



**MEREK KOLEKTIF SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN MEREK
BERSAMA UNTUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM
IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001
TENTANG MEREK (STUDI MEREK GENTENG SOKKA KABUPATEN
KEBUMEN)**

Faishal Mahdi*, Budi Santoso, Siti Mahmudah
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro
E-mail : faizaldira@gmail.com

Abstrak

Merek di era perdagangan global dan pasar bebas memegang peranan yang sangat penting dan memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai serta mengharuskan suatu merek untuk dilindungi, salah satu merek tersebut adalah merek Genteng Sokka Kebumen. Perlindungan merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek, namun faktanya banyak merek Genteng Sokka yang belum terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sehingga belum mendapat perlindungan hukum. Lalu apakah Merek Kolektif dapat dijadikan sebagai upaya perlindungan merek bersama untuk usaha mikro kecil dan menengah genteng sokka kebumen dan bagaimana upaya pemerintah daerah kebumen dalam penggunaan merek kolektif tersebut. Merek kolektif dapat dijadikan sebagai perlindungan merek bersama dan juga dapat mengurangi persaingan tidak sehat yang terjadi antara para pelaku usaha genteng sokka dan pemerintah daerah kebumen pun harus berupaya lebih keras agar eksistensi merek genteng sokka kebumen tetap terjaga karena industri ini banyak menyerap tenaga kerja dan memiliki investasi yang besar sehingga menjadi industri andalan Kebumen dengan lebih gencar untuk menanamkan pengetahuan tentang pentingnya pendaftaran merek kepada para pelaku usaha genteng sokka dan memfasilitasi setiap proses pendaftaran merek.

Kata kunci : Perlindungan Merek, Merek Kolektif, Usaha Mikro Kecil Menengah

Abstract

Mark in an era of global trade and the free market plays a very important role and require more adequate regulatory system also mark must be protected, and Genteng Sokka Kebumen is one of the mark that must be protected. Mark protection stipulated in Undang-Undang No. 15 Tahun 2001, but in fact many marks of tiles Sokka is not registered with the Directorate General of Intellectual Property that is not protected by law. Then if the Collective Mark can be used as a co-branded protective measures for micro, small and medium-sized tile kebumen Sokka and how kebumen local government efforts in the use of the collective mark. Collective marks can be used as protection brands together and also can reduce unfair competition that occurs between businesses tile Sokka and local governments kebumen must work harder so that the existence of the brand tile Sokka kebumen maintained because the industry is labor-intensive and has investments great to be a mainstay industry Kebumen with more incentive to impart knowledge about the importance of trademark registration to business economists tile Sokka and facilitate every process of trademark registration

Keywords : Mark Protection, Mark Collective, legislative interpretation, judicial interpretation, constitutional rights

I. PENDAHULUAN

Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu sistem yang sekarang ini melekat pada tata kehidupan modern. Berbeda dari aspek – aspek lain yang memberi warna pada kehidupan modern, misalnya masalah lingkungan hidup serta persaingan usaha, hak kekayaan intelektual merupakan konsep relatif lama bagi sebagian besar negara, tetapi baru sebagai fokus perhatian serius bagi negara –negara berkembang . Namun perkembangan Hak Kekayaan Intelektual semakin berkembang seiring perkembangan zaman yang semakin maju.

Secara substantif HKI dapat dideskripsikan sebagai hak kekayaan intelektual yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Dikatakan sebagai kemampuan intelektual manusia, karena karya-karya dibidang ilmu pengetahuan, seni sastra, ataupun teknologi memang dilahirkan atau dihasilkan oleh manusia melalui kemampuan intelektualnya, melalui daya cipta, rasa dan karsanya Karya cipta tersebut menimbulkan hak milik bagi pencipta atau penemunya.¹ HKI merupakan terjemahan atas istilah *Intellectual Property Right* (IPR). Istilah tersebut terdiri dari tiga kata kunci, yaitu Hak, Kekayaan, Intelektual. Kekayaan merupakan abstraksi yang dapat dimiliki, dialihkan, dibeli, maupun dijual.² Hak Kekayaan Intelektual

merupakan hak-hak untuk berbuat sesuatu atas kekayaan intelektual yang dimiliki oleh orang tersebut, jadi orang tersebut dapat memperjualbelikan kekayaan intelektual tersebut sesuai dengan norma-norma hukum yang berlaku.³

Salah satu hak milik yang timbul dari karya cipta tersebut adalah Merek. Merek merupakan salah satu cakupan Hak Kekayaan Intelektual. Merek adalah tanda untuk mengidentifikasi dan membedakan produk dari suatu perusahaan atau perusahaan lain, merek juga merupakan suatu ciri pembeda dari barang atau jasa suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dari merek lah dapat dikenal bagaimana kualitas suatu barang.⁴. Pengaturan secara tertulis mengenai Merek diatur didalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001, sebelumnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997. Perubahan tersebut dilakukan untuk penyempurnaan terhadap undang-undang dan merupakan tuntutan akan pengaturan yang lebih memadai yang sejalan dengan perjanjian-perjanjian internasional yang telah diratifikasi Indonesia.

Menurut Undang-Undang No 15 Tahun 2001 yaitu pada Pasal 1 angka 1 yang dimaksudkan dengan Merek yaitu :

“tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka,

Rights”, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2002) hal 9

³ *Ibid*, hal 38

⁴ Rahmi Jened Nasution, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan* (Jakarta: T. Raja Grafindo Persada, 2013) hal 205

¹ Budi Santoso, 2009, *Pengantar HKI dan Audit HKI untuk Perusahaan*, Semarang: Penerbit Pustaka Magister, halaman 4.

