tempat Magang

Kantor Pengadilan Negeri Metro sebelum berdiri sendiri bergabung dengan Pengadilan Negeri Klas IA Tanjung Karang, sebelum tahun 1964. setelah itu pada tahun 1964 kantor Pengadilan Negeri Metro Lampung Tengah ini berdiri sendiri dengan berdasarkan surat Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia No.JK.2/33/10. dan pengadilan Negeri Metro berdiri pada tanggal 02 Agustus 1964 di Jalan Tri Sakti di belakang Polres Metro, lalu pada tanggal 9 Agustus

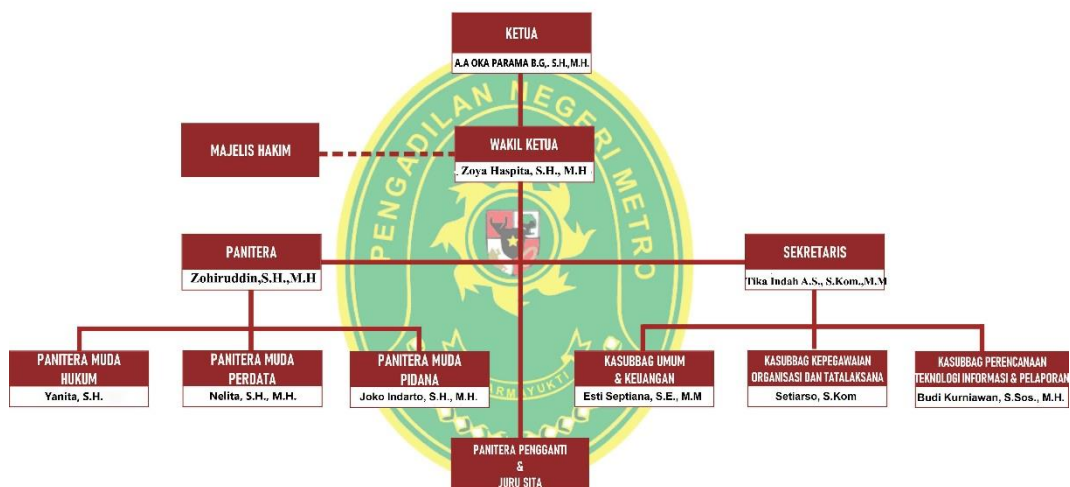
1968 Kantor Pengadilan Negeri Metro pindah alamat dari kantor lama ke Gedung Baru Jl. Pangeran Diponegoro No I Metro, Pembangunan Gedung menghabiskan biaya sebesar RP. 6.400.000,- (Enam Juta Empat Ratus Ribu Rupiah) dan diresmikan pada tanggal 25 Februari 1969 oleh Bapak Ketua Mahkamah Agung RI yaitu Bapak R. SOEBEKTI, S. H.

Dalam perjalanannya Pengadilan Negeri Metro merupakan Pengadilan Negeri Kelas II B, sedangkan pada tahun 1999 meningkat menjadi Pengadilan Negeri Kelas I B sampai dengan sekarang, karena perluasan tempat parkir dalam lokasi Gedung kurang memadai , maka pada tanggal 19 November tahun 2007, Pindah alamat lagi ke Gedung Baru di Jalan Sutan Sjahrir No 01.. Kelurahan 16 C, Kecamatan Metro Barat . Sebelum Pengadilan Negeri Metro berdiri sendiri, Kabupaten Lampung Timur dan Lampung Tengah merupakan bagian wilayah hukum Pengadilan Negeri Metro. Setelah terbit Keppres No.30 tahun 2004 tentang Pembentukan Pengadilan Negeri Gunung Sugih, Pengadilan Negeri Sukadana dan Pengadilan Negeri Blambangan Umpu, maka Kabupaten Lampung Timur menjadi wilayah hukum Pengadilan Negeri Sukadana dan Kabupaten Lampung Tengah menjadi wilayah hukum pengadilan gunung sugih serta tidak tunduk lagi ke wilayah hukum Pengadilan Negeri Metro. Sejak dikeluarkannya Keppres No.30 tahun 2004 tentang Pembentukan Pengadilan Negeri Gunung Sugih, Pengadilan Negeri Sukadana dan Pengadilan Negeri Blambangan Umpu maka wilayah hukum Pengadilan Negeri Metro hanya meliputi 5 kecamatan yaitu Metro Pusat, Metro Barat, Metro Timur, Metro Utara dan Metro Selatan.

