

LIPUTAN KHUSUS

Semua Orang Berhak Mengajukan
Permohonan Merek



DIREKTORAT JENDERAL
KEKAYAAN INTELEKTUAL
KEMENTERIAN HUKUM & HAM R.I.

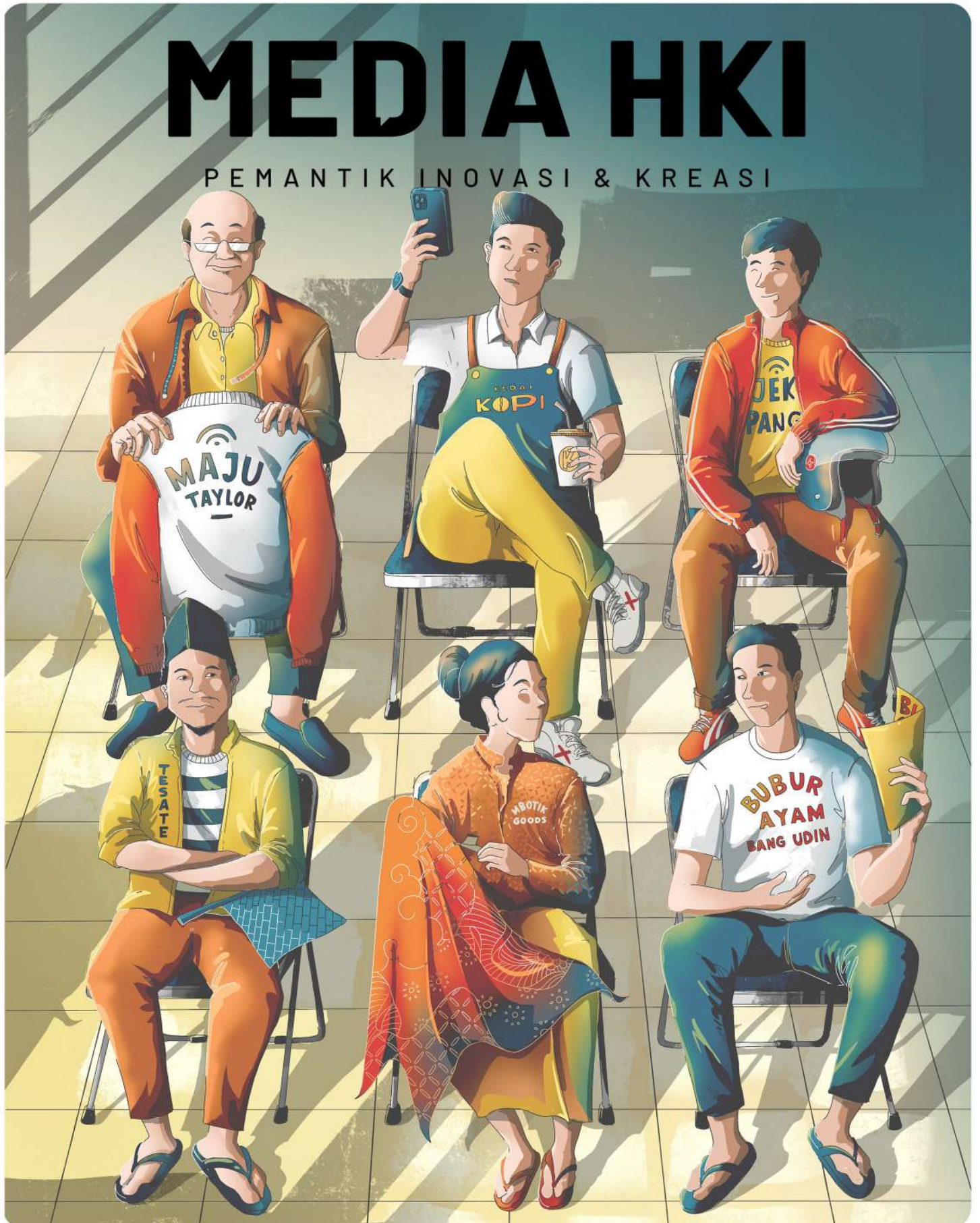
DEMI KONTEN

Permohonan Merek Ditolak,
Apa Alasannya?

VOLUME XIX / TAHUN IV 2022

MEDIA HKI

PEMANTIK INOVASI & KREASI





Menjadi Pemilik Merek Beriktikad Baik

Mencatatkan merek merupakan salah satu langkah strategis yang dapat ditempuh, mengingat perlindungan merek punya krusial bagi keberlangsungan sebuah produk/jasa. Namun, meski setiap orang berhak mengajukan permohonan, ditolak atau diterimanya permohonan merek juga bergantung pada iktikad baik.

Pada edisi ini, Media HKI telah merangkum sejumlah informasi terkait hak merek, seperti definisi iktikad baik, HKI sebagai jaminan kredit, upaya perlindungan dan penyelesaian sengketa, hingga inovasi yang diluncurkan DJKI Kemenkumham untuk mempercepat dan mempermudah proses pencatatan HKI.

Jamal M. Aziz memulai kariernya dengan menjadi seorang desainer grafis untuk musisi duo Endah N Rhesa pada 2012, kemudian *fulltime illustrator* pada 2015 dengan mayoritas proyek saat itu adalah mural.



Karya personalnya banyak bercerita tentang obrolan dengan diri sendiri (monolog). Ia senang mengolah kata menjadi visual serta gemar mengeksplorasi cat air dan akrilik. Anda dapat menemukan karya visual Jamal yang didominasi flora, fauna, serta siluet gestur manusia di akun Instagram @lapantigatiga.

*Redaksi menerima kontribusi tulisan dan artikel yang sesuai dengan misi penerbitan.
Redaksi berhak mengubah isi tulisan tanpa mengubah maksud dan substansi.*



Diterbitkan oleh : Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual | **Penasehat :** Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual | **Pengarah :** Sekretaris Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Direktur Hak Cipta dan Desain Industri, Direktur Paten, DTLST dan Rahasia Dagang, Direktur Merek dan Indikasi Geografis, Direktur Teknologi Informasi KI, Direktur Penyidikan dan Penyelesaian Sengketa, Direktur Kerja Sama dan Pemberdayaan KI | **Penanggung Jawab :** Irma Mariana | **Pemimpin Redaksi :** Dita Komala Putri | **Tim Redaksi :** Muhammad Wahdan HJO, Citra Rosa Budiman, Alva Maulana Haqqani, Destika Ajeng Wulandari, Kustin Ayuwuragil Desmuflihah, Cantika P.S. Hutami, Sylvia Sonang Fiesta Ria | **Redaktur Foto :** Muhammad Adityo Ilham, Fikri Azhari | **Desain Grafis dan Layout :** Basuki Rahmat | **Alamat Redaksi :** Gedung Eks. Sentra Mulia Lantai 6, Jl. HR Rasuna Said Kav. X-6 Jakarta Selatan

DAFTAR ISI



LIPUTAN KHUSUS

Semua Orang Berhak Mengajukan Permohonan Merek **4**

TERKI-NI

Merek Luar, tapi Tak Terdaftar, Bagaimana Pelindungannya? **8**

HKI Sebagai Jaminan Kredit, Jangan Sekadar Janji Manis **12**

KI-NFOGRAFIS

Bedanya Sistem Pelindungan Merek: *First to File* dan *First to Use* **15**

Pendaftaran Merek Ditolak? Ambil Langkah Ini **16**

KATA KITA

Melihat Indonesia dan Amerika Serikat Memberikan Pelindungan Merek terhadap Warga Negaranya **18**



CINLOK

NAH Project: Berlari dari Bandung ke Pasar Dunia **20**

FIGUR

Tekankan Pentingnya Merek Didaftarkan **24**

AGENDA KI

28

SANG KREATOR

Yani Mardiyanto: Membawa Kain Lukis Mendunia **31**



DEMI KONTEN

Pentingnya Aspek Sosiologis dalam Pendaftaran Merek **36**

BELAJAR KI-LAT

Pendaftaran Merek Harus Didasarkan pada Iktikad Baik **42**

SAPA DAERAH

46

Permohonan Merek Ditolak, Apa Alasannya? **39**

Semua Orang Berhak Mengajukan Permohonan Merek

Setelah didaftar, tahapan pertama adalah pemeriksaan formalitas dalam jangka waktu 15 hari. Kemudian masuk tahapan publikasi selama dua bulan. Tidak semua permohonan merek dapat dikabulkan.

KONFERE

ISU-ISU TERKINI TERKAIT

Jakarta, 2

BerAKHLAK
BerAKHLAK BerAKHLAK BerAKHLAK
BerAKHLAK BerAKHLAK BerAKHLAK

SEMAKIN PASTI



Semua orang berhak mengajukan permohonan kekayaan intelektual (KI), termasuk merek. Hal ini disampaikan oleh Pelaksana Tugas Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Plt. Dirjen KI), Razilu dalam Konferensi Pers Direktorat

Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Selasa (26/7). Namun, tidak semua permohonan merek dapat disetujui atau dikabulkan.

Sebelum diputuskan dapat diterima atau ditolak DJKI, ada beberapa

tahapan yang harus dilalui para pemohon jika mengajukan permohonan merek. "Sebenarnya proses untuk mendapatkan merek itu memiliki tahapan, ketika seseorang atau pihak mengajukan permohonan merek maka akan

INSI PERS

KEKAYAAN INTELEKTUAL

26 Juli 2022

REFORMASI
HUKUM

PEMAJUAN
HAK ASASI MANUSIA



Pendaftaran merek Citayam Fashion Week (CFW) di DJKI menuai pro dan kontra. Sampai 25 Juli 2022 sudah ada empat pihak yang mendaftarkan CFW ke DJKI. Menanggapi hal tersebut, Plt. Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI) Razilu, mengatakan akan membentuk tim pemeriksa khusus terkait permohonan merek CFW.

*Foto:
DJKI*

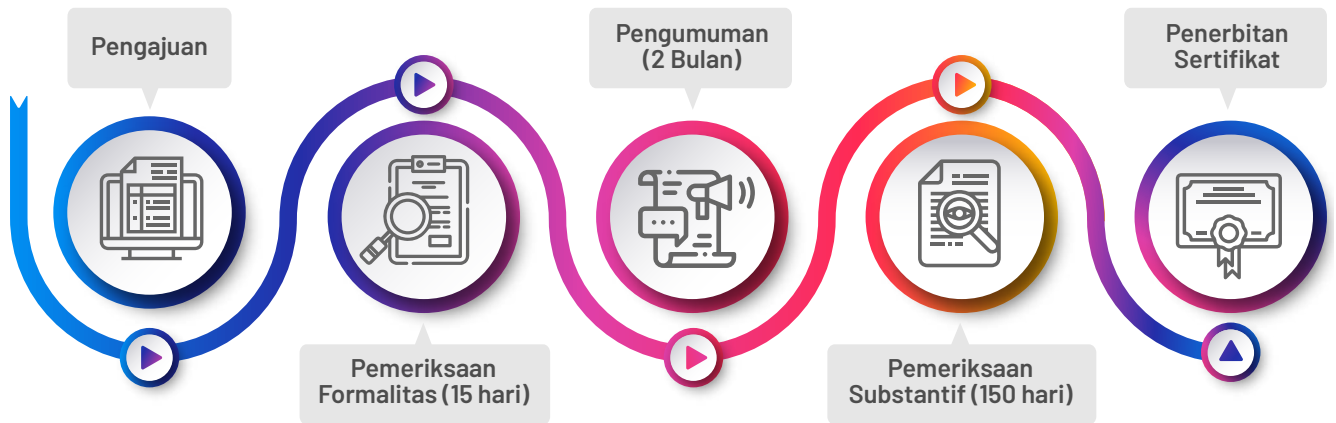
dilakukan pemeriksaan formalitas selama 15 hari, kemudian akan dipublikasi,” kata Razilu.

Masa publikasi sendiri akan berlangsung dua bulan. Pada masa itu, siapa pun boleh mengajukan

oposisi—semacam keberatan—terhadap permohonan merek, asalkan diikuti dengan argumen yang jelas. Adapun hal penting yang juga harus dijunjung kepada setiap pemohon yang mendaftarkan mereknya, adalah iktidak baik.

“Karena ketika mengajukan merek dengan iktidak dengan tidak baik, saya bisa pastikan akan mengalami kelelahan. karena akan berproses cukup panjang dari gugatan keberatan dari berbagai macam pihak,” Razilu menambahkan.

