

**PERLINDUNGAN HAK MEREK PRODUK OLAHAN
CINA TERHADAP PENGUSAHA INDONESIA DI KOTA BATAM**

Rina Shahriyani Shahrullah*, Eva Mariana
Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam**

Abstract

Brand (Trademark) as an Intellectual Property Rights is a sign to identify the origin of goods and services from a company with goods and/or services of other companies. Brand is the spearhead of trade in goods and services. Through brands, entrepreneurs can maintain and guarantee the quality of goods and/or services produced and prevent dishonest acts of competition (consequences) from other entrepreneurs with the intention of aggravating brand image and reputation. Branding as a means of marketing and advertising provide a certain level of information to consumers about the goods and/or services produced by the company. The purpose of this study is to outline the legal protection for Indonesian entrepreneurs, especially in the City of Batam, who often import raw materials products, and the implementation of Law No. 15 of 2001 on Trademarks. The data is gathered through conducting interviews and field observations focusing on the case study of 'Taman Teh Wangi', who registered their products with the trademark 'Cha Shen'. Based on this research, it is concluded that the protection of the Law for imported goods is similar or equivalent to Indonesian company (locally-produced goods). This is in accordance to the theory put forward by Philpus M.Hadjon. Law No. 15 of 2001 on Trademark remains ambiguous on the brands that are allowed to register under the Intellectual Property Rights.

Keywords : Trademark, China Produced Goods, Indonesian Entrepreneurs, Batam City

Abstrak

Merek (Trademark) sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain. Merek merupakan ujung tombak perdagangan barang dan jasa. Melalui Merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan (konsekuensi) yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad buruk yang bermaksud membonceng reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan periklana) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa-jasa yang dihasilkan pengusaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguraikan perlindungan hukum

* Alamat korespondensi : rshahriyani@yahoo.com

** Alamat korespondensi : evamarianatay@gmail.com

bagi pengusaha Indonesia terutama di kota Batam yang mengimpor bahan baku produknya dari Luar negeri.,serta penerapan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Pengumpulan data dilakukan secara wawancara dan observasi lapangan dengan studi kasus Toko Taman Teh Wangi yang mendaftarkan produknya dengan merek cap ‘Cha Shen’. Berdasarkan hasil penelitian, perlindungan Hukum yang didapatkan oleh pengusaha Indonesia setara atau sama (Produk berbahan baku lokal dan non-lokal) dan sesuai dengan Teori Pelindungan yang dikemukakan oleh Philpus M. Hadjon. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek belum mengatur terlalu dalam mengenai Merek yang diperbolehkan untuk pendaftaran Hak Merek.

Kata Kunci : Hak Merek, Barang Olahan Cina, Pengusaha Indonesia, Batam

A. Latar Belakang Masalah

Permasalahan-permasalahan dalam bidang perdagangan yang sekarang ini banyak mendapat sorotan adalah permasalahan-permasalahan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Permasalahan Hak Kekayaan Intelektual merupakan permasalahan yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Setiap orang atau organisasi perusahaan yang ada, akan sangat peduli pentingnya sebuah nama dan simbol yang digunakan dalam menjalankan bisnis dan pemasaran barang dan jasa. Simbol-simbol ini akan membantu untuk menunjukkan asal barang dan/ atau jasa. Dalam pangsa pasar, nama-nama dan simbol-simbol tersebut dikenali sebagai Merek (Trademark), nama usaha (Business Name), dan nama perusahaan (Company Name). Perbedaan ketiganya kadang-kadang membuat bingung, baik bagi pengusaha itu sendiri maupun masyarakat.

Seiring dengan era World Trade Organization (WTO) suatu organisasi bertaraf internasional memberikan perlindungan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual salah satunya yaitu merek dagang dalam lingkup internasional. Ketentuan perlindungan merek dagang ini tertuang secara tertulis di dalam Trade Related Aspect of Intellectual PropertyRight (TRIPs). Indonesia merupakan salah satu anggota Negara WTO dengan dasar Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia). Selain itu Indonesia juga meratifikasi Undang-Undang mengenai Hak Kekayaan Intelektual salah satunya yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Yang selanjutnya dalam penulisan ini disebut sebagai Undang-Undang Merek. Dalam Pasal 3 menyebutkan pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek diberikan hak eksklusif oleh Negara untuk menggunakan merek ataupun pihak lain yang diberi ijin untuk menggunakannya tersebut dalam jangka waktu perlindungan yang diberikan oleh hukum.

Perkembangan perekonomian sudah semakin pesat karena hubungan antar bangsa yang menjadi saling tergantung dan pola perdagangan yang tidak terikat pada batas-batas negara. Para pengusaha pemilik merek barang dan jasa saling berlomba untuk memperoleh akses yang seluas-luasnya ke pasar internasional. Merek sebagai salah satu bentuk karya intelektual digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang sejenis, yang diproduksi oleh perusahaan lain.

Merek (*Trademark*) sebagai Hak Atas Kekayaan Intelektual pada dasarnya ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain.¹ Merek merupakan ujung tombak perdagangan barang dan jasa. Melalui Merek, pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan akan kualitas (*a gurantee of quality*) barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan mencegah tindakan persaingan (konsekuensi) yang tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad buruk yang bermaksud membongceng reputasinya. Merek sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising device*) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa-jasa yang dihasilkan pengusaha.