2.4.7. Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Mahkamah Agung Nomor 7 Tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kepaniteraan dan Kesekretariatan Peradilan ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut :

STUKTUR ORGANISASI PENGADILAN NEGERI METRO KELAS IB



Gambar Struktur Organisasi Pengadilan Negeri Metro

No.	Jabatan	Nama
1.	Ketua Pengadilan	A.A. Okka Parama Budita Gocara, S.H., M.H.
2.	Wakil Ketua Pengadilan	Zoya Haspita, S.H., M.H.
3.	Majelis Hakim	a. A.A. Okka Parama Budita Gocara, S.H., M.H. b. Zoya Haspita, S.H., M.H. c. Resa Oktaria, S.H., M.H. d. Enro Walesa, S.H., M.H. e. Esti Kusumastuti, S.H., M.H. f. Andri Lemana, S.H., M.H. g. Dwi Aviandari, S.H., M.H. h. Dicky Syarifudin, S.H., M.H. i. Raden Anggara Kurniawan, S.H., M.H. j. Lia Puji Astuti, S.H.
4.	Panitera	Zohiruddin, S.H., M.H.
5.	Sekretaris	Tika Indah Apriyani Susilo, S.Kom.,

		M.M.
6.	Panitera Muda Hukum	Ismono, A.Md., S.H., M.H.
7.	Panitera Muda Pidana	Joko Indarto, S.H., M.H.
8.	Panitera Muda Perdata	Nelita, S.H., M.H.
9.	Kasub Bag Umum dan Keuangan	Esti Septiana, S.E., M.M.
10.	Kasub Bag Kepegawaian, Organisasi dan Tata Laksana	Setiarso, S.Kom.
11.	Kasub Bag Perencanaan, Teknologi Informasi, dan Pelaporan	Budi Kurniawan, S.Sos., M.H.
12.	Panitera Pengganti	<ul style="list-style-type: none"> a. Edi Gunawan, S.H. b. Sugiono, S.H. c. Ngatiman, S.H. d. Irwan Saputra, S.H. e. Sukarsono, S.H. f. Fil'ardi, S.H., M.H. g. Rygo Iman Phalipi, S.H., M.H. h. Lisza Ayumasdaria, S.H. i. Brahmantya Budi Setyawan, S.H. j. Tri Lisyani, S.I.Kom., M.H. k. Antonius Ringgo Yunanto, S.H. l. Dewi Setiawati, S.H., M.H.
13.	Juru Sita	Fahmiyadi Sobhi, S.E.
14.	Jurusita Pengganti	<ul style="list-style-type: none"> a. Maruya b. Ahyan Aziz, S.H. c. Tarika Anggi Pramono

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif analisis dilakukan apabila masalah yang diteliti merupakan suatu fakta yang terjadi, dan tujuannya adalah untuk menjelaskan mengenai status saat ini dari subjek yang diteliti.

3.1.2. Tipe Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan hukum ini adalah penelitian dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi dengan menggunakan pendekatan Undang-Undang (*statue approach*) dilakukan dengan menelaah semua Undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.²⁷ Penelitian hukum normatif dapat dilakukan dengan studi kepustakaan yang merupakan data sekunder berupa bahan hukum baik yang bersifat khusus atau bersifat umum. Dalam penelitian hukum normatif ini yang berkaitan dengan kata milik umum di dalam penjelasan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, dan Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

²⁷ Peter Mahmud Marzuki. 2008. *Penelitian Hukum cetakan kedua*. Jakarta: Kencana, hlm. 29.

