

# TINJAUAN FILOSOFIS PERLINDUNGAN HAK MILIK ATAS MEREK

**AGUNG SUJATMIKO**

Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan, Surabaya 60286, Email: agung\_sujatmiko@yahoo.com

## ABSTRACT

As part of Intellectual Property Rights, trademarks is an exclusive right. The rights contains two rights; to use and to license the trademarks. According to Jeremy Bentham all of property is based on utility or happiness for majority people. On the other hand, according to Rousseau the property has social functions. The philosophy aspects of trademarks as property can be used as guide that a trademark must be protected from infringement. The protection of trademarks is very important, because trademarks has economic value.

Key Words: trademarks, property, protection, infringement.

## I. PENDAHULUAN



Hak atas merek adalah hak yang bersifat khusus (*exclusive*) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin pada orang lain untuk menggunakannya. Pemberian hak khusus oleh negara tersebut, membawa konsekuensi bahwa untuk mendapatkannya harus melalui mekanisme pendaftaran, sehingga sifat pendaftaran adalah wajib (*compulsory*). Agar hak merek tersebut mendapat perlindungan dan pengakuan dari negara, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara. Jika suatu merek tidak didaftarkan, maka merek tersebut tidak akan dilindungi oleh negara. Konsekuensinya merek tersebut dapat digunakan oleh setiap orang. Orang lain dapat menggunakannya tanpa seizin pemiliknya, sebab merek tersebut masih menjadi milik umum (*public domain*). Untuk menjadi milik pribadi (*private domain*), maka pemiliknya harus mendaftarkannya pada Kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Departemen Hukum dan HAM RI. Hal ini sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 3 Undang-Undang Merek (UUM) yang mensyaratkan bahwa pendaftaran merek merupakan suatu kewajiban yang harus

dilakukan oleh pemilik merek agar hak mereknya dilindungi oleh negara.

Menurut Rahmi Jened umumnya hak atas merek diperoleh melalui prosedur pendaftaran, walau di beberapa negara dikenal juga merek yang tidak terdaftar (*unregistered trademark*) yang dilindungi berdasarkan tradisi *common law* yang disebut *equity*. *Common Law* adalah tradisi hukum yang diwarisi dari *Anglo Saxon* yang berasal dari Kerajaan Inggris (*British Empire*) beserta koloninya, sementara *Civil Law* merupakan tradisi yang diwarisi dari hukum Romawi yang dimulai pada 450 sebelum masehi ( Jened, 2000: 2).

Pasal 27 ayat 2 *Universal Declaration of Human Rights* 1948 menyebutkan, “*everyone has the right to the protection of the moral and the material interest resulting from any scientific, literary, or artistic production of which he/she is the author.*” Apa yang tertuang dalam Piagam tersebut membuktikan bahwa seseorang yang menghasilkan suatu karya intelektual dapat dikatakan memiliki semacam *natural rights* atas karya tersebut.

Dhiana Puspitawati mengatakan pemberian hak natural semacam itu dapat mengakibatkan suatu monopoli oleh pencipta atas karyanya. Adanya perlindungan hukum terhadap karya yang dihasilkan, dapat memotivasi seorang penemu untuk mengembangkan penemuannya, sehingga akan banyak karya-karya yang akan dihasilkan. Sebaliknya, jika karya intelektual tidak dilindungi oleh hukum, maka seorang penemu tidak akan termotivasi untuk menghasilkan karya-karya intelektual, sehingga akan berakibat pada kurangnya karya-karya intelektual yang dihasilkan (Puspitawati, 2001: 45). Apa yang dikemukakan oleh Dhiana Puspitawati tersebut sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Cooter dan Ulen “*...without a legal monopoly, not enough information will be produced, but with the legal monopoly too little of the information to be used.*” Oleh karena itu, dalam menentukan pemberian HKI atas suatu karya intelektual harus tetap memperhatikan “*welfare of the society*” (Puspitawati, 2001:45).

Beranjak dari uraian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam artikel ini adalah bagaimana aspek filosofis perlindungan hak atas merek.

## II. METODE PENELITIAN

### A. METODE PENDEKATAN

Penelitian hukum ini bersifat normatif, mengingat pembahasannya difokuskan pada peraturan perundang-undangan di bidang merek dan peraturan perundangan lain yang terkait, (Marzuki, 2000: 16). Pendekatan masalahnya adalah pendekatan undang-undang (*statute approach*), (Marzuki, 2005: 93). Menyangkut pembahasan tentang dasar filosofis perlindungan hukum merek digunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

### B. BAHAN HUKUM

Bahan-bahan hukum yang dipergunakan berupa bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang

mengatur tentang Merek. Peraturan perundangan yang utama adalah UU No. 15/2001 tentang Merek serta peraturan pelaksanaannya, UU No.5/ 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, UU No. 10/1995 tentang Kepabeanaan, PP No. 42/2007 tentang Waralaba. Sedangkan perjanjian internasionalnya adalah persetujuan TRIPs, sementara yang menyangkut konvensi yakni *Paris Convention for The Protecion of Industrial Property*. Bahan hukum sekunder diperoleh dari buku teks/literatur yang membahas tentang prinsip dasar perlindungan merek.