Taman Teh Wangi adalah salah satu perusahaan dagang di Kota Batam yang mendistribusikan aksesoris teh dan teh Cina, Teh Cina yang dimaksud adalah Teh Pu Er, Teh Jasmine, Tie Guan Yin, dll. Semua produk teh yang disediakan adalah produk olahan cina yang di beri Merek oleh Taman Teh Wangi sendiri dengan Merek Cha Sen.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah Pengusaha Indonesia mendapatkan perlindungan Hukum pendaftaran Merek atas Produk yang merupakan produk olahan cina ?
2. Apakah perlindungan hukum berlaku sama untuk produk yang bahan bakunya bersal dari luar negeri ?
3. Apakah secara Undang-Undang, Taman Teh Wangi legal dalam mendaftarkan Hak Merek dengan produk olahan cina ?

C. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian hukum sosiologis, yakni pendekatan yang menganalisis tentang bagaimana rekasi dan interaksi yang terjadi ketika sistem norma itu bekerja di dalam masyarakat. Menurut Husen Umar, Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian, Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, biasa juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu². Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara mengajukan pertanyaan atau interview pada subjek penelitian untuk memperoleh data-data dan osbervasi secara

¹ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, 1997: 149

² Husen Umar (2005:303)

langsung ataupun tidak langsung. Yang dalam hal ini diperoleh dengan wawancara dan pengajuan angket terhadap informan atau Toko Taman Teh Wangi yang terletak di Komplek Bumi Indah Blok IV no 14-15. Data Sekunder, yaitu data yang mendukung keterangan atau menunjang kelengkapan data primer, dengan mempelajari data sekunder yang berupa bahan-bahan pustaka, peraturan-peraturan, ketentuan-ketentuan hukum yang berhubungan dengan permasalahan dan/atau yang diteliti. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumen dan studi pustaka (*library research*). Data sekunder yang digunakan terdiri dari Bahan Hukum Primer yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Bahan Hukum Sekunder, berupa buku, makalah-makalah, majalah, jurnal-jurnal hukum, laporan hasil penelitian, dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan obyek penelitian yang dilakukan., Bahan Hukum tersier, adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan-penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, diantaranya yaitu bahan dari kamus bahasa Indonesia, kamus bahasa Inggris, ensiklopedia, internet dan lain-lain.

Sehubungan penelitian ini adalah penelitian hukum sosiologis, maka data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara mengajukan pertanyaan atau interview pada subjek penelitian untuk memperoleh data-data dan osbervasi secara langsung ataupun tidak langsung. Yang dalam hal ini diperoleh dengan wawancara dan pengajuan angket terhadap informan atau Toko Taman Teh Wangi yang terletak di Komplek Bumi Indah Blok IV no 14-15. Data Sekunder, yaitu data yang mendukung keterangan atau menunjang kelengkapan data primer, dengan mempelajari data sekunder yang berupa bahan-bahan pustaka, peraturan-peraturan, ketentuan-ketentuan hukum yang berhubungan dengan permasalahan dan/atau yang diteliti. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumen dan studi pustaka (*library research*). Data sekunder yang digunakan terdiri dari.: **Pertama**, Bahan Hukum Primer yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. **Kedua**, Bahan Hukum Sekunder, berupa buku, makalah-makalah, majalah, jurnal-jurnal hukum, laporan hasil penelitian, dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan obyek penelitian yang dilakukan. **Ketiga**, Bahan Hukum tersier, adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan-penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, diantaranya yaitu bahan dari kamus bahasa Indonesia, kamus bahasa Inggris, ensiklopedia, internet dan lain-lain.

Dalam penelitian pada umumnya dibedakan antara data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat dan dari bahan-bahan pustaka. Yang diperoleh langsung dari masyarakat dinamakan data primer (atau data dasar), sedangkan yang diperoleh dari bahan-bahan pustaka lazimnya dinamakan data sekunder.³ “ Karena penelitian ini adalah penelitian hukum sosiologis, maka data yang

³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Op. cit.* hal. 12

digunakan adalah data primer dan sekunder”. Teknik pengumpulan data dibagi menjadi dua bagian yaitu: **Pertama**, Data primer adalah data yang diperoleh dengan mengajukan pertanyaan/interview dan pengajuan angket terhadap subjek penelitian untuk memperoleh data-data dan observasi secara langsung ataupun tidak langsung. Pengajuan angket lebih bersifat terbuka sehingga dapat diperoleh pemahaman dari persepsi masing-masing pihak yang menjadi informan penelitian, untuk selanjutnya dianalisa oleh peneliti untuk kepentingan pembahasan lanjutan dan penarikan solusi atas permasalahan yang dibahas bagi kepentingan penelitian. **Kedua**, Data sekunder adalah studi kepustakaan yakni dengan mengkaji berbagai peraturan perundang-undangan atau literatur yang berhubungan dengan penelitian dan dokumentasi langsung yaitu mengkaji dokumen yaitu putusan pengadilan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

Analisis data merupakan kegiatan dalam penelitian yang berupa melakukan kajian atau telaah terhadap hasil pengolahan data yang dibantu dengan teori-teori yang telah didapatkan sebelumnya. Metode analisis data adalah suatu tahapan yang sangat penting dalam suatu penelitian sehingga dapat membuahkan hasil yang mendekati kebenaran yang ada. Dalam penulisan penelitian ini yang digunakan oleh peneliti adalah metode pendekatan kualitatif, “ yaitu metode penelitian dengan data fenomena, fokus yang hanya bisa dijelaskan secara naratif dan tidak bisa dibuktikan dengan pengukuran”. Alasan menggunakan atau memilih analisis data deskriptif kualitatif, karena hanya ingin mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau secara generalisasi. Langkah analisa yang dilakukan meliputi tahapan sebagai berikut : **Pertama**, mereduksi data, yaitu dengan upaya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, serta memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema dan polanya.. **Kedua**, penyajian data, yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. **Ketiga**, melakukan penarikan kesimpulan dan melakukan verifikasi terhadap data-data yang di dapat tersebut.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Ruang Lingkup Merek Yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak

Pengertian Merek dirumuskan dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata dan huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembedaan dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

H.M.N. Purwo Sutjipto memberikan rumusan bahwa Merek adalah suatu tanda, dengan nama suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.