Secara singkat, proses pendaftaran merek dapat digambarkan sebagai berikut.



Pendaftaran 'Citayam Fashion Week'

Hingga 25 Juli 2022, terpantau ada empat permohonan pendaftaran merek 'Citayam Fashion Week' yang masuk ke DJKI. Dari empat permohonan, dua merek diajukan dalam kelas barang; sementara dua lagi diajukan dalam kelas jasa.

Razilu menyampaikan, per 25 Juli 2022, pihaknya telah menerima pengajuan penarikan kembali atas permohonan pendaftaran merek 'Citayam Fashion Week' yang dilakukan atas nama Indigo Aditya Nugroho.

"Kita sangat apresiasi sikap ini. Beliau secara *fair* mengatakan bahwa

'saya menarik diri'. Beliau mungkin beranggapan ini telah menimbulkan polemik dan seharusnya menjadi milik umum," ungkapnya. Razilu berharap bahwa sikap seperti ini juga di ikuti oleh pihak-pihak yang sebelumnya telah mengajukan

Foto :
Egaranugrah/shutterstock.com

Tindakan meng-HAKI-kan Citayam Fashion Week (CFW) sebagai "Merek" ini diduga oleh sejumlah pihak berpotensi merusak keaslian fenomena sosial, dan mengeksploitasinya untuk tujuan dan kepentingan ekonomis melalui hak eksklusif penyelenggaraan gelaran acara CFW yang akan dipunyai.



permohonan pendaftaran merek 'Citayam Fashion Week', sehingga tidak menjadi polemik di masa mendatang.

Sementara itu, DJKI Kemenkumham belum menerima pengajuan penarikan kembali dari pihak Baim Wong. Pasalnya, ketika pemohon merek mengajukan penarikan kembali, DJKI akan mengeluarkan surat bahwa permohonan merek tersebut, telah ditarik kembali. "Sampai saat ini belum mengajukan penarikan, karena pasti kalau sudah melakukan penarikan pasti ada surat ke kita (DJKI)," ujar Razilu.

Sebelumnya, ada dua pihak yang mengajukan permohonan pendaftaran merek 'Citayam Fashion Week'. Pertama, PT Tiger

Wong Entertainment. Kedua, Indigo Aditya Nugroho pada 21 Juli 2022. Namun, merek yang didaftarkan oleh Indigo Aditya Nugroho telah mengajukan penarikan kembali pada 25 Juli 2022.

PT. Tiger Wong mendaftarkan untuk jenis jasa hiburan dalam sifat peragaan busana; layanan hiburan yaitu menyediakan *podcast* di bidang mode; hingga publikasi majalah mode untuk tujuan hiburan. Sedangkan, Indigo Aditya Nugroho mengajukan permohonan pendaftaran untuk jasa ajang pemilihan kontes (hiburan); *expo* mengenai kesenian, kebudayaan, dan pendidikan; *fashion show*

(hiburan); perencanaan pesta (hiburan) untuk acara promosi sehubungan dengan peragaan busana; dan pertunjukan panggung *live*.

Menyusul, merek yang sama didaftarkan oleh Daniel Handoko Santoso pada 24 Juli 2022. Adapun 'Citayam Fashion Week' yang didaftarkan Daniel berada di kelas 25. Jenis barang maupun jasanya: alas kaki; alas kaki untuk anak-anak; alas kaki untuk orang dewasa; alas kaki untuk pria; alas kaki untuk pria dan wanita; alas kaki untuk wanita; baju kaos (*t-shirt*); baju ketat, baju koko, baju olahraga, baju rajut (pakaian); sampai *t-shirt* lengan panjang dan *printing t-shirt*. ■



Foto :
journaliberta.com



Foto :
Republika.go.id



Aktor Baim Wong (tengah) bersama istrinya Paula Verhoeven (kiri) dan Pegiat TikTok Bonge (kanan) menunjukkan Surat Permohonan Penarikan Kembali Permohonan Baru usai menyampaikan keterangan pers terkait polemik Citayam Fashion Week di kawasan Tanah Kusir, Jakarta. Dalam kesempatan tersebut Baim Wong resmi mencabut pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) atas Citayam Fashion Week di Kementerian Hukum dan HAM.

Foto :
goodnewsfromindonesia.id

Merek Luar, tapi Tak Terdaftar, Bagaimana Pelindungannya?

Kendati berlaku wajib bagi seluruh negara anggota, implementasi penegakan dan perlindungan merek terkenal yang belum terdaftar, tidaklah sama.



Pelindungan merek terkenal telah diatur oleh berbagai perjanjian internasional. Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Paris Convention) dan the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement), misalnya, yang mewajibkan negara anggota untuk melindungi merek terkenal, sekalipun tidak terdaftar atau digunakan di negara tersebut.

Namun, terdapat sejumlah ketentuan. Sebagaimana diatur dalam Pasal 6bis ayat (1) Paris Convention, definisi merek terkenal yang belum terdaftar biasanya terbatas pada barang dan jasa yang identik atau mirip dengan barang atau jasa merek terkait; serta dalam situasi di mana penggunaan cenderung menyebabkan kebingungan. Sementara itu, Pasal 16 ayat (3) TRIPS Agreement menyebutkan, perlindungan bahkan dapat diberikan untuk barang atau jasa yang berbeda, jika terhubung dengan pemilik merek terdaftar yang terkenal; atau jika ada kemungkinan pemilik merek terkenal mendapat kerugian yang disebabkan oleh kebingungan pasar.

Dengan demikian, sepanjang pemilik merek dapat membuktikan bahwa mereknya terkenal di tempat lain di dunia, ia dapat mencegah pihak ketiga untuk menggunakan atau mendaftarkan merek di suatu wilayah hukum tertentu. Sekalipun, merek tidak digunakan di sana.



Foto :
Alina Boldina/shutterstock.com

Pelindungan Merek Terkenal di Indonesia

Kendati berlaku wajib bagi seluruh negara anggota, implementasi penegakan dan pelindungan merek terkenal yang belum terdaftar, tidaklah sama. Bagaimana dengan di Indonesia?

Di Indonesia, pelindungan merek terkenal dapat merujuk pada Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; di mana sebuah permohonan merek dapat ditolak jika memiliki persamaan pada pokok atau keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; atau merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu.

Persamaan ini penting—mengingat merek memiliki tanda khas dan unik. Indikatornya, dapat ditentukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan; reputasi merek; serta bukti pendaftaran merek yang dimaksud di beberapa negara.

Kriteria merek terkenal juga telah diatur dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek (Permenkumham 67/2016). Selain itu, merek tidak boleh mengandung unsur-unsur yang dapat menyesatkan masyarakat mengenai kualitas, kuantitas, asal, dan tujuan penggunaan barang maupun. Definisi 'menyesatkan' di sini, dapat berupa unsur merek yang memperdaya konsumen terhadap asal geografis produk, sehingga konsumen membeli karena percaya bahwa produk tersebut berasal dari daerah yang



tercantum, meski sebenarnya tidak.

"Misalnya, ada merek pakaian Desy Couture le Paris, tapi pemohonnya UMKM dari daerah Indonesia," jelas DJKI.

Namun, jika seluruh indikator dianggap belum cukup, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga independen untuk melakukan survei untuk memperoleh kesimpulan terkenal/tidaknyanya sebuah merek. Hasil survei itulah yang kemudian dapat menjadi dasar penolakan.

Jadi, sekalipun belum terdaftar, regulasi Indonesia sebenarnya telah mengakomodasi pelindungan merek terkenal, khususnya pada upaya pencegahan permohonan dan pemanfaatan oleh pihak ketiga akibat pendaftaran merek.

Permohonan Ditolak, Banding Merek Bertindak

Di luar ada atau tidaknya persamaan pada merek terkenal, sebenarnya, sebuah permohonan merek juga dapat ditolak. Jika sudah begini, pengajuan banding merek ke Komisi Banding Merek dapat menjadi jalan bagi pemohon untuk memperjuangkan permohonan mereknya.

Koordinator Pelayanan Hukum dan Fasilitas Komisi Banding Merek, Nova Susanto menjelaskan, permohonan banding dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 90 hari, terhitung sejak tanggal pengiriman surat pemberitahuan penolakan tetap secara *online* melalui situs merek. dgip.go.id. Namun, ada persyaratan yang harus dipenuhi, yakni surat



Banyak sekali produsen yang mendompleng ketenaran merek-merek terkemuka, agar tak dicap palsu, digunakan nama yang mirip dengan merek aslinya, hanya sedikit dipelesetkan saja. Namun hasilnya malah absurd

Pasal 18 Permenkumham 67/2016

1. Kriteria penentuan Merek terkenal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf b dan huruf c dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan.
2. Masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan masyarakat konsumen atau masyarakat pada umumnya yang memiliki hubungan baik pada tingkat produksi, promosi, distribusi, maupun penjualan terhadap barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh Merek terkenal dimaksud.
3. Dalam menentukan kriteria Merek sebagai Merek terkenal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan mempertimbangkan:
 - a. Tingkat pengetahuan atau pengakuan masyarakat terhadap Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan sebagai Merek terkenal;
 - b. volume penjualan barang dan/atau jasa dan keuntungan yang diperoleh dari penggunaan merek tersebut oleh pemiliknya;
 - c. pangsa pasar yang dikuasai oleh Merek tersebut dalam hubungannya dengan peredaran barang dan/atau jasa di masyarakat;
 - d. jangkauan daerah penggunaan Merek;
 - e. jangka waktu penggunaan Merek;
 - f. intensitas dan promosi Merek, termasuk nilai investasi yang dipergunakan untuk promosi tersebut;
 - g. pendaftaran Merek atau permohonan pendaftaran Merek di negara lain;
 - h. tingkat keberhasilan penegakan hukum di bidang Merek, khususnya mengenai pengakuan Merek tersebut sebagai Merek terkenal oleh lembaga yang berwenang; atau nilai yang melekat pada Merek yang diperoleh karena reputasi dan jaminan kualitas barang dan/atau jasa yang dilindungi oleh Merek tersebut.

permohonan banding merek; salinan surat pemberitahuan penolakan tetap permohonan pendaftaran merek/perpanjangan merek; bukti pembayaran permohonan banding; identitas pemohon; dan surat kuasa (jika permohonan banding diajukan oleh kuasa).

Selanjutnya, ada sejumlah tahap yang harus dilewati dalam permohonan banding: pemeriksaan administratif, pencatatan, penyerahan berkas banding kepada Ketua Komisi Banding, penyusunan jadwal sidang komisi banding, serta sidang oleh Komisi Banding Merek.

"Hasil sidang banding merek dapat berupa dikabulkannya seluruh permohonan banding, dikabulkannya

sebagian permohonan banding, atau menolak permohonan banding," kata Nova.

Jika hasilnya 'ditolak', pemohon masih dapat mengajukan gugatan atas putusan penolakan permohonan banding ke Pengadilan Niaga. Paling lama, tiga bulan terhitung dari tanggal diterimanya putusan penolakan.

Namun, sebelum mendapatkan surat penolakan tetap, pemohon akan mendapatkan surat usulan penolakan terlebih dahulu. Pemohon dapat memberikan tanggapan atas usulan penolakan (*hearing*) dalam jangka waktu paling lama 30 hari terhitung sejak tanggal pengiriman surat usulan penolakan, tanpa

dikenakan biaya.

Sebaliknya, jika ingin permohonan diterima, DJKI menyarankan agar pemohon dapat melengkapi beberapa ketentuan.

"Merek yang dimohonkan berasal dari hasil ciptaan sendiri sehingga memiliki tanda yang khas dan unik sehingga tidak memiliki persamaan secara keseluruhan atau pada pokoknya dengan merek lain; merek dimohonkan dengan iktikad baik, tidak meniru, menjiplak dan mendompleng merek yang terutama merek terkenal; merek dimohonkan untuk jenis barang/jasa yang benar-benar diproduksi dan diperdagangkan secara nyata," pungkask DJKI. ■

HKI Sebagai Jaminan Kredit, Jangan Sekadar Janji Manis

Ada 17 subsektor ekonomi kreatif yang dapat dijadikan jaminan kredit, antara lain desain interior, musik, seni rupa, fesyen, desain produk, kuliner, film dan video, fotografi, pengembang permainan, aplikasi teknologi dan lain sebagainya.