### C. PROSEDUR PENGUMPULAN BAHAN HUKUM

Bahan-bahan hukum primer berupa perundang-undangan di bidang merek dan peraturan pelaksanaannya dikumpulkan melalui metode inventarisasi dan kategorisasi. Bahan hukum lainnya dikumpulkan dengan sistem kartu catatan, baik dengan kartu ikhtisar yang memuat ringkasan tulisan sesuai aslinya, dan secara garis besar, kartu kutipan yang dipergunakan untuk mencatat pokok permasalahan yang disajikan, serta kartu ulasan yang berisi analisis atas masalah yang ditemukan.

### D. ANALISIS BAHAN HUKUM

Terhadap bahan hukum primer dan sekunder yang telah terkumpul melalui inventarisasi tersebut, kemudian dikelompokkan dan dikaji dengan pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*) untuk memperoleh pengetahuan yang mendasar dari bahan hukum tersebut dikaitkan dengan teori-teori yang ada. Setelah itu, bahan hukum yang telah diklasifikasikan tersebut kemudian dianalisis, dikaji, dan dipelajari dengan membandingkan dengan doktrin, teori dan prinsip hukum yang dikemukakan para ahli, yang pada akhirnya dianalisis secara normatif dengan memberikan argumentasi hukum.

## III. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

### KONSEP HAK MEREK SEBAGAI SUATU HAK MILIK (PROPERTY)

Hak merek merupakan bagian dari hak milik (*property*). Menurut *John Locke*, yang mengajarkan teori tentang kepemilikan (*property*), hak merek berkaitan dengan Hak Azasi Manusia / HAM, (*Human Rights*) dengan pernyataannya yang terkenal: *Life, Liberty and Property* (Jened, 2007: 25-26). *John Locke* membuat pernyataan bahwa semula dalam status *naturales* (*state of nature*) suasana aman tenteram dan tidak ada hukum positif yang membagi kepemilikan atau pemberian wewenang seorang tertentu untuk memerintah orang lain. Hal itu merupakan kewajiban moral atas perilaku seseorang terhadap orang lain. Kewajiban mana dibebankan oleh Tuhan dan hal itu dapat dilihat dari berbagai alasan. Namun kemudian, status *naturalis* tidak dapat terus dipertahankan, karena negara tersebut tidak memiliki hakim yang dapat memberikan terjemahan yang mengikat dari

hukum alam untuk menyelesaikan pertentangan kepentingan antara individu. Untuk itu rakyat membentuk status civiles (*state of civilized*) karena kewenangannya akan menyediakan suatu pengaman bagi hak-hak alamiah yang tidak tersedia dalam status naturalis (Jened, 2007: 25-26).

Sementara itu konsep “*Right, Ethic and State*” yang dikembangkan oleh *Friderich Hegel* pada intinya menyatakan bahwa sebagai eksistensi kepribadian (*The Existence of Personality*), kekayaan diantara sesuatu kebendaan lainnya, adalah sarana dimana seseorang dapat secara obyektif mengemukakan kehendak pribadi dan tunggal (Jened, 2007: 17). *Hegel* mempertahankan konsepnya tentang kekayaan (*property*) dengan membedakan antara fungsi kemudahan pilihan dari institusi kekayaan (*property institution*) secara inheren pada level hak abstrak (*abstract right*) dari evolusi optimum dalam etika kehidupan (*ethical life*). Kepribadian (*personality*) sebagai kekuatan yang memberikan kemampuan untuk mengenali dirinya sendiri dan menterjemahkan kebebasannya secara eksternal untuk eksis sebagai statu ide. Untuk itu, menurut *Hegel* suatu kekayaan (*property*) pada suatu tahap tertentu harus menjadi suatu hal yang bersifat pribadi (*private*) dan kekayaan pribadi menjadi lembaga yang bersifat universal. Hal inilah yang menjadi dasar pembenaran HKI (Jened, 2006: 17). Hak kebendaan tersebut bersifat khusus (*exclusive*) yang bersifat tunggal (*single right*), monopoli (*monopoly right*) dan paling unggul (*superior right*) (Harahap, 1996: 616). Ketiga sifat tersebut pada dasarnya merupakan manifestasi bahwa siapa yang memiliki HKI, ia dapat berbuat bebas untuk menggunakan haknya dan melarang orang lain tanpa ijinnya untuk menggunakan hak tersebut.