² H. OK. Saidin, *“Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property*

susunan atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”

Dari pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa merek adalah suatu tanda yang dilekatkan pada suatu produk, agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek maka harus memiliki daya pembeda. Daya pembeda sendiri digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan yang lain⁵. Selain sebagai tanda pengenal dan daya pembeda bagi produsen merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudian pemakaiannya. Dari pihak pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran, sedangkan dari pihak konsumen merek digunakan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli. Jadi bisa dikatakan juga merek memberikan jaminan nilai dan kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan.

Pada dasarnya merek memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama.
2. Sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan

hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya.

3. Sebagai jaminan atas mutu barang.
4. Jaminan asal barang yang diproduksi.
5. Menunjukkan adanya hak kepemilikan atas merek.

Pentingnya merek sebagai identitas suatu produk yang diciptakan oleh produsen, mengharuskan merek tersebut di daftarkan, agar merek tersebut tidak dapat diakui atau diambil oleh produsen yang lainnya, karena jika suatu merek telah mempunyai reputasi bagus, tentu banyak upaya yang dilakukan untuk meraihnya, maka agar merek tersebut memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum, harus didaftarkan.⁶

Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek pada pasal 1 membagi merek ke dalam 3 (tiga) jenis yaitu merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif. Merek Kolektif sesuai dengan yang tercantum pada Pasal 1 angka 4, yaitu:

”merek yang digunakan pada barang dan atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya”

Merek kolektif didefinisikan sebagai tanda yang membedakan asal

⁵ Suyud Margono, dan Longginus Hadi, *“Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek”*, (Jakarta : CV. Novindo Pustaka Mandiri.2002)hal 27

⁶ *Ibid*, hal 28-29

geografis, bahan, cara pembuatan atau karakteristik umum lainnya dari barang atau jasa perusahaan yang berbeda menggunakan merek kolektif. Dalam kaitannya dengan barang dan jasa, merek kolektif menunjukkan bahwa pembuat atau pemasok barang, atau penyedia jasa adalah anggota dari organisasi atau kelompok yang diwakili oleh merek kolektif tersebut. Penggunaan ini menunjukkan bahwa barang atau jasa tersebut dihasilkan oleh pemilik merek kolektif dan mewakili produk sesuai dengan yang disediakan langsung oleh pemilik merek tersebut.⁷

Lanham Act 15.U.S.C 1127 mendefinisikan merek kolektif, sebagai berikut:

“Merek kolektif berarti merek dagang atau jasa:

- 1. yang digunakan oleh para anggota koperasi, asosiasi, atau kelompok kolektif lainnya atau organisasi, atau*
- 2. yang kooperatif tersebut, asosiasi, atau kelompok kolektif lainnya atau organisasi yang memiliki niat baik untuk digunakan dalam perdagangan dan berlaku untuk mendaftarkan seperti yang ditetapkan oleh Undang-undang ini, dan termasuk tanda yang menunjukkan keanggotaan dalam serikat pekerja, asosiasi atau organisasi lainnya”*

⁷ Etty Susilowati, *Hak Kekayaan Intelektual dan Lisensi paha HKI* (Semarang : Badan Penerbit Undip Press.2013) hal.108-109

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa sebuah merek kolektif harus dimiliki oleh entitas kolektif. Penggunaan merek dagang atau jasa kolektif tersebut bukan dengan menegaskan penggunaan atas tujuan penggunaan merek kolektif tersebut, tetapi pemohon harus menegaskan bahwa pemohon melaksanakan control yang sah atas penggunaan merek kolektif oleh para anggotanya atau memiliki niat baik untuk melakukan control yang sah atas penggunaan merek kolektif oleh para anggotanya dalam perdagangan.⁸

Dalam menghadapi perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi Internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang tidak sehat. Kabupaten Kebumen sebagai sentra produk Genteng merek Sokka tidak terlepas dari pengaruh perdagangan global yang saat ini sudah terasa di kalangan pengusaha-pengusaha para pemilik merek genteng Sokka. Pemahaman akan pentingnya perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual terutama bidang merek masih sangat rendah.

Hal ini bisa dilihat dari banyaknya sentra-sentra Industri Genteng merek Sokka hanya beberapa orang yang telah mendaftarkan mereknya dan memiliki Sertifikat Merek dari Direktorat Jenderal HKI. Namun sebagian besar para pemilik sentra-sentra Industri Genteng sokka belum mengetahui dan memahami akan

⁸ Ibid, hal 109

pentingnya perlindungan merek demi kepastian hukum dan persaingan usaha yang sehat. Sebenarnya peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengatur tentang Merek sudah ada dan cukup lengkap seperti Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, namun masih banyaknya para produsen merek genteng sokka tidak segera mendaftarkan mereknya sesuai dengan ketentuan-ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

II. METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian dan penulisan hukum ini adalah yuridis empiris. Pendekatan yuridis dimaksudkan bahwa penelitian ini ditinjau dari aspek-aspek hukum Merek yaitu UU No 15 tahun 2001 tentang Merek, PP No. 23 tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek, dan PP No. 45 tahun 2014 tentang Jenis dan tariff Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan HAM. Sedangkan aspek empiris ialah sebagai usaha mendekati masalah yang diteliti dengan melihat bagaimana penerapan peraturan-peraturan merek kolektif sebagai upaya perlindungan merek bersama dan bagaimana upaya pemerintah terhadap penggunaan merek kolektif tersebut agar eksistensi genteng sokka kebumen tetap terjaga.