Keputusan pemerintah untuk menjadikan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) sebagai obyek jaminan utang menyisakan segudang pekerjaan rumah. Tak dimungkiri, kebijakan itu memberi angin segar yang telah lama dinanti pegiat ekonomi kreatif dan pelaku usaha kecil. Namun, butuh kerja keras agar penerapannya benar-benar efektif dan tidak menjadi janji manis belaka.

Seperti diketahui, pelaku ekonomi kreatif, khususnya yang bergerak di skala usaha mikro kecil menengah (UMKM) selama ini kesulitan mendapat pembiayaan kredit untuk menggerakkan usahanya. Berbeda dari usaha berskala besar, pilihan aset yang dimiliki UMKM dan pegiat

seni biasanya lebih terbatas untuk dijadikan jaminan saat mengajukan permohonan kredit.

Oleh karena itu, kehadiran Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 Tahun 2022 tentang Ekonomi Kreatif memberi harapan baru. Lewat regulasi itu, lembaga keuangan baik perbankan maupun nonperbankan dapat menjadikan produk kekayaan intelektual (KI) sebagai jaminan utang.


Ada 17 subsektor ekonomi kreatif yang dapat dijadikan jaminan kredit, antara lain desain interior, musik,

seni rupa, *fesyen*, desain produk, kuliner, film dan video, fotografi, pengembang permainan, aplikasi teknologi dan lain sebagainya.

Karya kreatif yang dimaksud itu juga termasuk konten-konten yang diunggah melalui media sosial seperti Youtube.

Dosen Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Henny Marlyna menilai, kehadiran PP 24/2022 sudah lama ditunggu oleh pelaku ekonomi kreatif dan UMKM. Namun, ada banyak kendala teknis yang bisa menghambat implementasinya,

Foto :
MintraTH/shutterstock.com

A hand is shown holding a glowing lightbulb. The lightbulb is illuminated from within, casting a warm, golden glow. Below the lightbulb, a stack of several coins is visible, with more coins scattered around it on a wooden surface. The background is dark, making the lightbulb and the hand stand out prominently.

seperti kerumitan penentuan valuasi sebuah HKI dan kesediaan lembaga keuangan untuk menerima HKI sebagai obyek jaminan pembiayaan kredit.

“Ini sebenarnya angin segar, tapi harapannya jangan hanya jadi janji manis atau pemanis saja yang membuat orang semangat di awal, yang ujung-ujungnya nanti sulit dijalankan. Perlu kerja keras untuk memastikan PP ini bisa jadi kenyataan,” kata Henny.

Dari segi penentuan valuasi HKI sebagai obyek jaminan, Henny menyoroti subjektivitas yang sulit dihindari dalam proses penilaian. Sebagaimana aset pada umumnya yang berwujud, seperti tanah, hasil akhir valuasi bisa saja berubah mengikuti banyak faktor, meskipun sudah ada patokan nilai lewat Nilai Jual Obyek Pajak (NJOP).

Dalam konteks HKI sebagai satu-satunya aset jaminan pembiayaan, penerapannya akan lebih rumit mengingat sifatnya yang tak berwujud. Ia mencontohkan, untuk menjadikan merek sebagai obyek jaminan, akan sangat bergantung pada seberapa maju usaha terkait dan seberapa terkenal mereknya.

“Untuk merek yang baru, mohon maaf, nilainya mungkin masih kecil. Perbankan bisa berisiko kalau nilai jaminannya lebih kecil dari nilai objek yang dijamin. Kita harus adil pada lembaga keuangan, mereka tidak bisa sembarangan memberi pembiayaan yang nantinya sulit dieksekusi,” ucapnya.

Kerumitan juga bisa terjadi jika debitur menghadapi sengketa,



seperti mengalami wanprestasi dan tidak sanggup lagi membayar utang. Berbeda dengan aset pada umumnya yang dijadikan jaminan saat wanprestasi, HKI akan lebih sulit untuk dijual ulang atau dilelang.

Apalagi, belum cukup banyak pasar sekunder atau broker yang siap membeli sebuah aset HKI. “Kalau dia *default*, ada kemungkinan usahanya menurun. Siapa yang mau membeli mereknya kalau begitu? Seandainya dilelang, kecil kemungkinan ada yang mau. Kalaupun ada yang beli, harganya tidak sesuai dengan nilai awal yang didapat ketika memberi jaminan,” ujar Henny.

Oleh karena itu, menurutnya, tidak semua produk HKI bisa dipukul rata untuk dijadikan jaminan kredit. Selain memperjelas dalam kontrak bagaimana mekanisme penyelesaian jika terjadi sengketa wanprestasi, pemilihan HKI sebagai aset pun perlu lebih selektif sejak awal.

“Kuncinya, selektif memilih HKI yang benar-benar bisa dijadikan agunan. Mungkin yang *reasonable* kalau yang dijadikan jaminan itu hal-hal yang terkait dengan HKI, bukan HKI-nya sendiri. Misalnya, perjanjian/

kontrak lisensi. Itu pasti bisa karena ada tagihan uang masuk yang bisa dijadikan jaminan,” kata Henny.

Kesiapan

Kesiapan pemerintah menjadi kunci untuk mendorong implementasi PP 24/2022 yang efektif. Henny mengatakan, di negara lain yang sudah lebih dulu menerapkan metode ini, pemerintah memfasilitasi pendidikan dan pelatihan kepada para valuator atau penilai yang akan melakukan penilaian terhadap HKI yang dijadikan obyek jaminan.

Ia mencontohkan, di Malaysia, yang dididik menjadi valuator adalah para konsultan kekayaan intelektual (KI). Mereka dinilai sudah memiliki dasar ilmu hukum yang kuat dan tinggal belajar melakukan penilaian berbasis perhitungan ekonomi.

Henny menyayangkan PP yang membatasi bahwa hanya profesi penilai (Masyarakat Profesi Penilai Indonesia/MAPPI) saja yang bisa menjadi penilai, sementara konsultan KI tidak. Padahal, menurutnya, dibutuhkan pemahaman yang kuat mengenai ilmu HKI untuk bisa menetapkan penilaian yang tepat.

Apalagi, setiap produk HKI memiliki karakteristik, jangka waktu perlindungan, masa keekonomian, serta ketentuan lainnya sendiri, yang bisa memengaruhi valuasi akhirnya sebagai aset jaminan. “Kalau valuator tidak memahami metode untuk menakar *value* dari sebuah produk HKI, penilaian akhir bisa jadi tidak akurat,” katanya.

Di sisi lain, Henny juga mengingatkan perlunya standar yang jelas untuk menentukan bagaimana proses penilaian, berapa biayanya, dan siapa yang akan menanggung beban penilaian itu. “Jangan sampai biaya valuasi sedemikian tinggi, lalu memberatkan pelaku ekonomi kreatif dan UMKM yang membutuhkan skema ini,” kata Henny.

Tak kalah penting, debitur juga perlu mengantisipasi potensi risiko jika memilih memakai HKI sebagai jaminan utang. Debitur harus memastikan bahwa HKI-nya tetap dalam jangka waktu perlindungan selama dia difungsikan sebagai obyek jaminan. Tidak hanya itu, reputasi merek juga perlu betul-betul dijaga agar valuasinya tidak merosot.

“Termasuk juga kalau ada pelanggaran yang dilakukan pihak ketiga, seperti banyak versi palsu merek yang beredar. Itu jangan dibiarkan, karena mau tidak mau akan berpengaruh pada nilai HKI-nya,” katanya.

Kendati ada tumpukan pekerjaan rumah yang harus diantisipasi, Henny mengajak semua pihak untuk mempertahankan optimisme dari ‘angin segar’ PP 24/2022 tersebut.

“Memang ada banyak yang harus diantisipasi, tetapi kita jangan terlalu khawatir dan melihat ini sebagai sesuatu yang tidak mungkin dilaksanakan. Yang penting, kerangka hukum sudah ada, tinggal masalah bagaimana kita selektif dalam menjalankannya,” tutur dia. ■

Bedanya Sistem Pelindungan Merek:

First to File & First to Use

Dasar Hukum:



- 1 UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ("UU 20/2016");
- 2 UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.



Referensi

The Lanham Act, 15 U.S.C. §§ 1051.

Konsep



First to File

- Sistem konstitutif.
- Pihak yang telah mendaftarkan merek ke kantor merek memiliki hak atas merek.

First to Use

- Sistem deklaratif.
- Hak atas merek diberikan ke pengguna pertama merek secara komersial, meski belum mendaftarkan mereknya.

Dasar Pelindungan Merek

Indonesia

Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Pasal 1 angka 5 UU Merek

Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar.

Pasal 3 UU Merek

Amerika

Application for use of trademark

The owner of a trademark used in commerce may request registration of its trademark on the principal register hereby established by paying the prescribed fee and filling in the Patent and Trademark Office an application and a verified statement, in such form as may be prescribed by the Director, and such number of specimens or facsimiles of the mark as used as may be required by the Director.

Section 1(a) of the Lanham Act, 15 U.S.C. §§ 1051

Application for bona fide intention to use trademark

A person who has a bona fide intention, under circumstances showing the good faith of such person, to use a trademark in commerce may request registration of its trademark on the principal register hereby established by paying the prescribed fee and filling in the Patent and Trademark Office an application and a verified statement, in such form as may be prescribed by the director.

Section 1(b) of the Lanham Act, 15 U.S.C. §§ 1051



Pendaftaran Merek Ditolak?

Ambil Langkah Ini!

Jika permohonan pendaftaran merek ditolak, pemohon bisa mengajukan permohonan banding ke Komisi Banding Merek, hingga menggugat ke Pengadilan Niaga.



Dasar Hukum:



PP No. 90 Tahun 2019 tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan, dan Penyelesaian Banding Pada Komisi Banding Merek.

Berikut langkah-langkahnya:

1

Permohonan banding diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia oleh pemohon atau kuasanya kepada Komisi Banding Merek dengan tembusan kepada Menteri Hukum dan HAM.



2



Pemohon mengisi formulir permohonan banding yang minimal memuat:

- tanggal, bulan, dan tahun surat permohonan;
- nama, alamat lengkap, dan kewarganegaraan pemohon;
- nama dan alamat lengkap kuasa, jika diajukan melalui kuasa;
- merek yang dimohonkan banding;
- nomor dan tanggal keputusan penolakan permohonan pendaftaran merek;
alamat surat elektronik pemohon;
- alamat surat elektronik kuasa, jika diajukan melalui kuasa;
- alasan pengajuan permohonan yang berisi uraian lengkap mengenai keberatan atas keputusan penolakan permohonan pendaftaran merek.

3

Pemohon banding melampirkan salinan surat pemberitahuan penolakan permohonan pendaftaran merek, bukti pembayaran permohonan banding, dan surat kuasa jika diajukan oleh kuasa.



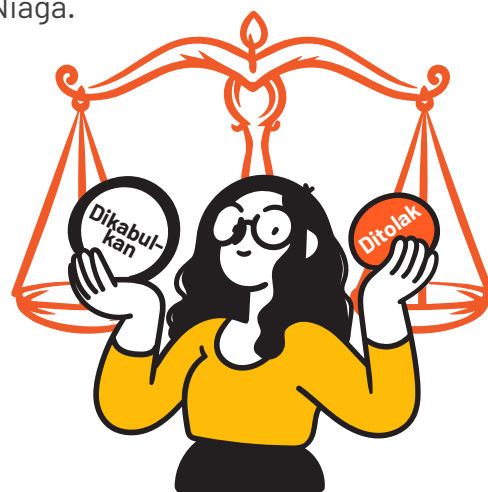
4

Jika syarat kelengkapan telah dipenuhi, Ketua Komisi Banding Merek melakukan persidangan pemeriksaan sesuai nomor urut permohonan banding yang dicatat dalam buku khusus.

5

Komisi Banding Merek diberikan waktu mak. 3 bulan terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan banding untuk memberikan keputusan, sebagai berikut:

- a. Jika permohonan banding **dikabulkan**, Menteri Hukum dan HAM menerbitkan dan memberikan sertifikat merek ke pemohon atau kuasanya.
- b. Jika permohonan banding **ditolak**, pemohon atau kuasanya dapat mengajukan gugatan atas keputusan penolakan ke Pengadilan Niaga.



6

Pengadilan Niaga memeriksa dan memutuskan gugatan dan atas putusan pengadilan hanya dapat diajukan kasasi.

Melihat Indonesia dan Amerika Serikat Memberikan Pelindungan Merek terhadap Warga Negaranya

Konsep pelindungan merek di setiap negara tidaklah sama. Perbedaan ini disebabkan karena setiap negara memiliki pertimbangan landasan sosiologis, yuridis, dan filosofis yang tidak sama.