Baik konsepsi John Locke maupun Hegel berawal dari teori hukum alam yang bersumber pada moralitas tentang apa yang baik dan apa yang buruk. Hak alamiah (*natural rights*) diderivasi dari alam yang sesungguhnya untuk materi yang berwujud. Keduanya tidak langsung memberikan konsepsi tentang Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*), artinya konsep umum dan pembenaran kekayaan telah didominasi dari kekayaan yang berwujud (*physical property*). John Locke menganggap bahwa barang-barang disediakan, namun tidak dapat dinikmati dalam *status naturalis*, sehingga seseorang harus mengkonversi barang-barang tersebut dari barang alamiah (*natural good*) menjadi barang pribadi (*private goods*) dengan melaksanakan upayanya terhadap barang-barang tersebut. Nilai tambah atas upaya pada barang-barang tersebut membuat barang-barang tersebut mampu dinikmati. Upaya yang telah dikorbankan seseorang inilah yang harus dihargai (Jened, 2006: 16). Penghargaan itu diwujudkan dalam bentuk hak, yang bisa berupa Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*), di mana salah satu di antaranya berupa Hak Merek (*trademark rights*).

Pemikiran tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan oleh William van Caenegem “*at the most basic level, intellectual property rihts are said to provide an incentive for the production of intellectual goods that are of cultural or practical value to society*” (Caenegem,

2006: 8). *Incentive* dalam konteks ini tidak lain merupakan suatu penghargaan, bahwa kepada seseorang yang telah bersusah payah menghasilkan karya intelektual harus diberikan penghargaan yang sepadan dalam bentuk hak yang sifatnya monopoli dan ekonomis. Kebijakan pemberian hak yang bersifat monopoli itu berlaku secara universal dan aktual, sebagaimana dikatakan oleh William van Caenege, " *policy issues in intellectual property law are often addressed in terms of monopoly*" (Caenegem, 2006: 9).

Penghargaan dalam bentuk *incentive* tersebut merupakan *reward* yang diberikan oleh negara kepada orang yang telah bersusah payah berfikir menciptakan ide sebagai suatu gagasan karya intelektual yang bersifat khas dan pribadi, dengan memiliki ciri dan kepribadian tertentu. Karya intelektual yang berupa merek tersebut patut diberi penghargaan dalam bentuk perlindungan hukum, manakala telah didaftarkan pada negara.

Hal itu sebagaimana dikatakan oleh John Locke yang menekankan pada upaya dalam menghasilkan kreasi intelektual merupakan hak yang harus dihargai dan secara langsung upaya tersebut berimplikasi pada kompensasi ekonomi (*incentive*) (Canegem, 2006:9). Hal senada juga dikatakan oleh Mark J Davison:

Hence, it is argued that there is no incentive to write a novel, produce an artistic work or make a film if it can be copied by anyone who chooses to do so. Similarly, even if the work may be created even without the incentive of intellectual property rights, there is a little incentive for a creator to undertake the further and possibly even more difficult task of disseminating the subject matter to the public at large (Davison, 2008: 3).

Konsep John Locke tersebut oleh Hegel dilengkapi dengan penekanan kreasi intelektual merupakan perwujudan kepribadian (*personality*) sebagai hak abstrak (*abstract right*) sebagai alasan manusia eksis dan penghargaan tidak semata-mata kompensasi ekonomi, tetapi lebih bersifat etis dan moral (*reward*) yang berimplikasi pada pengakuan hak moral (*moral right*). Menurut Hegel, kekayaan (*property*) sebagai identifikasi pribadi juga memberikan manfaat bagi masyarakat (Davison, 2008: 3).

Sementara Jean Jacques Rousseau mengatakan bahwa konsep tentang hak milik berangkat dari hak kodrati. Milik atas jumlah terbatas, yang dapat digarap oleh seseorang adalah hak yang keramat, sementara milik yang tak terbatas yang dibenarkan oleh John Locke dan kemudian merupakan ketentuan dalam masyarakat-masyarakat Eropa modern, tidak dapat dibenarkan karena ketentuan itu merampas setiap milik seluruhnya kebanyakan orang dan dengan demikian bertentangan dengan hak alamiah dan pemerintah yang menjunjung tinggi hal tersebut sungguh tidak adil (Macpherson, 1989: 37).

Konsep Rousseau tersebut menekankan pada fungsi hak milik (*property*) harus berfungsi sosial. Sebenarnya dalam HKI pun, konsep seperti itu sudah ada. Hal itu terbukti pada Hak Cipta dengan konsep asas *fair dealing* (pembatasan) yang dianut dalam UU No. 19/ 2002 tentang Hak Cipta. Demikian juga dalam UU No. 14/2001 tentang Paten , yang mengenal adanya lisensi wajib (*compulsory license*). Kedua hal tersebut pada dasarnya bertujuan untuk memberikan kesempatan pada pihak/orang lain, untuk menggunakan

HKI yang bersifat eksklusif, yang cenderung bersifat monopoli.