3.1.3 Pendekatan Penelitian

Mengikuti karakter ilmu hukum dalam arti luas, dan secara spesies, mengikuti karakter keilmuan hukum sesuai dengan bidang spesialisasi studi ilmu hukum. Karakter ilmu hukum tidak lain adalah normatif, sehingga penelitian ini merupakan penelitian normatif. Bahwa dalam penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif. Yaitu pendekatan yang tidak hanya mengkaji hukum dalam arti Perundang – undangan semata akan tetapi meliputi aspek yang lebih luas, segala sesuatu yang dapat ditelusuri melalui bahan kepustakaan.²⁸

3.1.4. Data dan Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian hukum normatif ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh dari bahan - bahan pustaka. Adapun sumber tersebut meliputi :

a. Bahan Hukum Primer

Yakni data atau bahan yang diperoleh dari hukum yang mengikat yakni terdiri dari Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, dan Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memiliki hubungan erat terkait dengan bahan hukum primer guna membantu dalam menganalisis dan memahami bahan hukum primer.²⁹ Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer yang terdiri atas doktrin, buku, hasil penelitian, artikel, internet dan lain sebagainya.

²⁸ Nurul Qamar dkk. 2017. *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*". Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn), hlm. 49.

²⁹ Jhonny Ibrahim. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Banyumedia, hlm 295.

3.1.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian hukum ini, metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan studi kepustakaan, yaitu dengan mempelajari bahan hukum primer dan sekunder dengan tujuan untuk memperoleh informasi terkait dengan penelitian ini. Pengumpulan data ini diperoleh dari buku, jurnal, hasil penelitian, website.

3.1.6. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yakni Teknik penulisan Deskriptif Analisis, yaitu menjelaskan secara rinci dan sistematis terhadap pemecahan masalah. Analisis data yang diperoleh dari penelitian dengan mendasarkan pada aturan hukum, pendapat hukum atau teori, dalam rangka menjawab permasalahan penelitian.

3.2. Metode Praktek Kerja Lapangan

3.2.1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kerja Lapangan dilakukan pada tanggal 16 Maret 2023 sampai 26 Juli 2023, yang dilaksanakan di Pengadilan Negeri Metro Kelas I B, dengan waktu kerja yaitu :

- a. Jam kerja hari Senin sampai dengan Kamis pukul 08.00 – 16.30 WIB
- b. Jam kerja hari Jumat pukul 08.00 – 17.00 WIB

3.2.2. Metode Pelaksanaan

Metode – metode yang akan digunakan selama melaksanakan Program Magang MBKM di Pengadilan Negeri Metro Kelas I B, antara lain :

a. Wawancara (interview)

Wawancara dilakukan oleh penulis dengan mewawancarai beberapa hakim.

b. Studi Literatur (literature Review)

Dengan ini penulis mencari bahan data untuk laporan akhir yang diperbolehkan oleh Pengadilan Negeri Metro Kelas I B, dengan menggunakan metode literatur atau kepustakaan, berupa buku-buku, artikel, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini. Dari hasil tersebut kemudian penulis mengklasifikasikan dan di analisa secara sistematis sesuai dengan cara penulisan hasil laporan akhir magang.

b. Pengamatan Langsung

Suatu tindakan observasi sistem kerja dan juga pola kerja pada karyawan di Pengadilan Negeri Metro Kelas I B.

c. Praktik Lapangan

Ikut melakukan praktik secara langsung terhadap kegiatan – kegiatan yang telah disusun, sebelum dilakukan praktik terlebih dahulu menyimak penyampaian materi dan pengarahan yang diberikan oleh pembimbing lapangan maupun *staff* lain yang bertugas.

d. Evaluasi

Dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak hasil yang didapat dari kegiatan yang telah dilakukan.

3.2.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari dilaksanakannya praktik magang kerja adalah sebagai berikut :

a. Bagi Unila :

1. Sebagai sarana menjalin kerjasama antara Fakultas Hukum Universitas Lampung dengan Pengadilan Negeri Metro Kelas I B.
2. Sebagai bahan masukan dan evaluasi program MBKM di Fakultas Hukum untuk menghasilkan lulusan – lulusan yang terampil sesuai dengan kebutuhan dalam dunia kerja.

3. Sebagai bahan promosi Fakultas Hukum Universitas Lampung.

b. Bagi Mahasiswa :

1. Mengetahui dan menambah wawasan bagi mahasiswa dalam beracara di Pengadilan Negeri.
2. Memberikan pengetahuan baru terhadap mahasiswa tentang penerapan ilmu atau teori yang selama ini diperoleh pada saat masa perkuliahan dan dapat membandingkan dengan kondisi yang sebenarnya ada di lapangan.
3. Mengkaji permasalahan – permasalahan praktis dalam dunia kerja dan mampu memberikan alternatif pemecahan sesuai dengan teori yang ada.
4. Membekali mahasiswa agar memiliki pengalaman dan keterampilan praktis dalam menyelesaikan perkara di Pengadilan Negeri.

