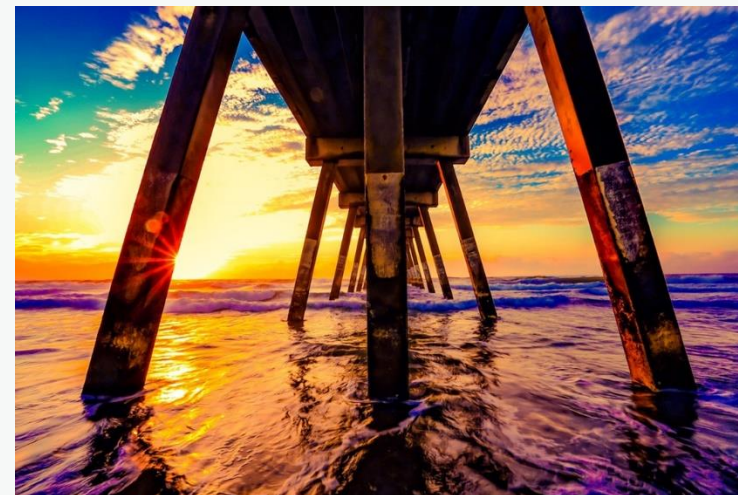


1987 ○



Legal Aspek Produk TIK

1991 ○



MEREK

Disusun oleh : Lily W

1995



PENGERTIAN MEREK



- Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 : Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata , huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. (Pasal 1 Ayat 1)
- Merek merupakan tanda yang digunakan untuk membedakan produk (barang dan atau jasa) tertentu dengan yang lainnya dalam rangka memperlancar perdagangan, menjaga kualitas, & melindungi produsen dan konsumen.

1995

PENGERTIAN MEREK



- Di sebagian negara, slogan iklan juga dianggap sebagai merek dan dapat didaftarkan pada kantor HKI
- Sebagian besar negara telah menentukan batasan-batasan mengenai hal apa saja yang dapat didaftarkan sebagai sebuah merek, secara umum adalah untuk tanda-tanda yang memang secara visual dapat dirasakan atau yang dapat ditunjukkan dengan gambar atau tulisan

1995



PENGERTIAN MEREK

- Merek merupakan tanda yang digunakan untuk membedakan produk (barang dan atau jasa) tertentu dengan yang lainnya dalam rangka memperlancar perdagangan, menjaga kualitas, & melindungi produsen dan konsumen.



1995



KEGUNAAN MEREK



- Fungsi utama merek (trademark, brand atau logo): Tanda pembeda → penanda identitas, membedakan dari barang atau jasa yang dihasilkan dari badan usaha lain
- Hukum menyatakan merek sebagai property atau sesuatu yang menjadi milik eksklusif pihak tertentu dan melarang orang lain memanfaatkannya, kecuali atas izin pemilik
- Kegiatan perdagangan: hak eksklusif dari negara untuk digunakan sendiri oleh pemegang merk atau oleh pihak lain atas seizin pemegang merek

1995



KEGUNAAN MEREK

- Berbeda dengan produk sebagai sesuatu yang di buat di pabrik merek dipercaya menjadi motif pendorong konsumen memilih suatu produk, karena merek bukan hanya apa yang tercetak di dalam produk (kemasannya), tetapi merek termasuk apa yang ada di benak konsumen dan bagaimana konsumen mengasosiasikannya.





KEGUNAAN MEREK



- Menurut David A. Aaker, merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan (baik berupa logo, cap atau kemasan) untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual tertentu. Tanda pembeda yang digunakan suatu badan usaha sebagai penanda identitasnya dan produk barang atau jasa yang dihasilkannya kepada konsumen, dan untuk membedakan usaha tsb maupun barang atau jasa yang dihasilkannya dari badan usaha lain.

1995



KEGUNAAN MEREK



- Untuk memungkinkan suatu perusahaan dapat membedakan dirinya dan produk yang dimiliki terhadap apa yang dimiliki oleh para pesaingnya, maka merek menjadi peran penting dalam pencitraan dan strategi pemasaran perusahaan, pemberian kontribusi terhadap citra, dan reputasi terhadap produk dari sebuah perusahaan di mata konsumen.