Konsep seperti dalam hak cipta dan paten tersebut terdapat juga dalam hak merek, meskipun tidak sama, yakni dalam bentuk perjanjian lisensi merek, karena perjanjian lisensi merek pada dasarnya adalah juga untuk memberikan kesempatan pada pihak/orang lain untuk menggunakan hak merek tanpa melanggar hak eksklusif merek.

Menyangkut konsep merek sebagai suatu *property*, Jeremy Bentham berpendapat bahwa semua hak milik dan hak-hak pemerintah didasarkan atas azas kegunaan atau kebahagiaan terbesar bagi umat manusia, kebahagiaan yang diukur dengan banyaknya kesenangan yang melebihi penderitaan (Macpherson, 1989: 49). Konsep HKI memandang bahwa kegunaan yang dimaksudkan oleh Bentham tersebut diwujudkan dalam berbagai manfaat atas kepemilikan atas suatu hak milik intelektual yang bermanfaat bagi manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Contohnya, hak merek yang bermanfaat untuk membedakan antara barang dan atau jasa sejenis, sehingga sangat membantu pengusaha dalam memproduksi dan memasarkan merek barang dan atau jasa. Konsep Jeremy Bentham tersebut lebih menekankan pada fungsi dan manfaat.

Pemikiran John Locke yang tertuang dalam *labour theory of property* dan *doktrin utilitarian* menyatakan bahwa obyek yang dihasilkan oleh seseorang melalui perpaduan antara *labour* dan *resources* adalah merupakan hak milik orang tersebut. Meskipun demikian, teori tersebut ada batasannya yaitu tidak ada batasan jumlah hak milik yang dapat dipunyai seseorang sepanjang hal tersebut tidak akan merugikan orang lain. Sementara doktrin *utilitarian*, berusaha untuk memaksimalkan kesejahteraan kelompok. Doktrin itu mengatakan bahwa HKI memberi kompensasi kepada mereka yang menghasilkan karya-karya intelektual. Sebaliknya tanpa HKI, karya intelektual akan mudah dibajak dan hal itu akan memadamkan motivasi penemu/pencipta untuk menghasilkan karya-karya intelektual. Doktrin *utilitarian* menekankan pada kesejahteraan jangka panjang dari masyarakat, sehingga penggunaan karya-karya intelektual ditujukan untuk masa depan (Macpherson, 1989: 49).

Doktrin *utilitarian* tersebut sejalan dengan Pasal 27 ayat (1) *Universal Declaration of Human Rights* yang menyebutkan, “*everyone has the right freely to participate in the cultural life of the community, to enjoy the arts and to share in scientific advancement and its benefits*” Pasal tersebut mempertegas bahwa setiap orang berhak menikmati karya-karya intelektual, sehingga akan sangat penting untuk mendapatkan akses ke komoditi-komoditi yang menguasai hajat hidup orang banyak. Pemberian suatu HKI, harus tetap memperhatikan peningkatan kesejahteraan masyarakat, sehingga dalam mengabulkan permohonan HKI harus mengingat ‘*society welfare*’ (kesejahteraan masyarakat) dan tidak menetapkan semua karya intelektual dalam suatu tingkatan perlindungan yang sama (Macpherson, 1989: 49).

Pada dasarnya hak merek sebagai bagian dari HKI dihasilkan dan dikembangkan

atas dasar pemikiran yang mendalam dan biaya yang besar. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap pemilik hak merek dipandang sebagai sesuatu yang wajar. *Reward theory* menyatakan bahwa perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik hak merek adalah identik dengan penghargaan. Penghargaan itu diwujudkan dalam bentuk proteksi kepada pemilik merek terhadap siapa saja yang melakukan pelanggaran terhadap hak mereknya. Sementara *incentive theory* menyatakan bahwa penghargaan tersebut akan memberikan rangsangan bagi para pihak untuk menciptakan karya-karya intelektual baru yang lebih inovatif (Ismono, 2005: 79).

Menurut Sunaryati Hartono beberapa teori tersebut didasarkan pada empat prinsip hak kekayaan intelektual pada umumnya yakni prinsip keadilan, prinsip ekonomi, prinsip kebudayaan dan prinsip sosial. Prinsip keadilan berkaitan dengan penghargaan terhadap pencipta karya intelektual. Penghargaan tersebut dapat berupa materi maupun bukan materi seperti adanya rasa aman karena dilindungi dan diakui atas hasil karyanya. Prinsip ekonomi menekankan bahwa hak kekayaan intelektual merupakan suatu bentuk kekayaan bagi pemiliknya (Hartono, 1982: 124). Kepemilikan tersebut akan mendapatkan manfaat ekonomi dalam bentuk *royalty* kalau dilisensikan. Prinsip kebudayaan menyatakan bahwa karya intelektual manusia dapat menimbulkan suatu gerak hidup, membangkitkan semangat dan minat untuk mendorong lahirnya karya intelektual baru. Konsep ini menekankan pertumbuhan dan perkembangan hak kekayaan intelektual sangat besar artinya bagi taraf kehidupan peradaban dan martabat manusia. Prinsip sosial berkaitan dengan tujuan pemberian hak kekayaan intelektual yang tidak hanya memenuhi kepentingan perseorangan atau badan hukum saja, melainkan juga memberikan kemaslahatan bagi masyarakat, bangsa dan negara. Pendapat Sunaryati Hartono tersebut pada dasarnya sama dengan pendapat Jeremy Bentham, yang mengatakan bahwa semua hak milik diletakkan pada azas kegunaan atau kebahagiaan terbesar bagi umat manusia, kebahagiaan yang diukur dengan banyaknya kesenangan yang melebihi penderitaan. (Macpherson, 1989: 49).