Essel R. Dillabou, Sarjana Amerika Serikat sebagaimana dikutip oleh Pratasius Daritan, seraya memberikan komentar bahwa :

“No complete definition can be given for a trademark generally it is any sign, symbol, work or arrangement of words in the form of a label adopted and used by a manufacturer or distributor to designate his particular goods, and which no other person has the legal right to use it. Originally, the sign or trademark indicated origin, but today it is used more as an advertising mechanism ”

(Tidak ada definisi yang lengkap yang dapat diberikan untuk suatu merek dagang. Secara umum adalah suatu lambang, simbol, tanda, perkataan atau susunan kata-kata didalam bentuk suatu etiket yang dikutip dan dipakai oleh seorang pengusaha atau distributor untuk menandakan barang-barang khususnya, dan tidak ada orang lain mempunyai hak sah untuk memakainya. Desain atau *Trademark* menunjukkan keaslian tetapi sekarang itu dipakai sebagai suatu mekanisme periklanan)

Menurut R Soekardono, Pengertian Merek adalah suatu tanda yang memprivadkan sebuah barang tertentu, di mana perlu juga diprivadkan asalnya barang atau menjamin kualitasnya barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.

Vollmar mengemukakan pengertian merek, suatu merek pabrik atau merek perniagaan ialah suatu tanda yang dibubuhkan di atas barang atau di atas bungkusannya, yang berguna untuk membedakan barang itu dengan barang-barang yang sejenis lainnya.

Menurut Harsono Adisumarto, Pengertian Merek adalah tanda pengenal yang membedakan milik seseorang dengan orang lain, seperti pada pemilikan ternak dengan memberi cap pada punggung sapi yang kemudian dilepaskan di tempat penggembalaan bersama yang luas. Cap tersebut itu memang merupakan tanda pengenal untuk menunjukkan bahwa hewan yang bersangkutan tersebut telah ada pemilikinya. Biasanya dalam membedakan tanda atau merek digunakan inisial dari mana pemilik sendiri sebagai tanda pembedaan.

Menurut Philip S James, Pengertian Merek Dagang adalah suatu tanda yang dipakai oleh seorang pengusaha atau pedagang untuk menandakan bahwa suatu bentuk tertentu dari barang-barang kepunyaannya, pengusaha atau pedagang tersebut tidak perlu penghasilan sebenarnya dari barang-barang itu, untuk memberikan kepadanya hak untuk memakai sesuatu merek, cukup memadai jika barang-barang itu ada di tangannya dalam lalulintas perdagangan.

Menurut Tirtaadmijaya yang menyetir pendapat Vollmar. Suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah suatu tanda yang dibutuhkan diatas bungkusnya, guna membedakan barang itu dengan barang-barang sejenis lainnya.⁴

⁴ Tirtaadmijaya, 1962: 80

Menurut Soedargo Gautama, Merek adalah alat untuk membedakan barang dan tanda yang dipakai sebagai merek ini kiranya harus mempunyai daya pembedaan untuk dapat membedakan barang yang bersangkutan.⁵

Menurut Iur Soeryatin, Suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya oleh karena itu barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai tanda: tanda asal, nama, jaminan terhadap mutunya.⁶

Dari pengertian merek yang diungkapkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengertian 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 yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak adalah :

- a. Merek yang didaftarkan atas dasar Itikad Tidak Baik
- b. Merek yang bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, ketertiban umum; Tidak memiliki daya pembeda; Telah menjadi milik umum; Merupakan keterangan yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. (Pasal 5 Undang-undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek)
- c. Memiliki persamaan pada pokoknya/keseluruhan dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis, Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis, dan indikasi geografis yang sudah dikenal.
- d. Merek yang menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain; Tiruan atau menyerupai nama atau singkatan singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau lembaga Negara atau lembaga nasional maupun internasional; Tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh Negara atau lembaga pemerintahan. (Pasal 6 ayat (3) Undang-undang No. 15 tahun 2001 tentang Merek)

Seperti yang telah di sebutkan di poin-poin diatas, dapat dilihat bahwa Produk yang diproduksi oleh Taman Teh Wangi (cap Cha Sen) :

- a. Beritikad baik. Dikatakan beritikad baik karena Merek yang didaftar tidak berentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, ketertiban umum; tidak memiliki daya pembeda, telah menjadi milik umum, merupakan keterangan yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan oleh pendaftarannya.

⁵ Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, 2002: 26

⁶ R. Suryatin, 1980: 84

- b. Tidak bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, ketertiban umum; memiliki daya pembeda; Tidak menjadi milik umum; Merupakan keterangan yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Dikatakan demikian karena Merek Cha Sen tidak bertentangan dengan segala yang disebut diatas
- c. Memiliki persamaan pada pokoknya/keseluruhan dengan merek milk pihak lain yang sudah terdaftar terlebih dahulu, Merek yang sudah terkenal milik pihak lain dan indifikasi geografis yang sudah dikenal.