KEGUNAAN MEREK

- Citra dan reputasi perusahaan untuk menciptakan kepercayaan merupakan dasar untuk mendapatkan pembeli yang setia dan meningkatkan nama baik perusahaan.
- Konsumen sering memakai faktor emosional pada merek tertentu, berdasarkan serentetan kualitas yang diinginkan atau fitur-fitur yang terwujud dalam produk-produk yang dimiliki merek tsb.

1995



NILAI MEREK



- Merek yang tepat dan dipilih secara hati-hati merupakan **aset bisnis yang berharga** untuk sebagian besar perusahaan. Sementara untuk sebagian perusahaan lainnya merek merupakan aset yang sangat berharga yang mereka miliki. Perkiraan nilai dari merek-merek terkenal di dunia seperti Coca-Cola atau IBM melebihi 50 Milyar dollar masing-masingnya. Hal ini karena konsumen menilai merek, reputasi, citranya dan serentetan kualitas-kualitas yang konsumen inginkan yang berhubungan dengan merek, dan mereka mau membayar lebih untuk produk dengan merek tsb yang mereka akui dan yang dapat memenuhi harapan mereka. Oleh karena itu, memiliki sebuah merek dengan citra dan reputasi yang baik menjadikan sebuah perusahaan lebih kompetitif.
- Sumber : IBM Deutschland GmbH



1995



JENIS MEREK

- Merek dagang (trademark) yaitu merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan
- Merek atau merek dagang adalah nama atau simbol yang diasosiasikan dengan produk atau jasa dan menimbulkan arti psikologis atau asosiasi
- Merek jasa yaitu merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan

1995



JENIS MEREK

- Merek kolektif yaitu merek dengan karakteristik sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama → dalam permohonan pendaftaran merek harus dinyatakan secara tegas bahwa merek akan digunakan sebagai merek kolektif

The logo for 3M, consisting of the characters '3' and 'M' in a bold, red, sans-serif font. The '3' is significantly larger than the 'M'.



SUBJEK MEREK

- Seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama (kolektif) atau sebuah hukum atau beberapa badan hukum
- Merek sangat efektif sebagai tanda pengenal, maka pemakaiannya tidak terbatas produk komersial atau perusahaan saja
- Lembaga-lembaga non-laba seperti Palang Merah, organisasi International dan bahkan negara juga sudah menggunakan logo untuk mempopulerkan diri



1995



MERЕК HARUS UNIK

- Logo yang sangat terkenal selalu menjadi incaran pembajakan atau semi pembajakan yakni: peniruan sebagian besar aspek dan ciri dari logo-logo terkenal
- Sebuah merek harus memenuhi unsur-unsur berikut ini:
 - memiliki daya pembeda
 - bukan milik umum
 - tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum
- Kata-kata umum seperti “kecap”, “bakmie” atau “baterai” harus dihindari karena merupakan kata-kata umum

1995



MERЕК HARUS UNIK (LANJ ...)



- Semakin unik, semakin baik, mudah diingat
- Semakin mencolok, berbeda tampilan, lebih mudah melekat dalam ingatan siapa saja yang pernah melihatnya
- Terkadang merek yang sangat terkenal malah bisa menjadi kata umum
- Penambahan huruf "TM" (trade mark) di sudut kanan atas merek

Odol

1995



MEREK HARUS UNIK (LANJ)

Contoh:

odol → merek namun disalahkaprahkan sebagai sinonim dari "pasta gigi"

Kol → Colt, merek sebuah kendaraan angkutan
"epredi" → eveready, sebenarnya adalah merek,
namun ternyata yang dimaksudkan
adalah batu baterai

blue band, teh botol....