Eksistensi suatu badan usaha tidak dapat dilepaskan dari keberadaan merek. Hal ini sangatlah wajar dikarenakan antara merek dengan produk yang dijual memiliki korelasi erat. Keberadaan merek berfungsi sebagai tanda pengenal sehingga orang awam dapat mudah mengidentifikasi. Daya beli konsumen juga dapat dioptimasi dengan keberadaan merek yang akan membuat kepercayaan semakin meningkat.

Menyadari pentingnya fungsi merek, pemerintah terus mengajak masyarakat melakukan pendaftaran pelindungannya. Manfaat yang diperoleh dari mendaftarkan merek adalah status kepemilikannya menjadi eksklusif. Pendaftaran merek juga dapat dimaknai sebagai upaya preventif untuk menghindarkan dari perbuatan jahat pihak lain, seperti pencurian legalitas. Sebaliknya, membiarkan eksistensi merek tanpa melakukan upaya pelindungan sama halnya dengan membuka celah bagi pihak lain untuk melakukan upaya jahat. Kasus pencurian legalitas penggunaan

merek di Indonesia sangat mungkin terjadi, mengingat hak eksklusif akan diberikan kepada pihak yang lebih dahulu mendaftarkan pelindungannya.

Berbicara tentang merek akan sangat menarik jika menyentuh nadi konsepsi sistem pelindungannya. Konsep pelindungan merek di setiap negara tidaklah sama. Perbedaan ini disebabkan karena setiap negara memiliki pertimbangan landasan sosiologis, yuridis, dan filosofis yang tidak sama. Indonesia dan Amerika Serikat adalah dua contoh negara yang menerapkan konsep berbeda terkait pelindungan merek.

Indonesia menerapkan konsep *'first to file'* dalam memberikan pelindungan merek terhadap warga negaranya. Konsep *'first to file'* secara mudah dipahami, yaitu hak eksklusif atas merek diberikan kepada pihak yang lebih dahulu melakukan pendaftaran kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Konsep ini termaktub dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Di dalam undang-undang tersebut, diatur bahwa hak atas merek diperoleh setelah

terdaftar. Terdaftar di sini adalah merek tersebut telah melewati serangkaian proses permohonan, pemeriksaan formalitas, pengumuman, pemeriksaan substantif sehingga mendapatkan persetujuan menteri untuk diterbitkan sertifikat pencatatan terdaftar.

Penerapan konsep *'first to file'* memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya yaitu adanya kepastian hukum bagi pihak yang mendaftarkan pertama kali. Kekurangan dari *'first to file'* adalah merek yang tidak didaftarkan pelindungannya dapat diambil secara ilegal legalitasnya oleh pihak lain. Kondisi ini mendorong pemerintah untuk terus memberikan pencerahan kepada masyarakat agar mendaftarkan perlindungan merek sedini mungkin. Namun, keberadaan iktikad baik tetap menjadi unsur yang harus ada dalam setiap pengajuan pendaftaran merek apabila tidak ingin ditolak.

Konsep perlindungan berbeda diterapkan Amerika Serikat dalam rangka memberikan kepastian hukum kepada warga negaranya. Amerika Serikat menerapkan konsep *'first to use'* yang secara mudah dipahami bahwa hak eksklusif diberikan kepada pengguna merek yang pertama kalinya, meskipun belum mengajukan permohonan pendaftarannya. Penerapan konsep *'first to use'* ini diatur dalam The Lanham Act yang merupakan Undang-Undang Merek Amerika Serikat.

Kelebihan dari konsep *'first to use'* adalah memberikan jaminan perlindungan merek kepada pihak yang pertama kali menggunakan. Artinya, peluang untuk melakukan pencurian legalitas merek dengan cara mendaftarkannya terlebih dahulu relatif lebih tertutup. Kekurangan dari konsep ini adalah pembuktian yang memerlukan usaha lebih karena harus secara detail melihat pihak mana yang menggunakan merek pertama kalinya. ■

Dimas Ilham Nur Wicaksana

Pegawai Kantor Wilayah Kemenkumham
Daerah Istimewa Yogyakarta

NAH Project: Berlari dari Bandung ke Pasar Dunia

Foto :
Dok. NAH Project





Bagi NAH Project, sepatu tak sekadar alas kaki. Produk ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat

Tanpa disadari, ada banyak aspek dalam sebuah sepatu. Fungsi utamanya, memang sebagai alas kaki. Namun, ketika ingin memilih sepatu, seseorang punya pertimbangan lain: kenyamanan, ukuran, bentuk, hingga desain. Terjadi pergeseran, dari yang mulanya hanya sarana untuk menunjang produktivitas, menjadi sebuah gaya hidup.

Hal ini pula yang disadari oleh merek sepatu lokal asal Bandung, NAH Project. Berdiri sejak 2017, NAH Project punya misi yang jelas: ingin bersaing di industri sepatu internasional. Pun itu sebabnya, meski jalannya tak selalu mulus, NAH Project tak ingin setengah-setengah. Dari sebuah kota di Jawa Barat, NAH Project mengambil ancang-ancang untuk bergerak menembus pasar dunia.

Brand Manager NAH Project, Ajeng Tria Pramesti mengungkapkan, ada sejumlah strategi yang digunakan NAH Project untuk memperkuat jangkauan produknya. "Menjadi transparan, memberikan harga wajar dengan kualitas bersaing, dan menggunakan konsumen sebagai model," kata Ajeng.

Strategi ini terbukti berhasil dan mampu mengembalikan semangat kreativitas di kalangan pelaku usaha lokal. Dampak positif lain, NAH Project menjadi salah satu merek yang diakui dan membuat masyarakat Indonesia lebih melek terhadap produk lokal yang tak kalah kualitasnya.



Merek NAH Project dikarenakan salah satu produknya telah dipakai Presiden Joko Widodo di berbagai kegiatan termasuk saat beliau bertemu dengan Elon Musk. Tak ketinggalan presenter dan jurnalis kondang Najwa Shihab juga bangga pakai produk NAH project.



Berawal dari menembus komunitas *sneakers*, *skateboard*, perlahan merambah ke *influencer* hingga Presiden. Siapa yang sangka, bermula dari hanya membuat empat model sepatu kini atas permintaan pasar berkembang menjadi lebih dari 20 koleksi model sepatu.



Dukungan Pemerintah

Tak dapat dimungkiri, peran strategis pemerintah menjadi salah satu kunci meningkatkan produktivitas UMKM di Indonesia. Salah satu yang terpenting, adalah soal perlindungan merek, terutama ketika ingin bersaing di ranah internasional. Sebagai produsen lokal, NAH Project berharap, pemerintah dapat mengadakan sosialisasi dan pemberdayaan UMKM di seluruh Indonesia—sebanyak-banyaknya.

Adapun sama seperti produk lokal lainnya, NAH Project juga harus menghadapi dan menyiasati beragam tantangan. Misalnya, ketika masa pandemi.

Di tengah penurunan daya beli masyarakat, NAH Project terus berupaya agar tetap dapat bersaing di industri sepatu Indonesia. Salah satu cara yang dipilih yaitu menggunakan pendekatan berbeda dan lebih relevan dengan kondisi masa pandemi.

Di sisi lain, NAH Project menyadari, harus ada langkah yang diambil untuk meningkatkan eksistensinya sebagai salah satu merek sepatu lokal yang banyak peminat. Maka NAH Project mengambil inisiasi untuk bekerja sama dengan berbagai pihak, baik untuk pemasaran, pengembangan, maupun inovasi produk.

Ajeng mengingat, salah satu yang populer dan memberi dampak besar, adalah ketika salah satu



Foto :
detik.com

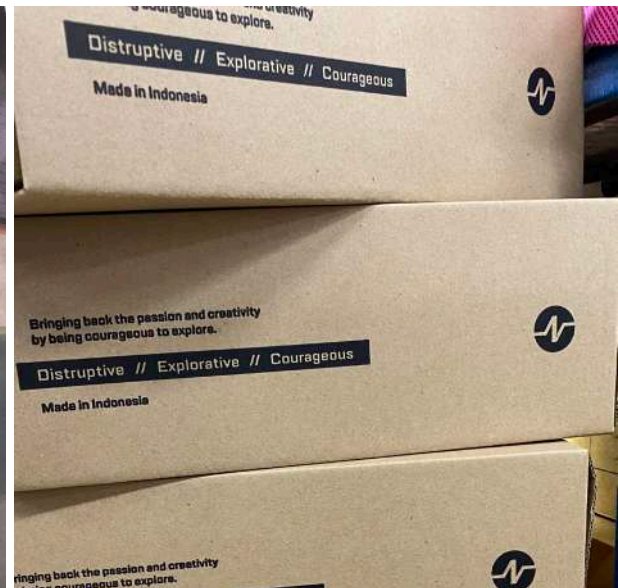


Foto-foto :
Dok. NAH Project

produk NAH Project seri Flexknit digunakan oleh Presiden Joko Widodo. Produk ini bahkan disebut-sebut jadi 'favorit' Presiden Jokowi dan selalu digunakan pada berbagai acara penting, seperti We The Fest 2018; Asian Games 2018; dan saat menemui Elon Musk.

"Seri Flexknit ini habis dalam kurun waktu delapan menit. Tak hanya itu, dalam unggahan video Presiden Joko Widodo #JKWVLOG, ia menjelaskan mengapa ia memilih blusukan

menggunakan sepatu *sneakers* dan menunjukan tiga sepatu NAH Project yang ia miliki," Ajeng menambahkan.

Tentu, popularitas yang dimiliki haruslah sebanding dengan kualitas dan inovasi. Bagaimanapun, NAH Project ingin agar produknya menjadi pilihan utama—bahkan yang pertama terlintas ketika seseorang membeli sepatu.

"Mayoritas *audience* NAH lebih memilih produk lokal, khususnya

Proses produksi sepatu NAH project seri Flexknit, termasuk yang paling banyak peminatnya di pasaran.

setelah mencoba menggunakan produk NAH Project. *Audience* bisa mendapatkan kualitas yang setara dengan harga yang lebih *affordable* di produk-produk lokal saat ini. Apalagi, NAH Project juga sudah memakai standar global," tutup Ajeng. ■

Kurniaman Telaumbanua

Tekankan Pentingnya Merek Didaftarkan

Foto :
DJKI



Pakar sekaligus penulis buku *Marketing Management*, Kotler dan Keller berpendapat, *brand equity* adalah sejumlah aset yang berhubungan dengan merek, yang dapat menambah atau mengurangi nilai dari merek tersebut. *Brand equity* juga dapat menilai kualitas hubungan para pelanggan dalam menggunakan merek terkait.



Melalui *brand equity*, dapat diketahui keinginan pelanggan untuk melanjutkan menggunakan suatu brand atau tidak. Apakah ia hanya menjadi pengguna baru; atau mengarah menjadi pengguna setia. Merek dikatakan kuat, apabila memiliki pembeda yang jelas, bernilai, berkesinambungan, dan menjadi ujung tombak bagi daya saing perusahaan.

Di sini terlihat jelas merek adalah suatu unsur penting dalam suatu produk. Direktur Merek dan Indikasi Geografis Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kemenkumham, Kurniaman Telaumbanua mengatakan, pemerintah Indonesia sangat memahami hal tersebut. Oleh karenanya, perlindungan merek ada di Indonesia sejak tahun 1961 setelah adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan.

Merek merupakan hak kebendaan tak berwujud/ benda bergerak tak berwujud yang memiliki nilai ekonomi yang dapat dimiliki oleh seseorang

atau badan hukum, sehingga keberadaannya harus dilindungi oleh negara. Selain memberikan rasa aman bagi pemegang hak, perlindungan merek juga dapat menumbuhkan perkembangan industri di Indonesia. “Pelindungan terhadap merek di Indonesia akan sangat menentukan bagi perkembangan dan kemajuan dari industri-industri di Indonesia dan sebagai upaya hukum untuk memberikan rasa aman dan nyaman serta kepastian hukum bagi seluruh pelaku usaha di Indonesia,” ujarnya.

Indonesia Sebelum dan Sesudah Pelindungan Merek

Mantan Kepala Divisi Pelayanan Hukum dan HAM ini menjelaskan, sebelum adanya pelindungan merek, pemilik merek tidak memperoleh jaminan kepastian hukum atas merek yang digunakannya pada barang dan/atau dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Selain itu, pemilik merek juga tidak

dapat melakukan upaya hukum baik secara perdata maupun pidana kepada pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang sama dengan merek miliknya.