Hak eksklusif yang terdapat dalam hak merek, menurut Yahya Harahap meliputi jangkauan: (Hartono, 1982: 124).

- a. menciptakan hak tunggal (*sole or single right*), artinya dalam hal ini negara memberi hak tersendiri kepada pemilik merek, dimana hak terpisah dan berdiri sendiri secara utuh tanpa campur tangan dan intervensi pihak lain;
- b. mewujudkan hak monopolistis (*monopoly right*), artinya dengan hak monopoli berarti melarang siapapun untuk meniru, memakai dan mempergunakan mereknya dalam perdagangan barang atau jasa tanpa izin pemilik merek;
- c. memberi hak paling unggul (*superior right*), artinya dengan memegang hak khusus atas merek akan mengungguli merek orang lain untuk dilindungi.

Hak eksklusif yang berupa hak monopoli tersebut telah dijamin sepenuhnya dalam Pasal 50b UU No. 5/1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang dengan tegas menyatakan, “Yang dikecualikan dari ketentuan undang-undang ini adalah perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronika terpadu, dan rahasia dagang, serta perjanjian yang berkaitan dengan waralaba”. Dalam hak merek, karena merupakan hak kekayaan intelektual, manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh pemiliknya, tetapi juga masyarakat luas.

Konsep harta kekayaan menurut hukum Indonesia, meliputi benda dan hubungan hukum untuk memperoleh benda tersebut, dengan kata lain, meliputi benda (*zaak*) dan perikatan (*verbintenis*). Sementara harta kekayaan adalah milik seseorang yang memiliki nilai ekonomi. Menurut Pasal 499 BW pengertian benda (*zaak*) meliputi barang dan hak (*recht*). Baik harta kekayaan maupun hak yang melekat di atasnya diakui dan dilindungi berdasarkan bukti yang sah.

Pengertian hak yang terdapat dalam Hak Kekayaan Intelektual, termasuk di dalamnya hak merek, terdapat beberapa prinsip yakni, hak otoritas dan hak privat: (Purba, 2005: 12).

### 1. HAK OTORITAS

Hak otoritas maksudnya, hak kekayaan intelektual adalah hak, dan sebagai hak merupakan harta atau aset berupa benda yang tidak berwujud (*intangible assets*). Stephen Carter menulis adanya dua perasaan (*senses*) tentang *property*. Pertama, teoritis hukum merujuk *property* dalam kaitan dengan perangkat hubungan hukum yang relevan. Kedua, adalah *property* dalam bahasa sehari-hari yang mengaitkannya dengan konsep barang atau *res* yang berkonotasi pula dengan pemilik (Purba, 2005: 13). Jadi HKI baru ada secara hukum jika telah ada pengayoman, penaungan, atau perlindungan hukum dari Negara atau otoritas publik terhadap suatu karya intelektual. Melalui mekanisme pengurusan dokumentasi diberikan hak kepada pemohon hak kekayaan intelektual, termasuk diantaranya inventor, pendesain atau pemilik merek. Jadi dalam hal ini terdapat 3 unsur utama, yaitu hak eksklusif, negara dan jangka waktu tertentu. Hak yang didapat dari otoritas publik menimbulkan eksklusivitas atau kepemilikan, sehingga si pemilik dapat melarang pihak lain menggunakan hak tersebut tanpa izinnnya. Mengenai Negara, hukum Internasional menempatkan Negara sebagai otoritas tertinggi di dunia. Tidak ada otoritas yang lebih tinggi dari pada Negara. Kalaupun ada lembaga Internasional, lembaga ini mendapat mandat dari Negara- negara yang membentuk lembaga termaksud. Jadi, bukan karena memang adanya kewenangan pada lembaga itu. Pengayoman, penaungan atau perlindungan hukum kedua disamping pemberian hak seperti terurai di atas adalah penegakan hukum (*law enforcement*). Tidak ada gunanya pemberian hak, jika tidak ada penegakan hukum yang sepadan. Secara esensial hak eksklusif adalah monopoli untuk

jangka waktu dan syarat-syarat tertentu. Tentang monopoli itu dilukiskan dengan tepat oleh Mahkamah Agung USA dalam putusan *Zenith radio Corp v Hazeline Research, Inc* sebagai berikut: “ *The heart of patentee’s legal monopoly is the right to invoke the state’s powers to prevent others from utilizing his discovery without his consent* (Purba, 2005: 14).