Spesifikasi penelitian yang digunakan bersifat deskriptif analitis yaitu pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan

keadaan obyek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Bersifat deskriptif karena penelitian ini mempunyai maksud untuk memberikan gambaran secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.⁹

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Merek Kolektif Sebagai Upaya

Perlindungan Merek Bersama Genteng Sokka Dalam

Implementasi Undang-Undang

No. 15 Tahun 2001 Tentang

Merek

1. Sejarah dan Perkembangan

Genteng Sokka Kebumen

Salah satu industri yang ada di Kabupaten Kebumen yang sudah terkenal yaitu Genteng Sokka. Nama Genteng sokka merupakan sebuah trade mark untuk genteng berkualitas baik yang diproduksi di daerah Kabupaten Kebumen, Propinsi Jawa Tengah. Kualitas Genteng Sokka Kebumen yang baik itu menyebabkan permintaannya tidak hanya datang dari wilayah sekitar Kebumen saja, tapi sudah sampai keseluruh pulau Jawa, bahkan sampai luar pulau Jawa. Genteng Sokka dikatakan berkualitas karena gentengnya yang kuat, dapat

⁹Hadari Nawawi & Mimi Martini, *Penelitian Terapan*, Yogyakarta: 1994, hal 73

dipasang dengan rapi, dan tidak bocor saat terjadi hujan. Penggunaan genteng sokka kebumen membuat rumah tidak terasa panas tetapi tetap dingin karena tebal dan terbuat dari tanah, dan udara di bawah genteng dapat bersirkulasi dengan baik.

Keberadaan industri genteng di Kabupaten Kebumen memiliki sejarah yang panjang. Jauh sebelum mengenal genteng, sebagian masyarakat Kebumen telah memiliki keterampilan membuat tembikar. Hal itu didukung jenis tanah terutama di wilayah Sokka, Wonosari, Sruweng, dan Klirong yang cukup bagus untuk dijadikan gerabah.

Wilayah Kebumen yang sudah terkenal sebagai Sentra Industri Genteng merek Sokka, Industrinya tersebar hampir diseluruh wilayah Kabupaten Kebumen. Genteng sokka kebumen diproduksi oleh para perajin genteng yang tergolong dalam industri/usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Para perajin genteng sokka jumlahnya cukup banyak, dari yang hanya mempunyai dua pabrik sampai mereka yang mempunyai lebih dari sepuluh pabrik. Antar perajin mempunyai merek yang berbeda, kecuali perajin yang memiliki hubungan saudara biasanya mereka mempunyai merek yang sama (usaha warisan dari orang tua). Merek tersebut biasanya berupa inisial nama dari pemilik disamping merek Sokka Kebumen sebagai merek umum. Sentra – sentra industri genteng merek Sokka Kebumen. Sentra - sentra Industri genteng merek Sokka di Kabupaten Kebumen mencapai ratusan sentra – sentra industri - industri genteng Sokka yang tersebar hampir diseluruh wilayah Kebumen

terutama Kecamatan Pejagoan, Kebumen, Sruweng, Klirong, Adimulyo, Buluspesantren merupakan pusat-pusat industri genteng sokka yang menjadi salah satu andalan industri daerah Kebumen yang banyak menyerap tenaga – tenaga kerja disekitarnya. Banyaknya industri genteng merek Sokka di Kebumen tidak terlepas dari kondisi Sumber Daya Alamnya yang mendukung yaitu tanahnya yang baik dan cocok untuk bahan dasar produk genteng.

Mayoritas para pemilik usaha produk genteng Sokka Kebumen adalah Usaha mikro, kecil dan menengah. Biasanya pelaku usaha kecil kendalanya adalah dalam hal pemasaran hasil produksinya. Memasarkan suatu produk tertentu bagi pelaku usaha kecil menjadi suatu masalah yang serius, karena minimnya informasi akan pangsa pasar dari produk yang dihasilkan. Dan para pelaku usaha kecil Genteng Sokka ini ditambah permasalahannya dengan himpitan dari pelaku usaha Genteng Sokka lainnya yang sudah mendaftarkan Merek Genteng Sokka miliknya sehingga Merek Genteng Sokka milik para pelaku usaha kecil seakan-akan ditelan oleh bumi keberadaannya karena adanya praktik diskriminasi terhadap Merek Genteng Sokka milik para pelaku usaha kecil tersebut. Hal ini berarti pelaku usaha kecil tidak dapat memasarkan barang atau jasanya secara baik atau secara profesional, akibatnya para pelaku usaha tersebut membanting harga jual produknya, karena takut tidak terjual atau tidak laku. Sehingga terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat di antara pelaku usaha kecil tersebut.

Masyarakat Kebumen umumnya dan khususnya para pelaku usaha genteng merek Sokka masih banyak yang belum mendaftarkan mereknya, sehingga tidak adanya suatu perlindungan hukum terhadap merek genteng sokka milik mereka. Hanya ada 3 pelaku usaha genteng merek sokka dari 15 pelaku usaha genteng sokka yang ada di Kebumen yang sadar akan pentingnya pendaftaran merek terhadap merek genteng sokka miliknya.

2. Pendaftaran Merek Genteng Sokka

Pada Era perdagangan Global dan sejalan dengan konvensi-konvensi Internasional yang sudah diratifikasi Indonesia peranan merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Namun faktanya para pemilik usaha genteng merek Sokka Kebumen yang jumlahnya ratusan, mayoritas belum mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.