Sebaliknya, sesudah pelindungan merek, pemilik merek memperoleh jaminan kepastian hukum dari negara terhadap mereknya, termasuk mengizinkan ataupun melarang serta melakukan upaya hukum terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya; atau keseluruhannya dengan merek miliknya, karena negara telah memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar.

Saat ini perkembangan pelindungan merek di Indonesia jauh lebih baik dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; serta Undang-Undang

Omnibus Law yang membuat cakupan pelindungan suatu merek lebih luas dan lebih cepat dalam proses pendaftaran.

Hal itu pun berimbas pada meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pelindungan suatu merek. Kini, semakin mudah informasi yang dapat diakses oleh masyarakat terkait pentingnya melindungi merek yang merupakan aset kebendaan tak berwujud dan memiliki nilai ekonomi bagi pemiliknya. Di samping itu, pemerintah juga semakin aktif memberikan sosialisasi, serta bekerja sama dengan kementerian/ lembaga terkait demi memberikan pemahaman pentingnya pelindungan merek.

“Masyarakat pun mulai tergerak untuk mendaftarkan merek yang dimiliki agar bisa mendapatkan pelindungan dari negara atas mereknya,” tutur Kurniaman. Menurut Kurniaman, pelindungan



Foto :
DJKI



Sangat penting bagi para pelaku usaha untuk mengetahui serta memahami apa yang harus dilakukan ketika mereknya bersengketa. Sengketa merek dapat diselesaikan melalui gugatan di pengadilan atau penyelesaian sengketa alternatif seperti arbitrase.

merek merupakan bentuk perlindungan yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Pelindungan merek sebagai suatu karya cipta serta pembeda suatu produk barang atau jasa di perdagangan menjadi sangat penting, karena selain sebagai bentuk penghargaan atau *reward* dari suatu pemilik merek, pelindungan tersebut juga menjadi bukti keberadaan negara dalam melindungi hak-hak milik warga negaranya.

Prosedur Sengketa Merek

Manfaat yang didapat dari terlindunginya suatu merek antara lain, alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan. Sementara dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya dan menjadi dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya sebagai jaminan kepastian hukum.

Sengketa merek juga menjadi salah satu hal yang bisa terjadi. Kadang, satu pihak mempermasalahkan



merek yang sudah didaftarkan pihak lain karena sejumlah alasan. Kurniaman menjelaskan, penyelesaian sengketa atas merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG).

Pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa sejenis berupa gugatan ganti rugi sebagaimana ketentuan Pasal 83 UU MIG; pembatalan merek terdaftar sebagaimana ketentuan Pasal 76 UU MIG; atau penghapusan merek

sebagaimana ketentuan Pasal 74 UU MIG ke Pengadilan Niaga.

“Pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar juga dapat melaporkan terkait adanya tindak pidana yang dilakukan oleh pihak lain ke kepolisian atau ke Penyidik Pegawai Negeri Sipil di Bidang Kekayaan Intelektual sebagaimana ketentuan Pasal 103 jo. Pasal 100 dan/atau Pasal 102 UU MIG. Penyelesaian yang telah disebutkan di atas para pihak juga dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau alternatif

penyelesaian sengketa, seperti mediasi, negosiasi dan sebagainya ketentuan Pasal 93 UU MIG,” pungkas Kurniaman.

Permohonan terhadap pendaftaran suatu merek juga kadang tidak semulus yang dibayangkan. Pasalnya, permohonan merek juga dapat ditolak oleh DJKI. Namun, ada prosedur banding yang bisa diajukan dengan waktu pengajuan 90 hari kerja sejak tanggal pengiriman surat penolakan tetap dari DJKI. ■

Tata Cara Permohonan Banding Merek

Berikut adalah prosedur/alur permohonan Banding Merek dan Indikasi Geografis.

- Permohonan banding dapat diajukan paling lama 3 (tiga) bulan dihitung sejak tanggal penerimaan surat pemberitahuan penolakan permintaan pendaftaran Merek atau Indikasi Geografis. Kemudian dilanjutkan dengan pemeriksaan kelengkapan persyaratan administratif berupa:
 - a. Empat rangkap permohonan banding.
 - b. Surat kuasa (apabila memakai kuasa).
 - c. Salinan putusan penolakan yang dikeluarkan DJKI
 - d. Bukti pembayaran biaya PNBP Permohonan Banding Merek dan Indikasi Geografis.
- Terhadap permohonan banding yang dinyatakan lengkap, selanjutnya akan dilakukan pemeriksaan terhadap dokumen banding tersebut oleh Majelis Komisi Banding.
- Terhadap dokumen yang dinyatakan tidak lengkap pada saat pemeriksaan administrasi maka DJKI akan memberitahukan secara tertulis kepada pemohon untuk melengkapi kekurangan persyaratan tersebut.
- Selanjutnya apabila pemohon tidak memenuhi kelengkapan persyaratan administrasi tersebut dalam jangka waktu 60 hari maka permohonan banding tersebut dianggap ditarik kembali (biaya yang telah dibayarkan tidak dapat ditarik kembali).
- Adapun hasil keputusan Komisi Banding dapat berupa:
 - Mengabulkan seluruh permohonan banding;
 - mengabulkan sebagian permohonan banding; atau
 - menolak permohonan banding.

TAHUN 2022

Juli

01/07

Sekretaris DJKI: Pegawai Harus Berikan Pelayanan Bermutu dan Antisuap

Jakarta - Sekretaris Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Sucipto mengajak seluruh pegawai untuk tak hanya memenuhi pelayanan, tetapi juga meningkatkan pelayanan publik. Menurutnya, setiap pegawai di Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) harus bersih dari penyuaipan dan memiliki standar pelayanan yang berkualitas. Oleh karena itu, DJKI menggelar Bimbingan Teknis Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 di Lingkungan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) pada Jumat (1/7) di Aula Oemar Seno Aji.



05/07

Dampiri Inventor Sulawesi Utara, DJKI Beri Edukasi Penyelesaian Substantif Paten

Manado - Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) berkolaborasi dengan Kantor Wilayah (Kanwil) Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) Sulawesi Utara mengadakan kegiatan Workshop Penyelesaian Substantif Paten Pengelolaan Pasca Pendaftaran Paten dengan Perguruan Tinggi/Litbang/Pelaku Usaha di Hotel Four Points Manado dari tanggal 4 Juli hingga 7 Juli 2022.



Jakarta - Di era teknologi informasi yang berkembang sangat pesat, Kemenkumham terus melakukan inovasi, salah satunya dengan menciptakan aplikasi yang dapat menilai kinerja pegawai, yaitu e-Performance. Aplikasi e-Performance ini adalah salah satu bagian Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintahan (SAKIP). Guna memahami bagaimana cara mengisi e-Performance, DJKI Kemenkumham menggelar Sosialisasi Penggunaan Aplikasi e-Performance yang Terintegrasi dengan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (SIMPEG) pada tanggal 18 Agustus 2022.

18/08

DJKI Kini Punya Aplikasi Pemantau Kinerja Pegawai



Bengkulu - Menindaklanjuti permohonan mediasi yang diajukan oleh Chairul Fachruzi selaku pihak CV. Anoja Konveksi atas dugaan kasus pelanggaran Undang-Undang Hak Cipta No 28 Tahun 2018, DJKI segera menggelar mediasi di Kantor Wilayah Kemenkumham Bengkulu pada Senin (8/8). Koordinator Pencegahan dan Penyelesaian Sengketa DJKI, Ahmad Rifadi mengatakan mediasi ini akan dibantu oleh mediator. Mediator ialah pihak netral yang membantu para pihak dalam proses perundingan guna mencari berbagai kemungkinan penyelesaian sengketa. Mediator tidak melakukan intervensi terhadap pengambilan keputusan.

08/08

DJKI Berhasil Damaikan Sengketa Desain Batik



11/07

DJKI Monitor Pemenuhan Target Kinerja Kanwil Kementerian Hukum dan HAM di Seluruh Indonesia

Jakarta – Bergerak di bidang pelayanan publik, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (DJKI Kemenkumham) memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan masyarakat sehingga peningkatan kualitas pelayanan publik hingga ke seluruh wilayah di Indonesia menjadi fokus utama. Oleh karena itu, DJKI menggelar Verifikasi Target Kinerja Kantor Wilayah (Kanwil) Kemenkumham Program Kekayaan Intelektual (KI) pada triwulan dua di tahun 2022 yang merupakan sarana monitoring pelaksanaan target kinerja di tingkat pusat maupun kanwil.



25/07

DJKI Bahas Perkembangan Penegakan Hukum Kekayaan Intelektual dengan MIAP

Jakarta – DJKI Kemenkumham membahas pentingnya penegakan hukum kekayaan intelektual (KI) dengan Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) di Ruang Rapat Direktur Penyidikan dan Penyelesaian Sengketa Gedung Eks Sentra Mulia pada Senin (25/7). MIAP sendiri merupakan organisasi yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dan memerangi kasus pemalsuan dengan bekerja sama dengan pihak berwenang, serta meningkatkan kesadaran publik, perlindungan konsumen melalui kegiatan sosialisasi dan edukasi.



Agustus

02/08

Grand Launching IP Marketplace, Wamenkumham: Platform ini untuk Komersialisasikan Produk Kekayaan Intelektual

Jakarta– Dalam mendukung komersialisasi produk kekayaan intelektual (KI) milik masyarakat Indonesia, DJKI Kemenkumham meluncurkan Intellectual Property Marketplace (IP Marketplace) pada 2 Agustus 2022, di Hotel Shangri La Jakarta. Wakil Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Menkumham), Edward Omar Sharif Hiariej mengungkapkan bahwa IP Marketplace merupakan platform yang diciptakan sebagai jawaban akan kebutuhan masyarakat dalam memberikan kemudahan kepada pemilik KI untuk mempromosikan karya intelektualnya kepada para calon investor baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri.



Balikpapan - Melanjutkan penyelenggaraan Mobile Intellectual Property Clinic (MIC) di Kalimantan Timur, para ahli kekayaan intelektual (KI) dari DJKI memberikan layanan konsultasi tatap muka bagi para pemohon di Mal Living Plaza, Balikpapan pada tanggal 28 hingga 29 Juli 2022. Pada kesempatan ini, masyarakat diberikan kesempatan untuk melakukan konsultasi secara langsung mengenai tata cara permohonan KI maupun menyelesaikan kendala yang dialami saat mengajukan permohonan.

28/07

Masyarakat Balikpapan Antusias Mengikuti Konsultasi KI



18/08

**Farel
Dinobatkan
Jadi Duta
Kekayaan
Intelektual
Pelajar, Abah
Lala Dapat
Apresiasi
Menkumham
Yasonna
Laoly**

Jakarta - Setelah berhasil tampil memukau menyanyikan lagu *Ojo Dibandingke* di hadapan Presiden RI, Joko Widodo dan para menteri Kabinet Indonesia Maju saat peringatan HUT ke-77 Republik Indonesia di Istana Negara. Pertunjukan dari penyanyi cilik asal Banyuwangi bernama Farel Prayogyo ini lantas mendapat respons cepat dari Menkumham, Yasonna H. Laoly yang langsung berkoordinasi dengan Sekjen Kemenkumham, Komjen Pol. Andap Budhi Revianto serta menginstruksikan Pelaksana Tugas Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Plt. Dirjen KI) Razilu untuk segera memberikan perlindungan seni pertunjukannya pada Kamis (18/8) di Hotel Sultan.



22/08

**Kopi Arabika
Baliem
Wamena
Terima
Sertifikat
Indikasi
Geografis**

Jayapura -Terletak di ujung timur Indonesia, Provinsi Papua bukan hanya terkenal kaya akan potensi sumber daya logam mineralnya, tetapi juga kaya akan sumber daya alam lainnya. Salah satunya adalah potensi indikasi geografis (IG) berupa kopi yang merupakan komoditas penting ekspor Indonesia. Kopi Arabika Baliem Wamena yang memiliki keunikan cita rasa yang khas, dengan rasa seimbang antara manis dan asam ini telah terdaftar indikasi geografisnya serta telah diserahkan juga sertifikatnya oleh Plt. Dirjen KI, Razilu kepada Bupati Jayawijaya, Sersan Kepala (Purn.) John Richard Banua pada Senin (22/8) di Gedung Sasana Krida Papua. ■





Yani Mardiyanto:

Membawa Kain Lukis Mendunia



Tangan dingin Yani Mardiyanto berhasil membawa kain lukis merek Nasrafa melintasi negara dunia.