## 2. HAK PRIVAT DAN PASAR

Hak privat dan pasar dalam kaitan dengan Hak atas Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak kebendaan yang bersifat individual, perorangan dan privat. Hak yang sifatnya individual tersebut melekat pada pemiliknya. Konsep itu juga terdapat dalam konsep hukum perdata tentang hak milik. Pasal 570 BW menegaskan:

Hak milik adalah hak untuk menikmati kegunaan sesuatu kebendaan dengan leluasa dan hak untuk berbuat bebas terhadap kebendaan itu dengan kedaulatan sepenuhnya, asal tidak bersalahan dengan undang-undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh sesuatu kekuasaan yang berhak menetapkannya, dan tidak mengganggu hak – hak orang lain; kesemuanya itu dengan tidak mengurangi akan pencabutan hak itu demi kepentingan umum berdasar atas ketentuan undang-undang dan dengan pembayaran ganti rugi.

Hak atas merek sebagai hak kebendaan bergerak yang tidak berwujud juga memberikan kedaulatan sepenuhnya kepada pemiliknya untuk berbuat bebas dengan hak kepemilikannya. Itu tercermin dengan sifat eksklusif (khusus) yang melekat pada hak atas merek. Hak khusus tersebut mengandung dua macam hak yakni hak untuk menggunakan (*to use*) merek pada barang dan atau jasa yang diproduksinya dan hak untuk memberikan ijin (*to license*) pada pihak lain untuk menggunakannya. Hak khusus tersebut merupakan refleksi dari hak kebendaan yang melekat pada hak merek. Hak khusus tersebut juga memberikan hak bagi pemiliknya untuk menikmati kegunaan dari suatu kebendaan serta hak untuk berbuat bebas terhadap hak atas mereknya, seperti melisensikan, menghibahkan dan sebagainya. Hak-hak yang melekat pada hak atas merek itu pada dasarnya sama dengan hak milik yang memberikan beberapa manfaat pada pemiliknya yakni: (Mulyadi, 2004: 138).

- a. Hak untuk menikmati kegunaan dari suatu kebendaan;
- b. Hak untuk berbuat bebas terhadap kebendaan itu dengan kedaulatan sepenuhnya. Dalam konteks ini, berarti pemegang hak milik bebas untuk menjual, menghibahkan, menyerahkan benda yang dimilikinya kepada siapapun juga, selama hal tersebut tidak bertentangan dengan ketentuan yang memaksa, dan atau melanggar kepentingan umum, atau hak-hak orang lain.

Menurut Kartini Mulyadi dan Gunawan Widjaya hak-hak kebendaan saat ini tidak hanya dapat ditemukan dalam Buku II BW, melainkan juga tersebar dalam banyak

peraturan perundang-undangan, antara lain perundang-undangan di bidang HKI (Mulyadi, 2004: 5-6). Mengingat demikian penting fungsi dan peran HKI, termasuk hak merek perlu dilakukan suatu proteksi dan perlindungan, agar pemiliknnya dapat menikmati haknya dengan aman. Perlindungan tersebut akan memberikan rasa aman bagi pemilik hak untuk terus berkreasi dan berinovasi lagi. Kreasi dan inovasi tersebut merupakan investasi yang bersifat komersial, sehingga perlu diproteksi. Hal itu sebagaimana dikatakan oleh *Mark J Davison* “*The argument that legal protection is needed to encourage the creation and dissemination of information is often transformed into an argument that any commercial investment should be protected*” (Davison, 2008:4).

Proteksi yang harus diberikan terhadap kepemilikan yang berupa hak merek, harus diwujudkan dalam bentuk peraturan perundangan yang dapat memberikan kebahagiaan terbesar bagi sebagian besar umat manusia, dan tidak semata-mata mengedepankan hak individu (Djumhana, 2006: 3). Hal itu berarti, pada sisi lain, hak merek sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual juga harus dapat dimanfaatkan oleh pihak lain. Pemanfaatan oleh pihak lain tersebut dilakukan dengan mekanisme pemberian ijin yang dikenal dengan nama lisensi.

Lisensi sebagai salah satu bentuk penggunaan hak merek melalui perjanjian yang dibuat antara pemilik merek dengan orang lain. Sebagai bagian dari hukum perjanjian, lisensi merek tersebut suatu kontrak yang harus dihormati (Tanya, 2007: 80) Kontrak lisensi merek yang terjadi antara pemilik merek dan penerima lisensi tersebut, menurut *Grotius* merupakan implementasi bahwa hak milik orang lain harus dihormati (Tanya, 2007: 80). Penghormatan terhadap hak milik tersebut dalam bentuk ijin jika orang lain mau menggunakan hak merek orang lain. Hal ini karena hak merek bersifat eksklusif (khusus). Di samping itu, menurut *Grotius*, jika kita meminjam dan membawa keuntungan, maka harus memberikan imbalan. Istilah kata meminjam tersebut bisa diartikan sebagai meminjam hak merek orang lain untuk dipergunakan seseorang memproduksi barang dan atau jasa. Bagi peminjam, karena hak merek tersebut telah memberikan keuntungan dalam bentuk materi, maka ia harus memberikan imbalan pada pemilik merek. Imbalan itu dalam bentuk royalti.