Di permasalahan ini, Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual telah menolak pendaftaran Merek yang dilakukan oleh Toko Taman Teh Wangi, dimana alasan penolakan dari Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual karena adanya persamaan kata yang digunakan (bunyi kata) yaitu Hak Merek yang didaftar oleh PT.Bauma Sufei dengan Merek "SEN" dengan yang didaftar oleh Toko Taman Teh Wangi "Cha Shen". Yang sebenarnya menurut Pemohon mempunyai arti yang beda. Dimana arti dari "Cha Shen" adalah Dewa Teh. Selain itu, Produk yang ditawarkan juga sama-sama merupakan Kopi, Teh dan Kakao.

PT.Bauma Sufei telah mendaftarkan Mereknya "SEN" pada tanggal 07 April 2003 sedangkan Toko Taman Teh Wangi baru mendaftarkan Mereknya "Cha Shen" pada Tanggal 05 Mei 2014

Berikut sedikit artikel mengenai Perlindungan merek secara ofensif dalam kasus kopitiam:⁷

Sengketa merek Kopitiam mungkin menjadi salah satu sengketa merek paling besar di Indonesia. Sengketa ini melibatkan banyak sekali pihak terutama para pemilik restoran kopitiam atau coffee shop. Kasus ini bermula sejak dikeluarkannya pengumuman tentang kepemilikan merek KOPITIAM di media massa oleh Abdul Alex Soelystio. Pada intinya, pengumuman ini memberikan peringatan kepada anggota-anggota Perhimpunan Pengusaha Kopi Tiam Indonesia (PPKTI) untuk menurunkan papan merek atau tidak lagi menggunakan merek Kopitiam. Karena Abdul Alex Soelystio adalah pemegang hak eksklusif yang telah diperolehnya sejak tahun 1996 dan telah diperpanjang kembali pada 2006. Oleh karena itu, pemakaian merek Kopitiam ini dapat dikenakan tindak pidana merek.

Karena pengumuman tersebut banyak pemilik restoran kopitiam yang mengganti namanya, tetapi juga tidak sedikit yang tidak mau menggantinya. Bahkan ada beberapa pihak terutama pemilik restoran/cafe Kopitiam yang maah menggugat Menkum HAM sebagai

⁷ <http://startuphki.com/perindungan-merek-secara-ofensif-dalam-kasus-kopitiam/> diakses pada Agustus 2016

pihak yang mengeluarkan izin merek itu dan juga menggugat Abdul Alex atas merek Kopitiam.

Salah satunya adalah Pamin Halim, pemilik Kok Tong Kopitiam. Menurutnya, penulisan 'Kok Tong Kopitiam' sangat jauh berbeda dengan penulisan merek 'KOPITIAM' ala Abdul Alex. Meski berbeda jauh, tetapi MA di tingkat kasasi tetap menyatakan kedai kopi 'Kok Tong Kopitiam' memiliki persamaan pada pokoknya dengan kedai kopi 'KOPITIAM'.

Kemudian giliran Phiko Leo Putra sebagai pemilik Lau's Kopitiam yang melakukan gugatan ke Alex. Dalam argumennya, Phiko salah satunya merujuk kepada keputusan Intellectual Property Office of Singapore (Kantor HAKI Singapura) dalam perkara Pasific Rim Industries Inc melawan Valentinin Globe BV. Dalam pertimbangannya, Dewan Pariwisata Singapura mengakui bahwa bahasa adalah hidup dan secara konstan berkembang dalam negara yang memiliki ras sangat banyak seperti Singapura yang kaya akan dengan berbagai bahasa dan budaya. "Kopitiam diakui sebagai kata lokal baru yang terbentuk dari gabungan dan kombinasi tempat makan yang memiliki kios minum yang menyediakan minuman serta kedai yang menyediakan makanan," ujar Dewan Pariwisata Singapura.

Tapi apa daya, gugatan Phiko juga kandas, menyusul nasib Pamin Halim. Majelis PK yang diketuai Syamsul Ma'arif PdD dengan anggota Prof Dr Takdir Rahmadi dan Hamdi menyatakan Lau's Kopitiam memiliki persamaan dengan KOPITIAM dan mengadili Phiko harus mengganti merek kedainya. Menariknya, Syamsul dalam putusan Pamin Halim adalah hakim agung yang tidak setuju KOPITIAM sebagai kata yang bisa diberikan hak eksklusif.

Selain itu masih ada lagi pengusaha kopitiam yang juga melawan Alex, yaitu QQ Kopitiam. Dan lagi-lagi Alex menang sehingga QQ Kopitiam harus mengganti namanya dan tidak boleh menggunakan merek Kopitiam lagi, walaupun sebelumnya QQ Kopitiam sudah menghapus kata Kopitiam dari restoran-restoran mereka.

Dan satu lagi pihak yang kalah melawan Alex adalah Perhimpunan Pengusaha Kopi Tiam Indonesia (PPKTI). Pasalnya, majelis hakim memutuskan untuk tidak menerima gugatan PPKTI dan menerima eksepsi Abdul Alex. Majelis hakim berpijak pada eksepsi tergugat yang menilai gabungan pengusaha warung Kopi Tiam tak memiliki 'legal standing' karena PPKTI hanya dapat menunjukkan akta pendiriannya yang didirikan pada 3 Mei 2011. Namun, akta ini belum mendapatkan pengesahan dari Kementerian Hukum dan HAM sebagaimana yang diharuskan oleh Pasal 1653-1665 KUH Perdata.

Berdasarkan kasus diatas, banyak pihak yang berpendapat bahwa seharusnya kata KOPITIAM tidak bisa digunakan sebagai sebuah merek

karena merupakan sebuah kata yang generik. Selain itu banyak juga pihak yang menyebut bahwa Alex terlalu kapitalis dengan mempertahankan merek KOPITIAM eksklusif untuk dia. Tetapi terlepas dari itu semua, terbukti bahwa perlindungan sebuah merek sangatlah penting dalam membangun usaha yang sustainable. Memang kita bisa dengan mudah mengganti merek dagang kita setiap saat. Tetapi perjuangan yang telah kita lakukan dalam membangun sebuah merek akan jadi sia-sia apabila kita mengganti merek kita.