Ada beberapa alasan para pelaku usaha Genteng Sokka tidak mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jendral HKI antara lain :

1. Belum mengetahui tentang Hak Kekayaan Intelektual khususnya tentang perlindungan hukum merek.
2. Jarang terjadinya sengketa tentang merek yang diajukan sampai di Pengadilan sehingga para pemilik usaha genteng Sokka belum merasa penting mendafatarkan merek untuk kepastian hukum.
3. Apabila terjadi sengketa tentang pemalsuan merek biasanya cukup diselesaikan

secara kekeluargaan karena sebagian besar para pemilik genteng Sokka masih ada hubungan keluarga.

4. Waktu pengurusan pendaftaran merek yang terlalu lama dan tidak mengetahui syarat-syarat dan prosedur secara benar.
5. Ketakutan akan jumlah biaya yang akan dikeluarkan ketika melakukan pendaftaran lebih besar jika dibandingkan dengan hasil penjualan genteng yang mereka peroleh.

Permohonan pendaftaran merek ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebenarnya sudah diatur secara lengkap dalam Undang- Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek. Sesuai dengan pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek menyatakan bahwa permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal dengan mencantumkan:

- a. tanggal, bulan, dan tahun;
- b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
- c. nama lengkap dan alamat Kuasa apabila Permohonan diajukan melalui Kuasa;
- d. warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna;
- e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas.

Permohonan dilampirkan dengan bukti pembayaran biaya dan sudah ditandatangani oleh Pemohon

atau Kuasanya. Pemohon dapat terdiri dari:

- a. Orang (*person*) atau perseorangan
- b. Badan Hukum (*Recht Person*)
- c. Beberapa orang atau Badan Hukum (Pemilikan bersama atau Merek Kolektif)

Pendaftaran merek sangat penting, beberapa fungsi dari pendaftaran merek bisa meliputi:

- a. Sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan.
- b. Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama pada keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
- c. Sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran barang dan/atau jasa yang sejenis.

Dengan pelaku usaha mendaftarkan mereknya, maka pelaku usaha tersebut akan mendapat hak, yang disebut dengan hak atas merek. Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

3. Perlindungan Hukum Preventif Merek Genteng

Sokka Melalui Pendaftaran Merek

Dalam memasuki pasar bebas perlindungan akan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia perlu perhatian yang serius dalam menghadapi arus globalisasi baik dibidang sosial, ekonomi, budaya dan bidang-bidang kehidupan lainnya. Pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mencegah pihak lain menggunakan mereknya tanpa ijin sebagai dasar perlindungan hukum merek genteng. Untuk tahu akan pentingnya perlindungan hukum dibidang Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek sehingga banyak sekali terjadi pelanggaran – pelanggaran dibidang Hak Kekayaan Intelektual khususnya tentang merek baik secara sengaja maupun tidak disengaja.

Berkaitan dengan perlindungan hukum untuk suatu barang dan/atau jasa, perlu adanya perlindungan terhadap merek. Produsen akan dirugikan apabila mereknya sampai ditiru oleh orang lain yang tidak berhak. Konsumen juga dirugikan, karena mendapat barang yang kualitasnya dibawah dari barang asli. Undang-undang merek yang terus direvisi tidak cukup untuk menghentikan banyaknya sengketa merek yang timbul. Peraturan perundang-undangan yang dibuat sudah baik, tinggal pelaksanaannya saja yang perlu diperbaiki.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa hak atas merek adalah eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan

menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Selanjutnya, pasal 28 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 menyatakan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek (*filling date*) yang bersangkutan dan dapat diperpanjang. Dengan demikian, apabila seseorang atau badan hukum ingin agar mereknya mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan hukum merek, maka merek yang bersangkutan harus terdaftar terlebih dahulu. Suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalis maupun substantive yang telah ditentukan Undang-Undang Merek.

Menurut Mutia Farida, perlindungan hukum sebelum muncul sengketa sangat penting, oleh karena itu pendaftaran merek merupakan langkah awal perlindungan sebelum terjadi sengketa. Kesadaran dari pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya juga sangat penting guna mencegah penyalahgunaan merek oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Dalam proses pendaftaran, pemeriksaan substantive akan memperlihatkan apakah merek tersebut dapat didaftarkan atau tidak.

Merek terdaftar adalah merek yang telah didaftarkan di Dirjen HKI. Oleh karena itu merek yang telah didaftarkan akan memperoleh nomor register. Dengan nomor register tersebut terdaftar di Dirjen HKI maka merek tersebut adalah merek

yang sah. Pemilik merek tersebut memperoleh perlindungan hukum secara preventif dari Negara melalui undang-undang yaitu UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar secara preventif diatur dalam Pasal 4, 5, 6 ayat (1,3) UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek. Sesuai dengan pasal 4 UU No.15 tahun 2001 adalah Merek tidak dapat didaftar atas dasar Permohonan yang diajukan pemohon yang beritikad tidak baik.

Kemudian Perlindungan preventif sesuai dengan pasal 5 UU No 15 tahun 2001 yaitu Merek yang tidak dapat didaftarkan atau permintaan pendaftaran merek yang ditolak. Merek yang tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur di bawah ini:

- a. bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum
- b. tidak memiliki daya pembeda
- c. telah menjadi milik umum atau
- d. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran .

Perlindungan merek preventif berdasarkan Pasal 6 UU ayat (1) No.15 Th.2001, Merek yang ditolak permintaan pendaftaran oleh Kantor merek apabila :

- a. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik orang lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis
- b. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik orang lain yang sudah terkenal milik

orang lain untuk barang atau jasa sejenis

- c. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi –geografis yang sudah dikenal.

Perlindungan merek preventif dalam Pasal 6 ayat (3) UU No.15 Th. 2001, Permohonan juga harus ditolak oleh Kantor Direktorat Jenderal apabila Merek :

- a. merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, merek dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain yang sudah terkenal, 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.

4. Merek Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan Merek Bersama Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Genteng Sokka Kebumen

Menurut Prof. Sudargo Gautama, bahwa tanda–tanda yang diperkenalkan dengan istilah merek kolektif bukan berfungsi untuk membedakan barang-barang atau jasa-jasa dari suatu perusahaan terhadap perusahaan lainnya, akan

tetapi merek kolektif ini dipakai untuk membedakan asal – usul geografis atau karakteristik yang berbeda pada barang-barang atau jasa-jasa dari perusahaan-perusahaan yang berbeda tetapi memakai merek yang sama secara kolektif dibawah pengawasan dari yang berhak. Dengan perkataan lain, benda dan jasa tersebut diberikan jaminan tertentu tentang kualitasnya.

Dalam *World Intellectual Property Organization* (WIPO) merek kolektif disebutkan dengan “*The Regulation Concerning the Use of collective Mark*” yang peraturan itu harus berisikan tentang:

- a. Sifat, ciri-ciri umum atau mutu dari barang atau jasa yang diproduksi dan perdagangannya akan menggunakan merek kolektif.
- b. Ketentuan bagi pemilik merek kolektif untuk melakukan pengawasan yang efektif atas penggunaan merek tersebut sesuai dengan peraturan.
- c. Sanksi atas pelanggaran peraturan penggunaan merek kolektif.

Dengan adanya ketentuan ini maka terkandung pengertian adanya persyaratan yang harus diikuti oleh orang atau badan hukum yang ikut menggunakan merek kolektif tersebut.

Penggunaan merek kolektif merek genteng Sokka menjadi upaya perlindungan merek ini banyak didukung oleh para pengrajin Usaha Kecil dan Menengah yang merek gentengnya belum terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di Jakarta. Penggunaan merek kolektif ini sangat bermanfaat bagi pengrajin genteng merek Sokka

yang mayoritas dalam bentuk *Home Industri* yang tidak memiliki biaya dan kurang mengetahui dan memahami proses dan prosedur untuk mendapatkan sertifikat merek.

Penggunaan merek kolektif ini menggunakan satu merek yang digunakan secara bersama – sama yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang didirikan oleh beberapa pelaku usaha yang setiap kelompok usaha bersama beranggotakan 30 (*tiga puluh*) yang didirikan dengan tujuan penggunaan merek bersama.

Di Kebumen yang merupakan sentra Industri Genteng Sokka terdapat 3 (Tiga) Kelompok Usaha Bersama yang berbentuk koperasi yang terdiri : Koperasi Sokka Kencana, Sokka Sejahtera dan Sokka Sejahtera Abadi yang masing – masing beranggotakan para pengrajin merek Genteng Sokka Kebumen.

Dalam penggunaan merek kolektif, merek kolektif harus dipakai sebagai merek bersama. Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi, yaitu :

1. Kualitas poduk dari genteng yang dihasilkan harus sama,
2. Tanah sebagai bahan baku dasar produksi genteng mempunyai kualitas yang sama bagusnya,
3. Proses produksi yang dijalankan harus sesuai dengan proses yang disepakati,
4. Apabila terjadinya perselisihan diantara para pemilik genteng Sokka, dikenakan sanksi yang tegas seperti tidak diperkenankan untuk memakai merek bersama tersbut.

5. Adanya kesepakatan tentang harga jual dari merek kolektif tersebut.

Untuk menghindari persaingan yang tidak sehat maka sebaiknya dilakukan pemasaran bersama dari produk merek genteng Sokka yang menjadi merek bersama.

Dalam mengajukan permohonan merek kolektif sebagai milik bersama harus di sebut secara tegas bahwa merek yang bersangkutan akan digunakan sebagai merek kolektif. Dalam penggunaan merek kolektif disertakan paraturan penggunaannya secara tertulis yang dibuat dan ditanda tangani oleh pemilik merek. Untuk permintaan pendaftaran merek kolektif dilakukan pemeriksaan kelengkapannya yang pada dasarnya hampir sama dengan dengan persyaratan untuk permintaan pendafataran merek pada umumnya.

Hak atas merek kolektif terdaftar hanya dapat dialihkan kepada pihak penerima yang dapat melakukan pengawasan efektif sesuai dengan ketentuan penggunaan merek kolektif tersebut. Pengalihan hak atas merek kolektif wajib dimohonkan pencatatannya kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan dikenai biaya. Pencatatan pengalihan hak atas merek kolektif dicatat dalam Daftar umum merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Merek Kolektif yang sudah terdaftar tidak dapat dilisensikan kepada pihak lain sebagaimana merek pada umumnya.