3.2.4. Manfaat Kerja Magang

Adapun manfaat kegiatan magang kerja adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa dapat mengetahui secara detail mengenai cakupan tugas dan wewenang Pengadilan Negeri.
2. Mahasiswa dapat mengetahui proses – proses berperkara di Pengadilan Negeri.
3. Meningkatkan rasa percaya diri, disiplin, tanggungjawab dan bekerja dalam bentuk tim.
4. Sebagai sarana bagi mahasiswa dalam melatih mental dan sikap di dalam dunia kerja.
5. Mahasiswa dapat mengetahui apa saja yang kurang dalam dirinya sehingga dapat mengembangkannya dan siap dalam dunia kerja.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dari rumusan masalah, penulis akan paparkan dari pembahasan dan uraian di atas. Maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Akibat Hukum adanya pendaftaran merek “Open Mic Indonesia” yang menggunakan istilah umum, yakni berdampak pada sejumlah komika yang terdampak setelah adanya pendaftaran tersebut. Pendaftaran merek “Open Mic Indonesia” itu sendiri telah tercatat sebagai merek yang telah didaftarkan pada 28 Mei 2013 dan resmi tercatat sejak 5 Juni 2015 oleh komika Ramon Pavana yang telah tercatat sebagai pemilik merek tersebut. Salah satu komika yang telah terkena dampaknya berimbas pada didapatkannya somasi berupa tuntutan sebesar 1 Miliar Rupiah pada tahun 2019, dan tidak hanya berdampak pada perseorangan saja, sudah ada beberapa kafe yang diberikan somasi hingga 250 juta yang terdampak dikarenakan pendaftaran somasi tersebut, dikarenakan mengadakan acara dengan sebutan “Open Mic”.

Dengan adanya pendaftaran merek “Open Mic Indonesia” yang menggunakan istilah umum, mengakibatkan masyarakat tidak dapat menggunakan kata tersebut yang seharusnya kata tersebut merupakan milik publik. Terkait penggunaan kata pada pendaftaran merek yang menggunakan istilah umum serta dapat mengganggu ketertiban umum, pada Pasal 20 huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Yang dimaksud dengan “bertentangan dengan ketertiban umum” adalah tidak sejalan dengan peraturan yang ada dalam masyarakat yang sifatnya menyeluruh seperti menyinggung perasaan masyarakat atau golongan, menyinggung kesopanan atau etika

umum masyarakat, dan menyinggung ketentraman masyarakat atau golongan.

Dalam hal ini Pendaftaran merek “Open Mic Indonesia” telah dianggap mengganggu ketertiban umum. Kata tersebut merupakan istilah umum yang sudah seharusnya menjadi milik umum / publik. Pihak yang terdampak dengan adanya Pendaftaran merek “Open Mic Indonesia” ini ialah Komunitas Stand Up Comedy Indonesia. Komunitas Stand Up Comedy Indonesia menggugat merek “Open Mic” Indonesia milik komedian Ramon Papan, Gugatan atas pembatalan merek “Open Mic Indonesia”.

2. Terkait Pembatalan merek terhadap merek “Open Mic Indonesia” dapat dilakukan dikarenakan adanya persamaan pada pokoknya antara merek yang satu dengan merek yang lain. Menurut penjelasan Pasal 21 Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan persamaan pada pokoknya adalah kemiripan pada unsur yang dominan pada suatu merek sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan. Persamaan ini bisa karena adanya persamaan bentuk, cara penulisan, cara penempatan, bunyi ucapan, atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut.

Maka dengan ketentuan tersebut, majelis hakim Pengadilan Niaga Jakarta Pusat mengabulkan gugatan pembatalan merek dagang Open Mic. Majelis Hakim Pengadilan Niaga memutuskan bahwa merek “Open Mic Indonesia” yang didaftarkan oleh Ramon Papan tersebut harus dibatalkan. Majelis hakim mengabulkan gugatan ini atas pertimbangan bahwa open mic adalah kata milik umum sehingga merek tersebut mengganggu ketertiban umum dan tidak boleh dikuasai seseorang.