Di satu sisi hal itu menguntungkan pemilik merek karena mereknya menjadi begitu terkenal, namun akan berbalik merugi jika banyak orang ikut memanfaatkannya

1995



JANGKA WAKTU & PENGALIHAN MEREK

- Jangka waktu perlindungan hukum merek selama 10 tahun sejak tgl penerimaan dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama
- Pendaftaran ulang semata-mata dimaksudkan untuk memastikan bahwa sebuah merek tetap ada pemiliknya, dan sebagai mekanisme semacam pajak agar pemilik merek menyisihkan sebagian keuntungannya untuk negara yang melindunginya



1995



JANGKA WAKTU & PENGALIHAN MEREK



- Lisensi, yaitu izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut dalam jangka waktu dan syarat tertentu
- Perjanjian lisensi harus menegaskan bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek itu untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa tertentu dan dalam jangka waktu yang tidak melebihi jangka waktu perlindungan merek terdaftar serta disertai syarat tertentu

1995

PEROLEHAN MEREK



- Prosedur pendaftaran merek : mengisi formulir, salinan resmi Akta Pendirian Badan Hukum atau fotocopy yang ditandatangani notaris, fotocopy KTP, bukti pembayaran biaya permohonan merek
 - 1 kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 450.000,00
 - 2 kelas barang dan atau jasa per permintaan Rp. 950.000,00
 -
- Selanjutnya akan dilakukan pemeriksaan substantif sekitar 1 bulan (30 hari) terhitung sejak tgl penerimaan



ALASAN PENOLAKAN MEREK



- Kata-kata atau hal-hal umum. Contohnya, jika sebuah perusahaan berkeinginan untuk mendaftarkan merek "KURSI" untuk sebuah kursi, maka merek tsb akan ditolak karena "kursi" adalah istilah yang sudah umum untuk produk tsb
- Hal-hal yang bersifat menerangkan atau kata keterangan. Kata-kata yang biasa digunakan dalam perdagangan untuk menerangkan sifat suatu produk. Misalnya, merek SWEET atau MANIS, bisa saja ditolak untuk pemasaran coklat karena bersifat deskriptif. Dalam kenyataannya tidak adil jika memberikan eksklusivitas kepada salah satu produsen coklat saja atas kata "manis" untuk memasarkan produk-produknya. Begitu juga halnya dengan istilah-istilah kualitatif seperti CEPAT, TERBAIK, KLASIK atau INOVATIF dapat juga ditolak kecuali kata-kata tersebut merupakan bagian dari merek yang berbeda. Dalam kasus-kasus seperti itu, perlu dicantumkan dalam maklumat, pemberitahuan yang menjelaskan bahwa tidak ada eksklusivitas atas bagian khusus untuk merek.



ALASAN PENOLAKAN MEREK

- Merek-merek yang membingungkan.
Ini adalah merek-merek yang dapat membingungkan atau menyesatkan konsumen terutama berkaitan dengan sifat, kualitas atau asal daerah/geografis dari produk tersebut. Misalnya, produk margarine yang menggunakan merek, yang dicirikan dengan SAPI juga akan ditolak karena dianggap dapat menyesatkan konsumen yang kemungkinan konsumen mengkaitkan merek tsb dengan produk-produk dari susu sapi (seperti: mentega)

1995



ALASAN PENOLAKAN MEREK

- Merek-merek yang dianggap bertentangan dengan kebiasaan masyarakat atau moral.
Kata-kata dan ilustrasi-ilustrasi yang dianggap melanggar norma-norma moral dan agama yang berlaku di tengah masyarakat, juga tidak dapat didaftarkan sebagai merek.
- Bendera, armorial bearings, lambang-lambang resmi, lambang-lambang negara dan organisasi internasional yang telah disampaikan kepada biro internasional WIPO yang biasanya tidak dimasukkan dalam pendaftaran.

1995

CONTOH MEREK LOKAL POTENSIAL

| <u>Bidang/Sektor</u> | <u>Merek Internasional</u> | <u>Merek lokal (Indonesia)</u> |
|------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Restoran, pengolahan makanan | Mc Donald's, Pizza Hut, KFC | Bakmi Gajahmada, Ayam goreng Suharti |
| Minuman | Cocacola, Pepsi | Aqua, Sosro |
| Adi busana | Pierre Carding, Armani | Iwan Tirta, Harry Darsono |
| Kosmetik | Revlon, Lancome | Mustika Ratu, Sari Ayu |
| Toserba | Sogo, Carrefour | Alfa |



THANK YOU