Para pengusaha Genteng Sokka yang tergabung dalam suatu Kelompok Usaha Bersama dan sudah mendaftarkan merek genteng sokkanya sebagai merek kolektif

serta telah dicatat didalam Daftar Umum Merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek, akan diberikan kepadanya yaitu Hak atas Merek yang artinya, Negara telah memberikan perlindungan terhadap merek yang bersangkutan berupa suatu hak eksklusif untuk menggunakan sendiri merek tersebut dalam jangka waktu 10 tahun dan berlaku surut sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek kolektif yang bersangkutan yang dapat diperpanjang jangka waktu perlindungannya. Sehingga para pelaku usaha kecil genteng sokka tidak perlu lagi merasa tertekan terhadap pelaku usaha yang telah mendaftarkan merek genteng sokkanya terlebih dahulu dan dapat melakukan pemasaran genteng sokka mereka dengan lebih professional.

B. Upaya Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen Terhadap Penggunaan Merek Kolektif Untuk Mempertahankan Eksistensi Genteng Sokka Kebumen Sebagai Aset Daerah

1. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Genteng Sokka Kebumen

Mayoritas para pemilik usaha produk genteng Sokka Kebumen adalah Usaha mikro, kecil dan menengah. Biasanya pelaku usaha kecil kendalanya adalah dalam hal pemasaran hasil produksinya. Memasarkan suatu produk tertentu bagi pelaku usaha kecil menjadi suatu masalah yang serius, karena minimnya informasi akan pangsa pasar dari produk yang dihasilkan.

Dan para pelaku usaha kecil Genteng Sokka ini ditambah permasalahannya dengan himpitan dari pelaku usaha Genteng Sokka lainnya yang sudah mendaftarkan Merek Genteng Sokka miliknya sehingga Merek Genteng Sokka milik para pelaku usaha kecil seakan-akan ditelan oleh bumi keberadaannya karena adanya praktik diskriminasi terhadap Merek Genteng Sokka milik para pelaku usaha kecil tersebut. Hal ini berarti pelaku usaha kecil tidak dapat memasarkan barang atau jasanya secara baik atau secara professional, akibatnya para pelaku usaha tersebut membanting harga jual produknya, karena takut tidak terjual atau tidak laku. Sehingga terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat di antara pelaku usaha kecil tersebut.

Hal inilah yang terjadi pada industri genteng merek Sokka di kota Kebumen selama ini. Untuk mengatasi hal tersebut perajin genteng Sokka yang berskala kecil di sentra Sokka Kebumen maka menggunakan pemasaran bersama. Penggunaan pemasaran bersama yang dilakukan oleh para pelaku usaha kecil genteng merek Sokka Kebumen tidak bertentangan dengan ketentuan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Undang – Undang Antimonopoli).

Dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi pelaku usaha kecil, para pelaku usaha kecil mendirikan suatu perkumpulan dengan nama Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang berbentuk Koperasi seperti yang dilakukan oleh beberapa perajin genteng skala kecil di Kebumen yaitu melakukan

kegiatan produksi, menciptakan merek bersama dan mengembangkan strategi pemasaran bersama. KUB ini muncul karena terjadi persaingan usaha tidak sehat pada pasar yang bersangkutan, yaitu pelaku usaha melakukan banting harga terhadap produknya, akibat tidak dapat memasarkan secara professional.

Terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat dalam pemasaran genteng merek Sokka ini karena pemasarannya tidak dikelola secara professional. Hal ini disebabkan banyak perajin genteng merek Sokka melakukan pemasaran sendiri sehingga seringkali barangnya tidak terjual atau laku, sehingga para pelaku usaha berpikir, daripada gentengnya dibawa pulang kembali ke Perusahaan, lebih baik gentengnya dijual dengan harga murah atau asal laku, tanpa memperhitungkan besarnya biaya produksi, transportasi dan harga – harga standar atau normal di pasaran.

Hal ini berakibat terjadi persaingan tidak sehat diantara perajin Genteng Merek Sokka Kebumen tersebut. Melalui Kelompok Usaha Bersama para pemilik usaha merek Genteng Sokka tidak perlu lagi memasarkan sendiri barangnya, sehingga terjadi penghematan dan efisiensi bagi para pelaku usaha.

Koperasi beranggotakan rata-rata 30 pelaku usaha. Jadi, masing-masing pelaku usaha yang bergabung ke dalam Koperasi untuk mencari kesepakatan mengembangkan produksi dan merek yang sama. Dengan merek yang sama produk tersebut lebih mudah dikenal di pasar yang bersangkutan. Dengan demikian diharapkan suatu produk

yang mempunyai standard yang sama dan akan lebih mudah dipasarkan. Dan melalui pemasaran bersama tersebut, pelaku usaha kecil tidak perlu memasarkan sendiri barangnya, atau menjual kepada agen distributor yang selama ini lebih banyak mendapatkan keuntungan daripada para perajin genteng tersebut. Kelompok Usaha Bersama (KUB) ini diharapkan dapat menjembatani upaya pemasaran bersama untuk mencegah persaingan yang tidak sehat. Model pemasaran bersama yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil genteng merek Sokka tidak bertentangan dengan Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Undang-Undang Anti Monopoli) karena usaha kecil dikecualikan di dalam Pasal 50 huruf h Undang-Undang Antimonopoli yaitu pelaku usaha yang tergolong ke dalam usaha kecil dikecualikan dari penerapan ketentuan Undang- Undang Antimonopoli. Pengecualian tersebut berlaku terhadap monopolisasi suatu barang atau jasa tertentu, karena pelaku usaha kecil tidak mungkin melakukan praktik monopoli terhadap suatu barang atau jasa tertentu, dan juga berlaku, jika pelaku usaha kecil tidak melakukan persaingan usaha tidak sehat pada pasar yang bersangkutan. Hal ini berarti, pengecualian tersebut tidak berlaku otomatis, ada syarat minimum yang harus dipenuhi. Demikian juga mengenai pemasaran bersama bagi pelaku usaha kecil, pada prinsipnya tidak dilarang. Hal ini ditetapkan dengan jelas di dalam Pasal 4 ayat 1 Undang – Undang Anti Monopoli yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau perasingan usaha tidak sehat.”