5.2 Saran

Saran-saran yang penulis coba paparkan dari kesimpulan atau bab-bab yang penulis uraikan di atas, yakni bagi Pemerintah dalam hal ini ialah Direktorat

Jenderal agar memperbaiki kejelasan dalam memberi syarat – syarat apa saja yang harus di penuhi dalam hal pendaftaran suatu merek. Dan lebih teliti dalam proses pemeriksaan substantif pendaftaran merek sehingga tidak akan menimbulkan permasalahan hukum baru di masyarakat. Dengan memperhatikan aspek sosiologis, apakah kata yang akan di daftarkan tersebut sudah tidak asing bagi masyarakat umum. Harus ada keseragaman pemahaman mengenai kriteria merek yang tidak dapat didaftarkan. Serta Pemerintah juga harus lebih berperan aktif didalam hal mengawasi pendaftaran tersebut. Dengan demikian diharapkan tidak terjadi lagi kerugian yang dialami oleh masyarakat yang dapat mengganggu ketertiban umum.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001
- Casavera, 2009, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Cita Yustisia Sertifiyani & Iswi Hariyani & R. Sertifianto D.P., 2017, *Buku Pintar HAKI DAN WARISAN BUDAYA*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Direktorat Jenderal HKI, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual (Pertanyaan & Jawabannya)*, Jakarta: Direktorat HKI Depkeh & HAM, 2000
- Dr. H. OK. Saidin, SH., M.Hum., *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Edisi Revisi, Jakarta, Rajawali Pers
- H.M.N Purwo Sutjipto, *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Djambatan, 1984
- Henry Soelistyo, 2017, *Bad faith Dalam Hukum Merek*, Cet.II, PT Maharsa Artha Mulia, Yogyakarta
- Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, *Pustaka Yustisia*, Yogyakarta, 2011
- Indirani Wauran dan Titon Slamet Kurnia, *confusion dan pembatalan merek oleh pengadilan.*, MIMBAR HUKUM volume 27, nomor 2, juli 2015.
- Jhonny Ibrahim, 2006, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Banyumedia Malang
- Mimbar keadilan, *Jurnal Ilmu Hukum* edisi Januari-Juni 2014.
- Ni Ketut Supasti Dharmawan, et al., 2016, *Buku Ajar Hak Kekayaan intelektual (HKI)*, Deepublish, Yogyakarta
- Nurul Qamar dkk., *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*, Makassar: CV. Social Politic Genius (SIGn), 2017

OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT RajaGrafindo Persada, 2015

Peter Mahmud Marzuki, 2008, *Penelitian Hukum* cetakan kedua, Kencana, Jakarta, hlm. 29

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 2, Jakarta: Prehalindo, 2002, hlm. 460. (Dikutip dari Ilmi Hasanuddin, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pemirsa Pada Program Acara Radio Cosmo, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, Bandung, 2010)

Primadiana Yunita, *HaKI dan Masyarakat Ekonomi ASEAN*, (Malang: Cempluk Aksara, 2019)

R. soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid I, Dian Rakyat, Jakarta, 1983

Rachmadi Usman, *Hukum HAK atas Kekayaan Intelektual*, PT ALUMNI, Bandung, 2003

Rahmi Janed Parinduri Nasution, 2013, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan (Penyalahgunaan HKI)*, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta

Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek Dalam Era Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, PT Kharisma Putra Utama, Jakarta, hlm. 291.

Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Prenadamedia Group, Jakarta

Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, alumni, Bandung 1987

Suryatin, *Hukum Dagang I Dan II*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1980

Suyud Margono., *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek.*, Novindo Pustaka Mandiri., 2002

B. Jurnal

Mandras Januari Siregar, 2013, Pembatalan Merek Di Pengadilan Niaga Medan (Studi Putusan No. 03/Merek/2008/PN.Niaga/Medan), Mercatoria Vol.6 No.2, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Negeri Medan

C. Peraturan

Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang – Undang No. 20 Tahun 2001 Tentang Merek

D. Internet

Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar

Bahasa Indonesia Daring, URL : <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>,

diakses pada tanggal 24 Juni 2023