Foto-foto :
Yani Mardiyanto

Mulanya, kain lukis merek Nasrafa hanya dipasarkan di lingkup kelurahan. Namun, semangat dan kegigihan Yani Mardiyanto membawa produk usaha kecil menengah (UKM) asal Surakarta jadi merek yang disegani dan dikenal di kancah nasional hingga internasional.



Kain Lukis Nasrafa adalah UKM yang memproduksi lukisan dengan berbagai motif dan desain. Produk dan bahannya bervariasi, mulai dari kain katun, sifon, kulit; hingga tas, topi, atau hijab. Tak hanya telah dipasarkan secara nasional, Kain Lukis Nasrafa sudah menembus pasar dunia antara lain Singapura,

Filipina, Jepang, Prancis, hingga Kanada.

“Produk yang paling digemari pasar ekspor adalah tas goni lukis kulit,” kata Yani Mardiyanto—pemilik produk Kain Lukis Nasrafa.

Mimpi mengibarkan merek ‘Nasrafa’ membuat Yani pantang menyerah. Salah satu upaya mewujudkannya, ia terus mengikuti berbagai pameran, baik berskala pemerintah kota, kabupaten, provinsi, nasional, hingga internasional. Tak tanggung-tanggung, Yani menghitung, lebih dari 100 pameran—baik dalam atau luar negeri—sudah diikuti untuk mempromosikan produknya.



Dari skala kelurahan, kini Kain Lukis Nasrafa mampu memproduksi sekitar seribu potong produk kain lukis per bulan. Produk-produk ini merupakan hasil karya dari enam pelukis di sana.

Karena diciptakan langsung dari tangan-tangan pelukis, tiap produk memiliki ciri khasnya tersendiri. Ini berbeda dengan produk yang dihasilkan mesin pabrik yang memiliki setelan desain dan hasil seragam.

“Keunikan inilah yang jadi daya tarik bagi calon pembeli. Mereka memiliki produk yang khusus yang eksklusif. Tidak ada yang menyamai,” ujar Yani.

Yani mengakui, program Lapak Ganjar yang diinisiasi Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo, menjadi bagian keberhasilannya selama ini mengembangkan produk. Lapak Ganjar menurutnya telah memperluas pasar Nasrafa tak hanya di Jawa Tengah, tapi se-Indonesia hingga dunia.

Pada 2020 lalu, Nasrafa terpilih menjadi penerima penghargaan Siddhakarya untuk tingkat provinsi. Kemudian pada 18 November 2021 Nasrafa menerima penghargaan Paramakarya 2021 dari Presiden.

Karena keunikannya, sejumlah tokoh seperti Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno; Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, I Gusti Ayu Bintang; dan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo pun pernah minta dilukis wajahnya.

“Senang sekali karya kami bisa diapresiasi oleh para tokoh ini,” Yani menambahkan.

Berbagai penghargaan yang mengapresiasi produk ini pun sudah diperoleh. Penghargaan itu antara lain mendapatkan sertifikat dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional; penghargaan nasional Paramakarya pada 2021; dan penghargaan dari Astra International pada 2021.





Dari Lingkungan Sekitar

Impian besar Yani berawal satu dekade lalu, saat aktif sebagai pengurus Karang Taruna dekat tempat tinggalnya: Kelurahan Jebres, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Saat itu, banyak pelukis muda di sana yang kesulitan mencari wadah untuk menyalurkan karya dan bakatnya.

Ia pun memiliki ide untuk mengoordinasi para pelukis muda berbakat itu agar memiliki wadah penyaluran karya yang tepat. Dari sana, lahirlah Kain Lukis Nasrafa.

“Mereka ini punya bakat dan potensi yang besar. Tugas saya hanya mengoordinasi, membina, dan mengembangkan. Saya malah tidak ikut melukis,” kelakar Yani yang berlatar belakang pendidikan

akuntansi.

Perjalanan mengembangkan usaha ini, lanjut Yani, tidak mudah. Tantangan utama yang dihadapinya adalah kesulitan mencari calon pembeli. Yani mengakui, produknya bukan jenis yang langsung dapat digemari secara luas. Produknya punya target pasar yang sangat spesifik: para penikmat seni.

Namun, Yani tidak berkecil hati. Setahun setelah kegiatan produksi berjalan, Yani segera mengurus perizinan dan legalitas usaha. Upaya inilah yang menjadi pintu masuk untuk tampil di berbagai pameran dari tingkat kota, provinsi, nasional, hingga internasional. Dengan semakin sering menampilkan produk ke masyarakat, semakin besar pula kesempatan produknya dapat dikenal banyak orang.

Untuk memperluas pemasarannya, Kain Lukis Nasrafa juga aktif memasarkan di situs *e-commerce*. Selain itu, Kain Lukis Nasrafa memiliki sejumlah akun media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memasarkan produknya.

“Biasanya calon pembeli ini tidak langsung memesan atau membeli dari platform-platform digital ini. Mereka biasanya melihat lalu menghubungi kami untuk bertanya-tanya produknya. Jadi ini memperluas pemasaran juga,” Yani menambahkan.

Pendaftaran Merek

Yani sadar, agar produknya dapat lebih mudah dikenal dan ‘berbeda’, ia harus berdiri di atas nama sendiri. Maka tercetuslah ‘Nasrafa’ sebagai nama produk—akronim dari nama depan ketiga anaknya: Nazwa, Rafi, dan Fadil.

“Ini bentuk cinta saya kepada anak-anak saya,” ungkap Yani.

Di sisi lain, dengan memiliki merek sendiri, calon pelanggan akan langsung mengenal produknya.

Hal ini bisa meningkatkan loyalitas pelanggan serta membantu pemasaran karena produknya memiliki nama.

Yani pun segera mendaftarkan mereknya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Anda dapat dengan mudah menemukan merek ‘Nasrafa’ pada situs Pangkalan Data Kekayaan Intelektual.

Menurut Yani, usai usahanya resmi berizin dan mereknya terdaftar, ada perubahan dalam tingkat kepercayaan para pembeli, baik dalam maupun luar negeri.

“Mereka menilai kami serius dalam menjalankan usaha. Oh, ternyata Nasrafa itu sudah berizin dan punya sertifikat merek. Calon pembeli pun jadi lebih teryakinkan dengan keseriusan kami,” Yani menjelaskan.

Yani memahami, di luar sana banyak pedagang yang hanya mementingkan omzet dan untung semata, tanpa memedulikan merek. Padahal, dengan mengembangkan merek sendiri, sebuah produk justru dapat lebih mudah diidentifikasi oleh pembeli, sehingga membantu penjualan.

Untuk memperkuat citra merek,

Nasrafa pun punya *tagline* yakni ‘Beda dan Berkualitas’. Yani menjelaskan, *tagline* ini disusun untuk memperkuat citra merek produk mereka. Produk yang dihasilkan berbeda dari yang lainnya dan juga berkualitas.

“Dengan membangun merek, bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan, loyalitas meningkat, dan agar punya ciri khas yang membuat pembeda dengan produk lainnya,” ujar Yani.

Semoga sukses selalu ya Pak Yani dan Nasrafa! ■

Pentingnya Aspek Sosiologis dalam Pendaftaran Merek





Pada 25 Agustus 2022, sejumlah komika dari Komunitas Perkumpulan Stand Up Comedy Indonesia melayangkan gugatan ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat.

Foto :
Medcom

Mereka meminta majelis hakim untuk membatalkan pendaftaran merek Open Mic Indonesia yang didaftarkan oleh Ramon Papana selaku tergugat.

Awalnya, para komika mengaku tidak mempermasalahkan pendaftaran itu, meskipun mereka kecewa atas pendaftaran merek Open Mic Indonesia karena dianggap menggunakan kata-kata umum yang seharusnya menjadi milik publik. Keresahan mulai memuncak setelah ada pihak dari komika yang disomasi karena menggunakan istilah tersebut pada 2019.

Ketua Umum Masyarakat HAKI Indonesia, Gunawan Suryomurcito mengatakan, jika melihat prosesnya pendaftaran itu diajukan tanggal penerimaan 28 Mei 2013, kemudian terdaftar 5 Juni 2015. Secara normatif, nama itu bisa didaftarkan sebagai merek karena tidak mengandung kata yang bertentangan dengan moralitas dan sebagainya. Kemudian, tidak ada merek yang sama atau sama pada keseluruhan atau pokoknya terlebih dahulu, sehingga secara normatif bisa didaftarkan.

“(Namun) secara sosiologis salah karena sudah dipakai orang banyak, nama umum. Justru menurut saya tambahan kata Indonesia itu implisit (karena) di luar sudah dipakai secara umum,” ujar Gunawan.

Gunawan juga menilai, penggunaan kata tambahan ‘Indonesia’ dalam proses pendaftaran merek tersebut karena adanya kesadaran dari pemohon merek untuk membedakan dengan kalimat umum yang memang sudah dipakai di belahan dunia; serta sudah lazim dipakai untuk acara



Foto :
theramonpapana.
wordpress.com

para komika menjajal kemampuan. Ia menambahkan, sifat ‘Open Mic’ sebagai nama umum sudah diketahui banyak orang.

Pria yang pernah mengenyam pendidikan di Industria Property Rights Training Course di Jepang ini menjelaskan, jika dilihat dari sisi sosiologis, yang dilakukan oleh pemohon merek memang tidak etis sebab dianggap sudah merupakan

(Atas) Komunitas stand up comedy menggugat merek dagang Open Mic Indonesia milik komedian Ramon Papana. Beberapa komika mendatangi Pengadilan Niaga Jakarta Pusat meminta pembatalan merek dagang tersebut. Gugatan diajukan karena open mic merupakan istilah yang sudah melekat dalam dunia stand up comedy sehingga banyak digunakan berbagai acara.

(Kiri) Ramon papana diketahui telah mendaftarkan merek Open Mic pada 2013 silam. Mengenai gugatan dari Komunitas Stand Up Comedy, Ramon Papana mengaku tak terlalu mempermasalahkannya. Ramon justru bersyukur karena menurutnya kesadaran para komika Tanah Air mulai tergugah.

kalimat umum. Namun, jika dilihat dari aspek yuridis, pemilik merek yang sudah didaftarkan berhak untuk menolak merek miliknya dipakai pihak lain.

“Secara yuridis normatif pemilik merek itu bisa melarang orang lain yang tanpa persetujuannya menggunakan merek jasa yang sama atau sama pada pokoknya,” terangnya.

Tidak Salah secara Normatif

Gunawan menerangkan, yang dilakukan oleh DJKI dengan mendaftarkan merek Open Mic Indonesia tidak bisa disalahkan. Sebab, mereka sudah melakukan apa yang seharusnya: tidak ada nama lain yang juga didaftarkan dan sudah memberi tenggat waktu kepada pihak lain untuk mengajukan keberatan, selama waktu yang ditentukan tersebut.

“DJKI juga tidak salah karena secara normatif kalau tidak ada merek yang lebih dulu didaftar atas nama orang lain. Sudah *gitu*, kan, ada masa pengumuman. Itu ketika ada kesempatan untuk mengajukan keberatan, tidak ada orang lain yang mengajukan itu. Jadi, ya didaftar karena

tidak ada keberatan, DJKI tidak bisa disalahkan, karena mereka sudah membuka ruang,” tuturnya.

Meskipun begitu, Gunawan juga memberi catatan jika pihak DJKI bisa sedikit teliti sebelum mendaftarkan dengan mencoba mencari di mesin pencari Google, sehingga bisa diketahui apakah nama yang akan didaftarkan merupakan kalimat umum atau memang bisa didaftarkan menurut peraturan sesuai Pasal 20 f UU Merek dan Indikasi Geografis.

Perkara gugatan hak paten Open Mic Indonesia merupakan salah satu contoh jika kalimat yang dianggap umum dipatenkan menjadi komersial. Pertanyaannya, jika hal itu sudah terjadi, bisakah dibatalkan selain dengan menggunakan mekanisme Pengadilan Niaga?