Ketentuan Pasal 4 tersebut tidak melarang pelaku usaha kecil melakukan pemasaran bersama atas suatu barang tertentu, jika melalui pemasaran bersama tersebut tidak melakukan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat pada pasar yang bersangkutan. Dalam membuktikan bahwa pemasaran bersama tersebut tidak melakukan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat, kita dapat melihat ke dalam teori hukum persaingan usaha yang dikenal dengan *De Minimis Rule* yaitu pengecualian melakukan kartel jika bagi pelaku usaha asalkan tidak mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat. Misalnya di Eropa pelaku usaha diizinkan melakukan kartel jika pangsa marjinal pelaku usaha yang membuat perjanjian kartel produksi atau pemasaran kurang dari 5 persen. Sejatinya, pangsa pasar marjinal kurang dari 5 persen tidak dapat melakukan praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Di dalam rancangan hukum persaingan UNCTAD, penerapan *de minimis rule* diserahkan kepada masing-masing negara. Artinya, masing-masing negara memutuskan sendiri sesuai dengan kondisi ekonomi masing-masing negara. Indonesia hingga sekarang belum menetapkan berapa persen pangsa pasar marjinal

yang diizinkan dalam penerapan *de minimis rule* tersebut. Seharusnya Komisi Pengawas persaingan Usaha (KPPU) dapat mengeluarkan suatu pedoman terhadap pelaksanaan *de minimis rule* tersebut, sehingga pelaku usaha kecil tidak ragu – ragu dalam melakukan kartel, baik kartel produksi maupun kartel pemasaran.

2. Eksistensi Genteng Sokka Kebumen Sebagai Aset Daerah Yang Perlu Dilindungi

Dalam salah satu misi Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen yang keempat disebutkan bahwa pengembangan perekonomian yang bertumpu pada pemberdayaan masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat melalui sinergifungsi pertanian, pariwisata, perdagangan, industri dan dengan penekanan pada peningkatan pendapatan masyarakat serta penciptaan lapangan kerja. Dalam bidang Industri di Kabupaten Kebumen, merupakan sektor keempat yang terbesar penyumbang *Produk Domestik Regional Bruto* (PDRB) yang masih didominasi industri kecil barang galian bukan logam. Salah satu industri barang galian bukan logam yang ada di Kabupaten Kebumen yang sudah terkenal diseluruh Jawa Tengah dan wilayah sekitarnya yaitu Industri Genteng merek Sokka yang tersebar hampir diseluruh wilayah Kebumen.

Dengan banyaknya Industri Genteng Sokka asal Kebumen, bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen berdampak positif bagi perekonomian masyarakat Kebumen. Industri Genteng Sokka mempunyai kontribusi yang banyak terhadap perekonomian masyarakat Kebumen. Industri

genteng Sokka membantu Pemerintah Daerah Kabupaten yaitu mengurangi angka pengangguran karena Industri genteng Sokka banyak menyerap tenaga kerja-tenaga kerja masyarakat sekitarnya.

Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen harus menjaga eksistensi merek Genteng Sokka sebagai Genteng asal Kebumen. Dalam menghadapi era perdagangan global dan memasuki pasar bebas Pemerintah Daerah Kebumen harus ikut serta menjaga agar eksistensi genteng Sokka sebagai aset daerah yang perlu perhatian serius. Industri Genteng Sokka mempunyai kontribusi yang banyak terhadap perekonomian masyarakat Kebumen. Industri genteng Sokka mempunyai juga membantu Pemerintah Daerah Kabupaten yaitu mengurangi angka pengangguran karena Industri genteng Sokka banyak menyerap tenaga kerja dan terbanyak investasinya yang banyak membantu tingkat perekonomian masyarakat Kebumen.

Secara internal Industri genteng Sokka juga mempunyai dampak negatif, karena penggalian tanah liat yang tanpa aturan akan merusak lingkungan. Lahan yang diambil tanah liatnya sebagian besar merupakan bekas sawah yang dijual pemiliknya se usai panen. Alih fungsi dari lahan sawah menjadi tanah galian itu membuat lahan rusak dan tidak dapat ditanami lagi. Hal ini disebabkan bahan baku dari industri Genteng Sokka adalah tanah liat.

Dalam hal ini, Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen hanya dapat mengimbau warganya untuk berhati-hati dalam pemanfaatan

lahan, khususnya penggalian untuk bahan dasar industri genteng. Alasannya, keuntungan yang didapat dari industri ini tidak sebanding dengan kerusakan alam yang ditimbulkan. Tingkat kesejahteraan penduduk yang mengusahakannya tetap rendah karena genteng hanya sebuah produk biasa yang tak bernilai jual tinggi dan diproduksi dengan teknologi yang sederhana. Disinilah pemerintah daerah kabupaten kebumen harus memiliki peran aktif dalam memberikan insentif kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup sesuai dengan peranan pemerintah daerah dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 20 huruf d.