Selain itu, dari kasus diatas kita dapat melihat bahwa perlindungan sebuah merek juga dapat berfungsi secara difensif maupun ofensif. Dalam kasus ini, Alex dapat menggunakan perlindungan merek Kopitiam secara ofensif dengan mengalahkan pemilik usaha kopitiam lainnya sehingga Alex dapat memonopoli merek KOPITIAM. Selanjutnya kami akan berusaha untuk memberikan conth kasus perlindungan merek yang berfungsi secara Difensif.

Dari kasus ini bisa kita lihat bahwa dalam pendaftaran sebuah Hak Merek, yang dilihat dari Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual bukan dari dimana barang itu berasal, namun dari persamaan yang timbul dari Merek tersebut. Dalam Hal ini adalah persamaan bunyi ataupun persamaan kata-kata dalam Merek yang akan didaftarkan.

Selain itu berikut juga kutipan kasus sengeakta merek antara Zego Boss dan Hugo Boss⁸

Perusahaan fesyen asal Jerman Hugo Boss Trade Mark Management GmbH and Co. KG menggugat pembatalan merek ZegoBoss milik Warga Negara Indonesia (WNI) Alexander Wong di Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.

Berdasarkan informasi yang diterima KONTAN dari pengadilan, Rabu (11/5) alasan Hugo Boss mengajukan gugatan ini lantaran merek milik Alexander memiliki persamaan pada pokoknya dengan miliknya yakni, Hugo Boss, Boss, dan Boss Hugo Boss. Adapun dalam hal ini Hugo Boss menunjuk kuasa hukum dari Suryomucito & Co.

Dalam gugatannya, Hugo Boss menjelaskan persamaan pada pokoknya itu ditandai dengan Alexander yang juga menggunakan kata "Boss". Dimana menurutnya, kata tersebut merupakan nama badan hukum perusahaan.

Terlebih lagi, Alexander mendaftarkan mereknya di kelas yang sama yakni kelas 25 yang melindungi berbagai macam barang jenis pakaian, alas kaki, dan tutup kepala. Sekadar tahu saja, merek ZegoBoss telah terdaftar di Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (Ditjen KI) dengan nomer registrasi IDM000189607.

⁸ <http://nasional.kontan.co.id/news/hugo-boss-gugat-merek-lokal-zegoboss>

Tak hanya itu Alexander juga mendaftarkan merek lain yakni ZegoBoss Platinum + Logo dengan No. IDM 000384747 di kelas 25. Serta merek ZegoBoss yang terdaftar di kelas 3 dengan No. IDM000376735. Maka dari itu, dalam gugatannya, Hugo Boss juga turut menyeret Ditjen KI sebagai turut tergugat.

Selain adanya persamaan dalam pokoknya, Hugo Boss juga menilai Alexander memiliki itikad tidak baik saat mendaftarkan merek ZegoBoss di Ditjen KI. Pasalnya, hal tersebut dilandasi niat meniru dan membonceng ketenaran merek miliknya yang sudah terkenal.

Dengan demikian, ia meminta kepada majelis hakim untuk mengabulkan gugatannya dengan menyatakan dirinyalah pemilik dan pendaftar pertama dan merupakan pihak yang berhak menggunakan merek-merek Hugo Boss, Boss, Boss Hugo Boss serta variasinya di Indonesia.

"Serta meminta kepada majelis hakim untuk membatalkan merek-merek ZegoBoss milik tergugat dari (Alexander) daftar umum merek dengan segala akibat hukumnya," tulis kuasa hukum Hugo Boss dalam petitum gugatannya.

Sekadar informasi, gugatan pembatalan didaftarkan dengan No. 27/Pdt.Sus-HKI/2016/PN JKT.PST sejak 21 April 2016 dan baru memasuki sidang pertama pada Selasa (10/5).

Adapun dalam persidangan, baik Alexander ataupun perwakilannya tak hadir.

Dengan demikian, ketua majelis hakim Kisworo menunda persidangan hingga 30 hari kedepan dengan pertimbangan untuk memanggil kembali Alexander yang belum diketahui alamatnya. Berdasarkan data penggugat Alexander memiliki dua alamat yakni di Jakarta dan Medan.

"Karena terdapat alamat di Medan jadi perlu pemanggilan selama 30 hari mengingat berada di luar kota," ungkap Kisworo dalam sidang. Sekadar tahu saja, Hugo Boss saat ini memiliki 6.102 toko di 110 negara. Secara langsung, perusahaan ini memiliki 364 toko eceran bersama 1.000 toko yang dimiliki pewaralaba.

Dari Kasus antara Zego Boss dan Hugo Boss, pihak Hugo Boss menuntut Pihak Zego Boss dengan alasan adanya persamaan dalam kata "Boss" namun menurut Pihak Zego Boss, "Boss" adalah kata umum maka menolak gugatan dari Hugo Boss

- d. Tidak menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain. Tiruan atau menyerupai nama atau singkatan-singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau lembaga negara atau lembaga pemerintahan.

Merek Cha Shen adalah terjemahan dari Bahasa Cina sendiri yang artinya Dewa Teh, dimana pendaftar ingin menjelaskan bahwa

produknya adalah yang terbaik. Tidak menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, Tiruan atau meyerupai nama atau sngkatan-singkatan, nama, bendera, lambang atau simbol atau lembaga negara atau lembaga pemerintah.