“Bisa, itu ada di Pasal 72 Ayat 6 dan 7 (UU Merek) ada ketentuan, penghapusan merek terdaftar dapat dilakukan atas prakarsa menteri. Jadi *enggak usah* gugat jadi mengajukan ke menteri. Ini, lho, ada merek yang secara sosiologis tidak bisa dimiliki oleh satu orang ternyata didaftar, mohon dihapus. Alasannya di ayat 7 (b) itu bertentangan dengan ketertiban umum, ini kan nama umum dimiliki oleh seseorang pribadi,” terangnya.

Pasal 72 UU Merek

- (1) Penghapusan Merek terdaftar dapat diajukan oleh pemilik Merek yang bersangkutan kepada Menteri.
- (6) Penghapusan Merek terdaftar dapat dilakukan atas prakarsa Menteri.
- (7) Penghapusan Merek terdaftar atas prakarsa Menteri dapat dilakukan jika:
 - a. memiliki persamaan pada pokoknya dan/atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis;
 - b. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum; atau
 - c. memiliki kesamaan pada keseluruhannya dengan ekspresi budaya tradisional, warisan budaya takbenda, atau nama atau logo yang sudah merupakan tradisi turun temurun.

Salah satu bukti yang disiapkan untuk menunjang permohonan tersebut seperti melampirkan daftar penggunaan kalimat umum di dalam dan luar negeri. Kemudian dokumentasi seperti rekaman penggunaan kalimat tersebut, sehingga penggunaan kalimat umum untuk kepentingan pribadi yang berakhir adanya pelanggaran penggunaan bisa bertentangan dengan ketertiban umum.

“Kalau bisa, pemilik pendaftaran merek sadar kalimat ini milik umum dan mau dihapuskan secara sukarela, masalah selesai, case closed dan nama dia pun akan harum,” tutup Gunawan. ■

Komika Mo Sidik sempat bermasalah ketika menggunakan kata open mic dalam acaranya di Ketawa Comedy Club di daerah Jakarta Selatan. Imbasnya, Mo Sidik disomasi Rp1 miliar oleh pemilik merek dagang open mic. Mo mengaku hingga tidak bisa tidur 2 minggu.





Permohonan Merek Ditolak, Apa Alasannya?

Hanya pihak yang lebih dulu melakukan permohonan mereklah yang akan mendapatkan hak eksklusif untuk merek tersebut.

Tak semua permohonan merek dapat dikabulkan. Seperti yang baru-baru ini digugat oleh Halilintar Anofiad Asmid—ayah figur publik Atta Halilintar—atas sengketa merek Gen Halilintar pada Kamis (4/8). Gugatan di PN Jakpus ini terdaftar dengan nomor perkara 75/Pdt.Sus-HKI/Merek/2022/PN Niaga Jkt.Pst.

Akar masalahnya: penolakan permohonan merek Gen Halilintar oleh Komisi Banding Merek pada 8 September 2018. Mulanya, Halilintar Anofial Asmid mendaftarkan merek tersebut pada 5 Juni 2018 untuk sejumlah kategori, di antaranya baju, kemeja, kaos, celana, topi, dasi, dan kopiah.

Atas alasan tersebut, Halilintar Anofial Asmid (Penggugat) kemudian meminta majelis hakim menerima dan mengabulkan gugatan Penggugat untuk seluruhnya; menyatakan batal putusan Komisi Banding Merek/Tergugat Nomor 375/KBM/HKI/2020 Tanggal 08 September 2020; mewajibkan Tergugat untuk memerintahkan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk menerima permohonan pendaftaran Merek “GENHALILINTAR+Lukisan” Nomor Agenda D002018027834 dan menerbitkan Sertifikat Merek “GENHALILINTAR+Lukisan” atas nama Penggugat; menghukum Tergugat untuk membayar seluruh biaya perkara yang timbul dalam *perkara a quo*; atau, apabila majelis hakim yang mulia berpendapat lain, mohon

Dalam siaran persnya, Pelaksana Tugas Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Plt. Dirjen KI), Razilu menegaskan, merek Gen Halilintar bukan dibatalkan, tetapi ditolak pada 2019. Merek ini dinilai sama pada pokoknya, dengan merek yang sudah terdaftar untuk barang/jasa sejenis, yaitu milik PT Soka Cipta Niaga.

“Merek Gen Halilintar itu sebenarnya sudah ada yang mendaftar pada 23 Oktober 2017 oleh PT Soka Cipta Niaga. Kemudian Gen Halilintar

mengajukan di 5 Juni 2018,” kata Razilu pada Senin (22/8).

Merek Gen Halilintar sendiri sudah secara resmi dimiliki PT Soka Cipta Niaga dengan sertifikat nomor IDM000764189. Dilindungi hingga 23 Oktober 2027 (masih dapat diperpanjang), merek tersebut berada di kelas barang/jasa 25 yang berisi produk *fashion* (kimono, pakaian tidur, celana anak-anak, dan lain-lain).

Pendaftaran Merek dalam Sistem *First to File*

Pendiri Firma Hukum Amroos Law Consultant sekaligus Praktisi HKI, Amalia Rooseno mengungkapkan, dalam sistem konstitutif, perlindungan hukum hanya berlaku pada merek yang terdaftar. Hak atas merek, telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG).

Dalam hal pendaftaran merek, Indonesia menganut sistem *first to file*. Ini artinya, hanya pihak yang lebih dulu melakukan permohonan mereklah yang akan mendapatkan hak eksklusif untuk merek tersebut. Namun, tidak selamanya orang yang mendaftarkan lebih dulu, mendapatkan hak merek.

“Proses pendaftaran merek tidaklah sesederhana itu. Selain harus lebih dulu mendaftar, pemilik merek juga harus melalui berbagai tahap. Dimulai dari pemeriksaan administratif (formalitas), pengumuman (publikasi), hingga pemeriksaan substantif. Melalui proses tersebut, baru dapat diketahui pengajuan merek dapat diterima atau ditolak,” kata Amalia.

Masa publikasi berlangsung selama dua bulan. Dalam jangka waktu tersebut, pihak-pihak lain diberi kesempatan untuk mengajukan oposisi atau keberatan. Setelahnya, barulah dilakukan pemeriksaan substantif oleh pemeriksa merek. Jika



No. Permohonan
D002018027834

Tgl. Permohonan
2018-06-05

GENHALILINTAR

Status

(TM) Ditolak KBM

Detail

NOMOR PENGUMUMAN
BRM1831A

TANGGAL PENGUMUMAN
2018-06-25

NOMOR PERMOHONAN
D002018027834

TANGGAL PENERIMAAN
2018-06-05

TANGGAL DIMULAI PELINDUNGAN
2018-06-05

TANGGAL BERAKHIR PELINDUNGAN



Publikasi

Publikasi A



diterima, barulah sertifikat merek dapat diterbitkan.

Dalam proses pendaftaran merek, penting pula untuk memahami syarat yang harus dipenuhi. Sebagai konsultan hukum yang sering bergelut dalam permohonan merek, Amalia memberi gambaran: pengajuan permohonan juga harus berdasarkan riset yang komprehensif. Misalnya, memenuhi unsur iktikad baik atau tidak; meneliti merek termasuk nama umum atau bukan; memiliki daya beda atau tidak; hingga bertentangan atau tidak dengan ketertiban umum, dsb.

“Kalau ketahuan tidak memiliki iktikad baik, misalnya, bisa dibatalkan. Namun, ada ketentuannya. Apakah itu betul melanggar persamaan atau tidak; hanya pada pokok saja atau menyeluruh; atau berhubungan dengan merek terkenal. Di sini, harus dilihat pula unsur dominannya. Jadi, sebenarnya tidak semudah itu untuk melakukan pembatalan,” Amalia

menambahkan.

Di sisi lain, Amalia menjelaskan, ada perlindungan khusus yang berlaku pada merek terkenal. Sekalipun belum atau terlambat didaftarkan di suatu negara, sepanjang pemilik merek tersebut mampu membuktikan bahwa mereknya terkenal dan digunakan di tempat lain di dunia, pendaftaran merek serupa yang didaftarkan oleh pihak ketiga dapat dibatalkan. Hal ini karena merujuk pada Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c UU MMIG, sebuah permohonan merek dapat ditolak jika memiliki persamaan pada pokok atau keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; atau merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu.

“*First to file* juga berkaitan dengan *based on use*. Ada merek yang terkenal, tetapi dia terlambat menaftarkan. Dalam hal ini,

kita harus mempertimbangkan berbagai aspek, seperti volume penjualan; pangsa pasar; jangkauan daerah penggunaan merek dan intensitas; hingga pendaftaran dan permohonan merek tersebut di negara lain,” ujar Amalia.

Tak Boleh Memiliki Persamaan pada Pokok atau Keseluruhan

Menggunakan dasar hukum yang sama, yaitu Pasal 21 UU MIG, Razilu menegaskan, merek Gen Halilintar ditolak karena dinilai memiliki persamaan pada pokoknya dengan merek yang sudah terdaftar untuk barang/jasa sejenis.

“Kalau berdasarkan sistem *first to file*, maka ditolak karena ini dinilai ada persamaan pada pokoknya oleh DJKI,” Razilu menerangkan.

Adapun setiap pemilik merek tetap dapat memperjuangkan mereknya, sekalipun ditolak. Jalur yang tersedia, yaitu mengajukan permohonan banding merek ke Komisi Banding Merek—upaya serupa yang juga ditempuh oleh pihak Gen Halilintar.

Permohonan banding harus melalui berbagai tahap, mulai dari pemeriksaan administratif, pencatatan, penyerahan berkas banding kepada Ketua Komisi Banding, penyusunan jadwal sidang komisi banding, serta sidang oleh Komisi Banding Merek untuk menentukan dikabulkan/ditolaknya permohonan banding.

Sayangnya, meski sudah mengajukan banding, pada April 2020, Komisi Banding Merek justru memperkuat keputusan DJKI untuk menolak merek yang diajukan pihak Gen Halilintar. Keputusan inilah, yang kemudian digugat ke Pengadilan Niaga. ■

Pendaftaran Merek Harus Didasarkan pada Iktikad Baik

Dalam dunia persaingan usaha, merek memiliki peran yang amat krusial, yaitu sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk/jasa satu dengan yang lainnya. Pun itu sebabnya, hak atas merek merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual yang harus dilindungi negara.



Adapun melindungi hak merek dan memastikan iklim persaingan usaha dapat berjalan dengan sehat, pemerintah juga telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Melalui wawancara singkat dengan Direktur Merek dan Indikasi Geografis, Kurniaman Telaumbanua, DJKI merangkum sejumlah pertanyaan terkait perlindungan merek, mulai dari urgensi, perbedaan perlindungan merek dengan negara lain, hingga konteks iktikad baik yang menentukan sistem perlindungan merek. Simak wawancaranya di bawah ini.

1. Apa urgensi pendaftaran merek?

Sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

yang menyebutkan, '**Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar**', maka pendaftaran merek sangat penting bagi pemiliknya karena merek yang telah terdaftar akan dilindungi secara hukum oleh negara dan pemohon akan menerima hak eksklusif untuk menggunakan sendiri atau mengizinkan orang lain menggunakan mereknya. Di sisi lain, pendaftaran merek juga dapat mencegah orang lain untuk menggunakan merek yang sama atau mempunyai persamaan dengan mereknya tanpa izin.

2. Apa saja sistem perlindungan merek?

Secara umum, sistem perlindungan merek mengacu pada Pendaftar Pertama (*First to File*) dan Pengguna Pertama (*First to Use*). Pada sistem Pendaftar Pertama (*First to File*),

perlindungan atas merek akan diprioritaskan kepada pemohon yang mengajukan permohonan mereknya lebih dulu dari pada pihak yang menggunakan mereknya lebih dulu. Sistem ini dinilai lebih dapat memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek karena pembuktian atas hak penggunaan merek cukup dengan melampirkan sertifikat yang dikeluarkan oleh kantor merek.

Sementara itu, pada sistem Pengguna Pertama (*First to Use*), perlindungan atas merek akan diprioritaskan kepada pihak yang secara aktual telah menggunakan merek dalam perdagangan terlebih dahulu dan penggunaannya harus secara berkesinambungan. Dalam sistem ini, pengguna pertama dapat melawan pendaftar pertama dengan menyertakan bukti-bukti yang mendukung penggunaan atas merek tersebut dalam perdagangan.



Pemohon yang beriktikad baik mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat untuk membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran merek lain demi kepentingan usahanya yang dapat mengakibatkan kerugian pada pihak lain tersebut; atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, maupun menyesatkan konsumen.