Selanjutnya *Grotius* juga menyatakan bahwa setiap pihak yang terikat dengan perjanjian, harus setia pada perjanjian yang telah dibuatnya. Pernyataan *Grotius* ini sesuai dengan prinsip *Pacta Sun Servanda*, bahwa pada prinsipnya kontrak harus dilindungi. *Grotius* juga menyatakan bahwa harus ada ganti rugi terhadap kerugian yang diderita oleh orang lain dan harus ada hukuman terhadap pelanggaran yang terjadi. Prinsip-prinsip tentang hukum yang dikemukakan oleh *Grotius* tersebut sangat sesuai dengan prinsip-prinsip tentang hukum kontrak yang berlaku untuk perjanjian lisensi merek. Prinsip-prinsip tersebut dapat diterima oleh semua bangsa yang beradab, karena pada dasarnya, prinsip tersebut didasarkan pada akal sehat (*sensus communis*) yang dimiliki oleh semua

orang (Tanya, 2007: 80). Prinsip-prinsip tersebut merupakan refleksi dari teori hukum alam yang dikemukakan oleh *Grotius* yang pada dasarnya menyatakan bahwa segala ketentuan yang benar dan baik menurut ratio, tidak mungkin salah, lagi pula adil. Kebenaran teori hukum alam tersebut tidak dapat diganggu-gugat (Tanya, 2007: 80).

Ajaran *Grotius* tentang hukum alam tersebut berpangkal pada paham humanisme yang memandang manusia sebagai suatu pribadi yang bebas dan memiliki hak-hak tertentu. Kepemilikan pada hak-hak tersebut, merupakan sesuatu yang bersifat alami. Hak-hak tersebut harus dihormati oleh orang lain. Hal itu juga dikemukakan oleh *Pulendorf* yang menyerukan sebuah perintah yang bersifat imperatif yang intinya jangan mengganggu orang yang menyebabkan ia mengeluh bahwa haknya telah dirampas (Tanya, 2007: 80). Apa yang dikemukakan *Grotius* dan *Pulendorf*, pada dasarnya sama dengan apa yang dikemukakan oleh *John Locke* yang mengajarkan tentang kontrak sosial. Menurut *John Locke* orang-orang yang melakukan bukanlah orang yang ketakutan dan pasrah, tetapi mereka merupakan orang-orang yang tertib dan menghargai kebebasan, hak hidup, dan kepemilikan harta sebagai hak bawaan setiap manusia (Tanya, 2007: 80). *John Locke* memandang kepemilikan harta tersebut berwujud hak-hak dasar yang harus dilindungi oleh hukum. Oleh karena itu, dalam konteks kepemilikan hak merek sebagai suatu property, pemikiran *John Locke* tersebut terimplementasi pada pemberian dan pengakuan negara pada hak merek yang terdaftar sebagai hak milik pribadi yang dapat digunakan oleh orang lain melalui suatu ijin dari pemiliknya. Pemberian ijin tersebut merupakan manifestasi hak pribadi yang melekat pada pemiliknya dan juga implementasi bahwa hak milik pada dasarnya juga berfungsi sosial.

Sebagai sebuah hak milik (*property*), *hak* merek tidak bisa dilepaskan dari suatu *equity* yang mencerminkan nilai sebuah merek, yang setidaknya bisa dipahami dari dua perspektif utama yakni perspektif strategik yang bersifat subyektif dan perspektif finansial yang lebih merupakan ekspresi obyektif nilai sebuah merek (Casavera, 2009: 12). Kedua perspektif tersebut merupakan sesuatu hal yang melekat pada hak merek, yang berfungsi sebagai suatu strategi pemasaran atas produk barang dan atau jasa. Sebagai suatu strategi pemasaran, pemilik hak merek melihat adanya potensi untuk memenangkan persaingan dalam merebut konsumen, jika mereknya merupakan merek terkenal. Sementara sebagai suatu perspektif finansial, hak merek memberikan kontribusi finansial yang besar pada pemiliknya jika dilisensikan pada beberapa pihak di banyak negara. Apalagi jika merek tersebut merupakan merek terkenal di dunia, karena keterkenalan suatu hak merek akan membawa memberikan standar perubahan ekonomi yang signifikan bagi pemiliknya sekaligus merupakan suatu modal untuk melakukan pengembangan lebih lanjut. Hal itu sebagaimana dikatakan oleh Mark A. Lemley:

The standard economic theory of intellectual property is well known. Intellectual creations are public goods, much easier and cheaper to copy than they are to produce in the first place. Absent some form of

exclusive right over inventions, no one (or not enough people) will bother to innovate. Intellectual property rights are thus a “solution” to the public goods problem because they privatize the public good, and therefore give potential inventors an incentive to engage in research and development. (Lemley, 2003: 1)

Apa yang terurai di atas, merupakan suatu gambaran betapa pentingnya arti suatu hak merek. Sebagai bagian dari HKI, merek tidak saja memberikan manfaat yang besar bagi pemiliknya, namun secara nyata telah memberikan dampak yang bagus bagi kehidupan sosial dan ekonomi di masyarakat.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. SIMPULAN

Konsep hak merek sebagai suatu *property* (hak milik) mengharuskan adanya perlindungan hukum terkait dengan fungsi hak merek sebagai suatu harta kekayaan yang berupa hak kebendaan tidak berwujud (*intangible*). Sebagai sebuah hak milik (*property*), *hak* merek tidak bisa dilepaskan dari suatu *equity* yang mencerminkan nilai sebuah merek. Oleh karena itu perlindungan hukum terhadap merek sangat penting, karena merek tidak saja berfungsi untuk membedakan barang dan atau jasa sejenis, melainkan juga berfungsi ekonomis. Kedua fungsi itu, demikian penting dan vital bagi pemilik merek. Fungsi sebagai pembeda, merupakan hal yang *essential* bagi merek dalam pemasaran barang dan atau jasa. Secara ekonomis, fungsi merek berkaitan dengan kekayaan (*property*) yang memberikan penghasilan (*income*) bagi pemiliknya. Sebagai salah satu sumber penghasilan, maka hak merek perlu dilindungi dari perbuatan-perbuatan yang mengarah pada pelanggaran dan kejahatan, karena akan merugikan pemiliknya. Sebagai suatu *property*, hak merek pada dasarnya menjadi salah satu bagian dari kekayaan (*asset*) bagi pemiliknya, harus mendapatkan perlindungan dari negara.

##### B. SARAN

Agar perlindungan hak merek bisa berjalan efektif, maka pemiliknya harus mendaftarkan mereknya pada kantor Direktorat Jenderal HKI Departemen Hukum dan HAM RI. Pendaftaran tersebut sifatnya wajib dan merupakan syarat agar kepada pemilik merek mendapatkan sertifikat merek sebagai alat bukti hak yang sah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Casavera, 2009, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Caenegem, William Van., 2006, *Intellectual Property*, LexisNexis Butterworths, Australia.
- Davison Et. All, Mark J., 2008, *Australian Intellectual Property Law*, Cambridge University Press, Melbourne.
- Djumhana, Muchamad, 2006, *Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

- Holloway, James J. , 2004, "The Protection of Trademark Goodwill in Canada, Where We Were, Where We Are and Where We Should Be Going", *Intellectual Property Journal*, Vol. 17. No. 2, February 2004.
- Hartono, Sunaryati., 1982, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Binacipta, Bandung.
- Harahap, Yahya, 1996, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Ismono, Gatot., 2005, *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terdaftar Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Thesis, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jened , Rahmi, 2006, *Penyalahgunaan Hak Eksklusif Hak Kekayaan Intelektual*, Ringkasan Disertasi, Program Pascasarjana Unair, Surabaya.
- Jened , Rahmi, 2000, *Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia*, *Yuridika*, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya.
- Yuridika, 2007, *Hak atas Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Haki Eksklusif* , Airlangga University Press, Surabaya.
- Lemley, Mark A., 2003, "Antitrust: Intellectual Property and Standard Setting Organizations", *Harvard Law Journal* Vol 1, No. 5.
- Marzuki, Peter Mahmud, 2005, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta,
- Marzuki, Peter Mahmud, 2000, "Penelitian Hukum", *Yuridika*, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya.
- Macpherson, CB., 1989, *Pemikiran Dasar Tentang Hak Milik*, Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia.
- Mulyadi, Kartini., dan Widjaya, Gunawan, 2004, *Kedudukan Berkuasa dan Hak Milik Dalam Sudut Pandang B.W.*, Kencana, Jakarta.
- Mertokusumo, Sudikno., 1989, *Mengenal Hukum*, Liberty, Yogyakarta.
- Umar Purba, Ahmad Zen, 2000, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Alumni, Bandung.
- Puspitawati, Dhiana., 2001, "Optimalisasi HAKI: Suatu Dilema Hak *Kumpulan Esai*, Perhimpunan Masyarakat HAKI Indonesia, Jakarta.
- Sulistyobudi, Bambang., 2003, *Aspek Hukum Dalam Persaingan Usaha Tidak Sehat Atas Hak Merek (Khusus Kemasan Merek)* , Thesis, Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, Semarang.
- Tanya, Bernard L, 2007, *Teori Hukum, Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang Dan Generasi*, Kita, Surabaya.