Dari poin-poin yang tertera diatas, maka Produk dari Toko Taman Teh Wangi dengan cap “Cha Sen’ tidak berhak mendapatkan Hak Mereknya, dikarenakan adanya kesamaan kata ataupun bunyi dalam Mereknya dengan Merek yang sudah didaftarkan sebelumnya.

2. Hasil Pendaftaran Hak Merek yang telah dilakukan oleh Toko Taman Teh Wangi

Toko Taman Teh Wangi berkedudukan di Komplek Bumi Indah Blok IV no 14-15 yang sudah beroperasi kurang lebih 4 tahun di Batam. Taman Teh Wangi adalah salah satu perusahaan dagang di Kota Batam yang mendistribusikan aksesoris Teh dan Teh Cina. Teh Cina yang dimaksud adalah Teh Pu Er, Teh Jsmine, Tie Guan Yin dan lain-lain.

Tumbuhan teh (*Camellia sinensis*) familia dari *Theaceae*, diperkirakan berasal dari pegunungan Himalaya dan daerah – daerah pegunungan yang berbatasan dengan Republik Rakyat Cina, India, dan Birma. Tanaman ini dapat tumbuh di daerah tropis dan subtropis, dengan menuntut cukup sinar matahari dan hujan sepanjang tahun.⁹

Pada umumnya, Teh adalah sejenis minuman yang di hasilkan dari pengolahan daun tanaman teh (*Camellia sinensis*). Daun yang di gunakan biasanya adalah daun pucuk di tambah 2-3 helai daun muda di bawahnya. Daun tersebut kemudian di olah dengan cara ‘fermentasi’ sebelum dapat di konsumsi. Meskipun pengolahan daun teh dilakukan dengan cara ‘fermentasi’ namun sebenarnya proses pengolahannya tidak menggunakan ragi (mikroorganisme) dan juga tidak menghasilkan alkohol seperti proses fermentasi pada umumnya. Fermentasi daun teh lebih tepat jika di sebut proses oksidasi karena pemecahan komponen-komponen yang terkandung dalam teh di bantu oleh oksigen yang ada di udara.

Saat ini, Teh bukan hanya sebutan untuk minuman yang di buat dari hasil pengolahan daun teh saja. Berbagai jenis minuman yang di hasilkan dari daun, kulit, akar, bunga tumbuhan lain selain tanaman teh juga disebut dengan istilah teh. Contohnya teh bunga melati, teh daun sirsak, teh bunga rosella, teh bunga krisant dan lain-lain. Tentu saja komponen yang di kandung oleh teh asli dari daun teh dengan teh dari tanaman herbal sangat berbeda. Teh dari daun teh mempunyai senyawa kimia yang tidak di temukan dalam teh herbal yaitu senyawa antioksidan yang di sebut katekin. Selain itu teh dari daun teh juga mengandung senyawa kafein yang biasanya terdapat pada buah kopi. Selain katekin dan kafein, daun teh juga mengandung senyawa penting lainnya seperti asam amino dan senyawa

⁹ Spillane, 1992

polifenol. Senyawa-senyawa inilah yang akan mempengaruhi kualitas warna, aroma dan rasa dari teh. Terutama kandungan senyawa polifenolnya.

Prinsip utama dari pengolahan teh adalah pemanfaatan oksidasi senyawa polifenol yang ada di dalam daun teh. Proses oksidasi atau fermentasi yang berbeda inilah yang menyebabkan teh di bedakan dalam beberapa jenis. Berdasarkan sifat fermentasinya.

Teh di percaya mempunyai khasiat yang sangat tinggi untuk kesehatan. Ada yang mengatakan bahwa meminum teh secara rutin setiap hari 2 gelas akan membuat peminumnya terhindar dari penyakit kanker, gagal ginjal, dan berumur panjang. Meminum teh sehabis makan terbukti akan mempercepat proses pembakaran karbohidrat, sehingga teh seringkali di konsumsi untuk tujuan diet. Namun apapun, setiap makanan memiliki efek samping jika di konsumsi secara berlebihan.

Pada saat ini, produk dari Taman Teh Wangi sudah di distribusikan hampir di seluruh Supermarket, Minimarket dan Kedai kopi didaerah Batam. Sementara ini produk yang diberikan Merek "Cha Shen" hanya 5 macam antara lain:

- a. Teh Pu Er Kotak : Teh Pu Er Celup kotak terdiri atas 20 sachet Teh Pu Er celup
- b. Teh Pu Er packing : Teh Pu Er Celup 100 pack terdiri atas 100 sachet Teh Pu Er Celup
- c. Tie Guan Yin kotak : Teh Tie Guan Yin Celup kotak terdiri atas 20 sachet Teh Tie Guan Yin celup
- d. Tie Guan Yin Packing : Teh Tie Guan Yin Celup 100 pack terdiri atas 100 sachet Teh Tie Guan Yin
- e. Teh Jasmine Packing : Teh Jasmine packing terdiri atas 100 sachet Teh Jasmine

Selain 5 produk diatas yang diberikan Merek "Cha Shen", Toko Taman Teh Wangi juga tersedia:

- a. Teh Pres : Teh Pu Er, Teh Putih yang sudah di Pres
- b. Daun Teh : Teh yang bentuknya seperti Daun teh dan dia seperti eceran. Berbagai teh yang tersedia seperti Pu Er, Oolong, Tie Guan Yin, Jasmine, dan lain-lain
- c. Teko : teko tanah liat yang digunakan khusus untuk menyeduh The
- d. Guci : Guci dari Tanah liat atau Keramik yang digunakan untuk menyimpan daun the
- e. Gelas : Gelas ukuran kecil khusus untuk minum teh (ukurannya untuk satu kali tegukan, namun kebudayaannya adalah diminum 3 tegukan)
- f. Furnitur Teh : Furnitur seperti meja dan kursih serta pajangan
- g. Aksesoris Teh : pelengkap untuk menyeduh the
- h. Teh Set : set perlengkapan teh yang terdiri dari teko, guci, gelas
- i. Dan Lain-lain

Menurut nara sumber Bapak Eddy Cahyady, Hak Merek adalah Hak eksklusif yang diberikan kepada pendaftar. Dimana manfaatnya sebagai salah satu tanda pengenal kepada masyarakat akan suatu produk. Oleh karena itu beliau berminat untuk mendaftarkan Produk yang didistribusinya yaitu Teh Pu Er.