3. Upaya Pemerintah daerah Kabupaten Kebumen Dalam Penggunaan Merek Kolektif Untuk Melindungi Genteng Sokka

Pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah dijelaskan secara rinci mengenai peranan Pemerintah atau pemerintah Daerah dalam pengembangan UMKM. Hal ini dapat kita lihat pada pasal 16 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berbunyi:

“Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang:

- a. produksi dan pengolahan;*
- b. pemasaran;*
- c. sumber daya manusia; dan*

d. desain dan teknologi.”

Peranan pemerintah daerah seperti yang disebutkan huruf d, yaitu pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang desain dan teknologi salah satunya adalah dengan mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual seperti yang tertuang pada pasal 20 huruf e Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Maka sudah sewajarnya jika pemerintah daerah kabupaten kebumen lebih memperhatikan perlindungan hukum terhadap Merek Genteng Sokka dengan semakin gencar dalam menghimbau dan memberikan pengetahuan mengenai pentingnya pendaftaran merek.

Perhatian Pemerintah Daerah Kebumen terhadap Industri-Industri andalan khususnya pada industri Genteng Sokka masih kurang hal ini disebabkan karena:

1. Sosialisasi tentang HKI khususnya tentang merek, masih sangat jarang sehingga intensitas perlu ditingkatkan lebih banyak lagi, karena salah satu penyebab pemilik genteng merek Sokka tidak mendaftarkan mereknya disebabkan ketidaktahuan akan perlindungan hukum merek.
2. Pemerintah Daerah mendukung adanya penggunaan Merek Kolektif sebagai upaya perlindungan merek Genteng Sokka. Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar walaupun

sudah memiliki alokasi anggaran untuk biaya pendaftaran sampai keluarnya sertifikat merek. Namun sangat disayangkan bahwa prosesnya yang lama bisa mencapai 1,5 tahun sehingga Dinaas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar hanya dapat membantu sekitar 10 pendaftaran merek saja dari ribuan merek di Kebumen baik dari industri Genteng Sokka maupun bidang industri yang lain. Dinas perindustrian Perdagangan dan Pengelolaan Pasar juga sangat menyayangkan ketika terjadi penolakan merek, pemberitahuan dilakukan hanya melalui internet, berbeda jika dibandingkan dengan dulu yang pemberitahuan dilakukan secara resmi melalui surat dan ditujukan langsung ke alamat pemohon.

IV. KESIMPULAN

Merek Kolektif dapat dijadikan sebagai upaya perlindungan hukum merek bersama genteng Sokka Kebumen yang sebagian besar dimiliki Unit Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam naungan Kelompok usaha Bersama yang dalam hal ini berbentuk sebagai Koperasi yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan suatu perlindungan hukum melalui sebuah pendaftaran. Dengan menggunakan Merek Kolektif dan pemasaran bersama dapat mengurangi tingkat persaingan usaha tidak sehat diantara para pemilik industri genteng Sokka.

Pemerintah Daerah Kabupaten melalui Dinas perindustrian, perdagangan dan Pengelolaan Pasar mendukung penggunaan Merek Kolektif sebagai upaya perlindungan merek genteng Sokka Kebumen. Dukungan Pemerintah Daerah Kebumen baru berupa sosialisasi-sosialisasi tentang pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek, karena Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen menyadari bahwa Industri Genteng merek Sokka mempunyai peran yang penting bagi perekonomian masyarakat Kebumen karena banyak menyerap tenaga kerja dan mempunyai investasi yang besar dibandingkan dengan industri lainnya, dalam menjaga eksistensi Genteng Sokka menghadapi era perdagangan global.

V. DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

Buku-buku mengenai Hukum Hak Kekayaan Intelektual, yaitu :

OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual cet-8*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada 2013);

Budi Santoso, *Pengantar HKI dan Audit HKI untuk Perusahaan*, (Semarang: Penerbit Pustaka Magister, 2009)

Muhamad Djumhana dan R. Djubaedillah, *Buku Hak Milik Intelektual* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997).

Ety Susilowati, *Pengantar Hak Kekayaan Intelektual* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012)

Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009)

A. Zen Umar Purba “*Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPS*”, (Bandung : PT. Alumni, 2005)

Syafrinaldi, *Hukum Tentang Perlindungan Hak Milik Intelektual Dalam Menghadapi Era Globalisasi* (Pekanbaru: UIR Press, 2001)

Muhammad Abdulkadir, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007)

Selain itu Buku tentang merek yaitu :

Suyud Margono dan Longginus Hadi, *Pembaharuan Perlindungan Hukum Merek* (Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri, 2002)

HMN Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia I* (

Ahmadi Miru, *Hukum Merek* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)

Dan buku tentang metode penelitian yaitu :

Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982)

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004)

Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo,2004)



Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1986)

Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004)

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992)

Undang-Undang

UU Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek (Lembaran Negara RI Tahun 1989 Nomor 39)

UU Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan UU Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek (Lembaran Negara RI Tahun 1997 Nomor 31)

UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek

Penjelasan UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek ditetapkan Tanggal 31 Maret 1993

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan HAM

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

[ws/219-komisi-a-tanpa-dukungan-genteng-Sokka-bisa-punah](http://www.berita.suaramerdeka.com/mcetak/genteng-Sokka-terancam-punah/)

[http://berita.suaramerdeka.com/mcetak/genteng-Sokka-terancam-punah/](http://www.berita.suaramerdeka.com/mcetak/genteng-Sokka-terancam-punah/)

Wawancara

Wawancara dengan Bapak Azam Fatoni, Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar

Wawancara dengan Bapak Suwedi, Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah

Internet

<http://dprd-kebumenkab.go.id/index.php/ne>