Adapun alasan kenapa beliau berminat mendaftarkan Hak Merek tersebut dikarenakan produk yang didistribusi oleh Taman Teh Wangi (Teh Pu Er) adalah inovasi Taman Teh Wangi kedalam bentuk Teh Celup dimana sebelumnya tradisi dalam Teh Cina adalah menyeduh dengan Teko. Teh Celup Pu Er ini adalah inovasi dari Pendiri Taman Teh Wangi yaitu Bapak Eddy Cahyady sehingga beliau sangat ingin mendaftarkan Hak Merek produknya dengan harapan kedepannya tidak ada perusahaan yang berusaha memproduksi produk yang kurang lebih sama. Namun menurut beliau sangat berkemungkinan besar bahwa adanya perusahaan yang ikut dalam pengolahan produk tersebut dengan merek yang berbeda tetapi beliau yakin bahwa dengan pendaftaran Hak Merek ini maka masyarakat akan mengenal produknya terlebih dahulu.

Teh Pu Er cap Cha Sen yang didistribusi oleh Taman Teh Wangi tergolong makanan oleh karena itu, membutuhkan izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan. Produk dari Taman Teh Wangi telah mempunyai izin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan dengan Nomor izin Dep.Kes.P.IRT No 313271010121-19.

Taman Teh Wangi telah mendaftarkan Mereknya dengan Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual pada tanggal 05 Mei 2014 dengan nomor D002014020826. Namun pada tanggal 23 April 2016, Toko Taman Teh Wangi mendapatkan Surat Pemberitahuan Usulan Penolakan dari Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual dengan nomor surat HKI.4.HI.06.02.D0020140208226.

Adapun alasan penolakan pendaftaran Hak Merek ini dikarenakan menurut Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek SEN milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu dengan nomor IDM000000622 untuk barang sejenis beerdasarkan Pasal 6 ayat (1) uruf (a) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Dalam hal ini, penulis dapat melihat bahwa Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual menolak pendaftaran Hak Merek "Cha Sen" karena kesamaan dari produk yang telah terdaftar yaitu sama-sama Teh dan sama-sama menggunakan kata "Sen".

Seperti yang telah dibahas di Ruang lingkup merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak dapat dilihat bahwa alasan Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual menolak atas pendaftaran Toko Taman Teh Wangi tertera dalam Ruang lingkup merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak

poin C atau sesuai dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tertera dalam Pasal 6 Ayat (1) butir a.

Dalam Hal ini, bisa kita liat kasus Pendaftaran Merek atas "Kopitiam". Kopitiam dalam arti kata lain adalah Kedai Kopi dalam bahasa Cina atau "tionghua". Kata "kopitiam" merupakan bahasa sehari-hari yang digunakan masyarakat umum untuk menyatakan Kedai Kopi terutama orang "tionghua" Indonesia dan juga di Kota Batam.

Sedangkan Kata "Shen" yang tertera didalam Merek Toko Taman Teh Wangi mempunyai arti Dewa. Dimana, kalo di Cina menggunakan kata dewa mempunyai arti lain dimana artinya yang terbaik. Sehingga dalam kasus kopitiam dan kasus taman teh wangi ini karena penggunaan kata yang merupakan kata umum. Namun pendaftar atau pemohon pertama yang berhak atas hak eksklusif tersebut.

3. Perlindungan Hukum Pendaftaran Hak Merek Produk Olahan Cina Untuk Pengusaha Indonesia

Menurut Phillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan resprensif. Perlindungan Hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi dan perlindungan yang resprensif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.

Perlindungan hukum preventif merupakan hasil teori perlindungan hukum berdasarkan Philipus. Perlindungan hukum ini memiliki ketentuan-ketentuan dan ciri tersendiri dalam penerapannya. Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum mempunyai kesempatan untuk mengajukan keberatan dan pendapatnya sebelum pemerintah memberikan hasil keputusan akhir. Perlindungan hukum ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang berisi rambu-rambu dan batasan-batasan dalam melakukan sesuatu. Perlindungan ini diberikan oleh pemerintah untuk mencegah suatu pelanggaran atau sengketa sebelum hal tersebut terjadi. Karena sifatnya yang lebih menekankan kepada pencegahan, pemerintah cenderung memiliki kebebasan dalam bertindak sehingga mereka lebih hati-hati dalam menerapkannya. Belum ada peraturan khusus yang mengatur lebih jauh tentang perlindungan hukum tersebut di Indonesia.

Perlindungan hukum represif juga merupakan hasil teori dari Philipus, tetapi ini memiliki ketentuan-ketentuan dan ciri yang berbeda dengan perlindungan hukum preventif dalam hal penerapannya. Pada hukum represif ini, subyek hukum tidak mempunyai kesempatan untuk mengajukan keberatan karena ditangani langsung oleh peradilan administrasi dan pengadilan umum. Selain itu, ini merupakan perlindungan akhir yang berisi sanksi berupa hukuman penjara, denda dan hukum tambahan lainnya. Perlindungan hukum ini diberikan untuk menyelesaikan suatu

pelanggaran atau sengketa yang sudah terjadi dengan konsep teori perlindungan hukum yang bertumpu dan bersumber pada pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak manusia dan diarahkan kepada pembatasan-pembatasan masyarakat dan pemerintah .

Dalam Pendaftaran Hak Merek yang telah dilakukan oleh Toko Taman Teh Wangi yang pada akhirnya tanggal 23 April 2016 mendapatkan Pemberitahuan usulan Penolakan. Dapat dilihat bahwa Surat yang dikirimkan oleh Direktorat Jendral adalah “Pemberitahuan Usulan Penolakan” dengan nomor HKI.4.HI.06.02.D002014020826 tertera

“Sehubungan dengan itu sesuai dengan ketentuan Pasal 20 ayat (3) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Saudara dapat menyampaikan keberatan atau tanggapan terhadap penolakan permohonan pendaftaran merek tersebut dengan menyebutkan alasannya. Keberatan atau tanggapan tersebut dapat disampaikan secara tertulis ke Direktorat merek dalam waktu paling lama 30 (tiga) puluh hari terhitung sejak tanggal penerimaan surat pemberitahuan ini.....”

Didalam surat tersebut,dapat dilihat bahwa dari judul surat yang dikirimkan oleh Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual hanya Surat Pemberitahuan dan dari isi surat tertera Pemohon diperbolehkan menyampikan keberatan atau tanggapan terhadap penolakan permohonan pendaftaran. Hal tersebut mencerminkan Penggusaha Indonesia mendapat Perlindungan Hukum dalam pendaftaran Hak Merek.

Hal tersebut sejalan dengan teori Perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon yaitu Teori Perlindungan Hukum yang bersifat Preventif dimana subyek hukum mempunyai kesempatan untuk mengajukan keberatan dan pendapatnya sebelum pemerintah memberikan hasil keputusan akhir. Perlindungan hukum ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang berisi rambu-rambu dan batasan-batasan dalam melakukan sesuatu. Perlindungan ini diberikan oleh pemerintah untuk mencegah suatu pelanggaran atau sengketa sebelum hal tersebut terjadi. Karena sifatnya yang lebih menekankan kepada pencegahan, pemerintah cenderung memiliki kebebasan dalam bertindak sehingga mereka lebih hati-hati dalam menerapkannya. Belum ada peraturan khusus yang mengatur lebih jauh tentang perlindungan hukum tersebut di Indonesia.

E. Kesimpulan

Dari Hasil Penelitian dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut ini :

- a. Sesuai Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dalam Pasal 4 sampai dengan pasal 7 mengenai merek yang tidak dapat didaftar dan yang ditolak ,tidak adanya penjelasan lebih lanjut bahwa produk yang merupakan produk olahan cina tidak bisa mendaftarkan Hak Mereknya di Indonesia oleh

- karena itu toko Taman Teh Wangi mempunyai perlindungan hukum dalam mendaftarkan Hak Mereknya di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.
- b. Toko Taman Teh Wangi telah mendaftarkan Hak Merek pada Tanggal 05 Mei 2014 namun Dirjen Hak Kekayaan Intelektual memberikan penolakan kepada Toko Taman Teh Wangi pada tanggal 23 April 2016 dengan alasan adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek “SEN” milik PT.Bauma Sufei yang terlebih dahulu terdaftar dengan Nomor IDM000000622 untuk barang sejenis. Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa alasan Dirjen Hak Kekayaan Intelektual menolak permohonan pendaftaran Hak Merek Taman Teh Wangi karena sama-sama adalah Teh dan sama-sama menggunakan merek yang berbunyi “SEN” . Jadi dalam pendaftaran sebuah Merek, Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual tidak terlalu memperhatikan dalam bentuknya tetapi lebih memperhatikan persamaan katanya atau bunyinya. Seperti yang telah terjadi dalam kasus Toko Taman Teh Wangi yaitu “Shen” dan “SEN atau kasus Kopitiam yaitu KOPITIAM dan QQ Kopitiam.
 - c. Dalam Proses pendaftaran Hak Merek, Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual memberikan kesempatan kepada Pemohon untuk menyampaikan keberatan atau tanggapan terhadap penolakan pendaftaran. Hal tersebut sejalan dengan Teori yang dikemukakan oleh Philipus M.Hadjon bahwa subjek hukum mempunyai kesempatan untuk mengajukan keberatan dan pendapatnya sebelum pemerintah memberikan hasil keputusan akhir. Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual memberikan kesempatan kepada Pemohon untuk menyampaikan keberatan atau tanggapan terhadap penolakan pendaftaran.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Fajar, Mukti dan Achmad, Yulianto, *Dualisme Penelitian*

Hadjon, Philipus, M, *Perlindungan Hukum bagi rakyat Indonesia*, Surabaya: PT.Bina ilmu, 1986

Hadjon, Philipus M, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia, Sebuah studi tentang Prinsip-prinsipnya, Penanganannya oleh Pengadilan dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administarsi*, 2007.

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta ; UI Press, 1986

Soetiono, *Rule of Law (supremasi hukum)*, Surakarta : Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret : 2004

Internet

<http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/>

<https://od.wikipedia.org/wiki/Teh>

<http://startuphki.com/perlindungan-merek-secara-ofensif-dalam-kasus-kopitiam/>
diakses pada Agustus 2016

<http://nasional.kontan.co.id/news/hugo-boss-gugat-merek-lokal-zegoboss>

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 15 Tahun 2001 Tentang Merek