Indonesia menganut sistem Pendaftar Pertama (First to File). Sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; dan ditegaskan kembali pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi, **“Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar.”**

Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis **“Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar** untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.”

Pelindungan atas merek terdaftar berlaku selama sepuluh tahun terhitung sejak tanggal penerimaan. Hal ini diatur dalam Pasal 35 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

3. Bagaimana sistem pelindungan merek di negara lain jika dibandingkan dengan Indonesia?

Sebagian besar sistem pelindungan merek di negara lain menganut sistem Pendaftar Pertama (*First to File*), meskipun ada beberapa negara yang menganut sistem Pengguna Pertama (*First to Use*) seperti US, Canada, Australia, dan

India. Negara penganut sistem *First to Use* memprioritaskan perlindungan kepada pengguna pertama atas merek dalam perdagangan di wilayah merek tersebut digunakan, meskipun belum terdaftar.

Masa perlindungan atas merek yang berlaku di kebanyakan negara adalah sepuluh tahun dan dapat diperpanjang untuk sepuluh tahun berikutnya. Namun, dimulainya perhitungan jangka waktu perlindungan sepuluh tahun ini memiliki perbedaan di beberapa negara. Ada yang dimulai sejak tanggal penerimaan seperti negara Uni-Eropa, Asia Tenggara, Tiongkok, tetapi ada pula yang dimulai sejak tanggal pendaftaran seperti US, Australia, India, dan Jepang.

4. Apa saja ketentuan dan kriteria merek yang bisa atau tidak bisa didaftarkan?

Merek berfungsi sebagai pembeda atas produk yang satu dengan produk sejenisnya milik pihak lain. Itu sebabnya, syarat utama dapat didaftarkan suatu tanda sebagai merek adalah harus mempunyai daya pembeda. Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dijelaskan pula syarat absolut lainnya terkait dengan tanda yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek, yaitu apabila:

- Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan-perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan

pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;

- memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.
- Mengandung bentuk yang bersifat fungsional (Pasal 108 Undang-Undang Cipta Kerja).

5. Konsekuensi apa yang harus ditanggung ketika terjadi pelanggaran?

Pelanggaran atas merek terdaftar dapat dilaporkan baik secara perdata maupun pidana. Hal ini diatur dalam Pasal 83, 84, 100 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Laporan ini dapat diajukan oleh pemilik merek ataupun penerima lisensi atas merek tersebut. Konsekuensi yang mungkin dikenakan pada pelanggar adalah mengganti kerugian yang ditimbulkan akibat tindakan pelanggaran dan harus menghentikan semua kegiatan yang berkaitan dengan merek yang disengketakan. Pelaku pelanggaran atas merek juga dapat diancam pidana penjara atau pidana denda sesuai dengan tingkatan pelanggarannya.

6. Bagaimana upaya penyelesaian sengketa, jika ada merek yang telanjur didaftarkan oleh pihak tanpa izin?

Merek terdaftar yang dianggap melanggar hak pihak lain dapat dibatalkan apabila pihak yang berkepentingan tersebut mengajukan gugatan pembatalan ke Pengadilan Niaga sebagaimana diatur dalam Pasal 76 Undang-

Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

7. Pelindungan hukum terhadap merek di Indonesia didasarkan atas pendaftar pertama yang beriktikad baik. Bagaimana cara menentukan konteks iktikad tersebut?

Pemohon yang beriktikad baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apa pun untuk memboncong, meniru, atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang dapat mengakibatkan kerugian pada pihak lain tersebut; atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, maupun menyesatkan konsumen.

Sebaliknya, pemohon yang beriktikad tidak baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara tidak jujur dengan tujuan mendompleng atau merusak reputasi merek yang ditirunya. Contohnya, permohonan merek yang identik dengan merek milik pihak lain, di mana persamaan yang identik sangat sulit terjadi tanpa adanya kesengajaan untuk meniru atau menjiplak. Maka patut dipertimbangkan bahwa pemohon dianggap telah mengetahui atau diduga mengetahui keberadaan merek lain yang ditirunya; dan berniat untuk memboncong reputasi yang telah dimilikinya.

8. Bagaimana proses pendaftaran merek di DJKI?

Prosedur pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 25 yang meliputi pemeriksaan formalitas, pengumuman, pemeriksaan substantif, dan sertifikasi. ■

Sulawesi Tenggara

07/07
2022

PALU - Mendukung salah satu program unggulan DJKI Kemenkumham RI yaitu 'Menjadikan Kekayaan Intelektual Sebagai Pendukung Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) serta Pendorong Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Pembangunan Budaya', Kantor Wilayah Kemenkumham Sulawesi Tengah melakukan Sertifikasi Pusat Perbelanjaan Berbasis Kekayaan Intelektual. Melalui Subbidang Pelayanan Kekayaan Intelektual mendatangi pusat perbelanjaan di area Kota Palu pada Kamis (7/7).

Subbidang Pelayanan KI Kanwil Kemenkumham Sulteng Sertifikasi Pusat Perbelanjaan Berbasis KI di Palu



Foto :
DJKI

DKI Jakarta

12/07
2022

JAKARTA - Kanwil Kemenkumham DKI Jakarta menyelenggarakan Promosi dan Diseminasi Kekayaan Intelektual Komunal di Hotel Royal Kuningan, Selasa (12/7). Tema yang diusung adalah 'Pentingnya Pelindungan Warisan Budaya DKI Jakarta sebagai Kekayaan Intelektual Komunal untuk Memperkuat Kedaulatan dan Memajukan Ekonomi Masyarakat'. Pada kegiatan ini, dilaksanakan pula Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama antara Kanwil Kemenkumham DKI Jakarta dengan STIH Prof. Gayus Lumbuun dan Universitas Sahid Jakarta dalam rangka sinergitas peran pemerintah dan Perguruan Tinggi untuk meningkatkan pelayanan hukum dan HAM melalui pendidikan, pengajaran, dan pengabdian masyarakat.

Diseminasi guna Wujudkan Pelindungan Kekayaan Intelektual Komunal



Foto :
DJKI

Jawa Barat

20/07

2022

BANDUNG - DJKI Kemenkumham telah menyelenggarakan forum 'Yasonna Mendengar: Solo' untuk mendengarkan pengalaman dan berdiskusi lebih dekat dengan para komunitas penghasil Kekayaan Intelektual (KI) serta masyarakat di wilayah Kota Surakarta, Jawa Tengah. Acara ini diikuti oleh para peserta, baik secara langsung maupun daring, termasuk Kepala Kantor Wilayah Kemenkumham Jabar, Sudjonggo; Kepala Divisi Pelayanan Hukum dan HAM, Heriyanto; serta Kepala Subbidang Pelayanan Kekayaan Intelektual, Dona Prawusida. Kegiatan ini mengajak hadir dua ratus peserta dari berbagai komunitas (musik, film, animasi, literasi, desain grafis dan seni pertunjukan) serta para pelaku Usaha Kecil & Menengah (UKM), yang hadir secara luring maupun secara daring.

Foto :
DJKI

Bangun Kesadaran terhadap Kekayaan Intelektual, Kemenkumham Jabar Hadiri 'Yasonna Mendengar: Solo'



Nusa Tenggara Timur

20/07

2022

KUPANG - Selama tiga hari, Mobile Intellectual Property Clinic atau Klinik Kekayaan Intelektual Bergerak Provinsi NTT dibagi menjadi dua kegiatan utama. Yakni, Sosialisasi dan Diseminasi Kekayaan Intelektual serta Layanan Permohonan dan Konsultasi Kekayaan Intelektual dan Kekayaan Intelektual Komunal. Kegiatan sosialisasi dan diseminasi berlangsung di Hotel Aston Kupang, Rabu (20/7), menghadirkan Wakil Gubernur NTT, Josef Nae Soi sebagai *Keynote Speaker* yang dipandu langsung oleh Kepala Kanwil Kemenkumham NTT, Marciana D. Jone sebagai Moderator.

Josef Nae Soi mengatakan, seluruh Pemda di NTT tahun ini diwajibkan memiliki Perda terkait perlindungan kekayaan intelektual (KI), yang isinya mewajibkan pendaftaran KI. NTT dianugerahi kekayaan intelektual komunal yang sangat kaya, mulai dari pengetahuan tradisional, sumber daya genetik, ekspresi budaya tradisional, hingga indikasi geografis.

Wagub Josef Nae Soi: Semua Pemda di NTT Wajib Buat Perda Pelindungan KI



Foto :
DJKI

Kalimantan Timur

27/07
2022

MANADO - Untuk meningkatkan pemahaman kekayaan intelektual serta memberikan edukasi bagi masyarakat, terutama pemilik pusat perbelanjaan terkait pentingnya pencegahan pelanggaran kekayaan intelektual, maka Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Sulawesi Utara melalui Divisi Pelayanan Hukum dan HAM menyelenggarakan diseminasi pencegahan pelanggaran kekayaan intelektual.

Dalam sambutannya, Haris Sukanto menyampaikan bahwa munculnya pelanggaran kekayaan intelektual dalam berbagai bentuk dan jenisnya; baik kuantitas maupun kualitas antara lain pembajakan lagu maupun perdagangan barang yang menggunakan merek pihak lain di Indonesia membuat banyak desakan dari negara maju kepada pemerintah Indonesia untuk berusaha lebih keras dalam menegakkan hukum di bidang kekayaan intelektual.

Staf Ahli Bidang Ekonomi Ajak Masyarakat Kaltim Daftarkan Hak Kekayaan Intelektual



Foto :
DJKI

Yogyakarta

11/08
2022

YOGYAKARTA - Pelindungan kekayaan intelektual menjadi hal yang sangat penting di tengah modernisasi saat ini, tak terkecuali musik. Penggunaan musik tanpa izin dapat merugikan penciptanya, apalagi jika digunakan untuk memperoleh keuntungan secara komersial. Untuk itu, Kanwil Kemenkumham DIY bersama DJKI Kemenkumham menyelenggarakan kegiatan 'Diskusi Teknis terkait Lembaga Manajemen Kolektif' pada Kamis (11/8) di Hotel Harper Yogyakarta. Kepala Kantor Wilayah Imam Jauhari menyampaikan, dsikusi ini dilakukan untuk menghasilkan gagasan, guna mendukung optimalisasi fungsi penarikan, perhimpunan, dan pendistribusian royalti musik.

Lindungi KI Musik, Kanwil Kemenkumham DIY dan DJKI Adakan FGD Lembaga Manajemen Kolektif



Foto :
DJKI

Kepulauan Riau

23/08
2022

KEPULAUAN RIAU - Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Kepulauan Riau melalui Subbidang Kekayaan Intelektual menyelenggarakan kegiatan Sosialisasi Kekayaan Intelektual untuk Pelaku Ekonomi Kreatif Kota Tanjungpinang dan Bintan. Sosialisasi ini dihadiri secara langsung oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di wilayah Tanjungpinang dan Bintan serta perwakilan dari berbagai dinas pemerintah daerah. Hadir secara langsung membuka kegiatan Kepala Divisi Pelayanan Hukum dan HAM Kanwil Kemenkumham Kepri, Darsyad. Ia menyampaikan, para pelaku ekonomi kreatif ini merupakan penopang pembangunan ekonomi nasional.

Dukung Pemulihan Ekonomi Nasional, Kanwil Kepri Selenggarakan Sosialisasi KI bagi UMKM



Foto :
DJKI

Sumatera Selatan

27/08
2022

PALEMBANG - Kakanwil Kemenkumham Sumsel, Harun Sulianto, membuka Legal Expo dan Pameran Pelayanan Publik Kemenkumham di OPI Mall Banyuasin pada Jumat (26/8). Ia mengatakan, kegiatan ini untuk mengomunikasikan layanan Kementerian Hukum dan HAM di Sumsel, juga untuk mendekatkan layanan kepada masyarakat. Legal Expo ini menampilkan layanan unggulan Kemenkumham yakni konsultasi terkait layanan intelektual (pendaftaran merek, hak cipta, desain industri, dan paten); juga ada layanan administrasi hukum umum (perdaftaran perseroan/perorangan, dan badan hukum lainnya). Selanjutnya layanan keimigrasian (konsultasi pembuatan paspor), dan layanan pemasyarakatan (pameran produk warga binaan pemasyarakatan).

Kakanwil Kemenkumham Sumsel Buka Legal Expo di Palembang



Foto :
DJKI

Banten

30/08
2022

LEBAK - Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Banten menyerahkan Surat Pencatatan Inventarisasi Kekayaan Intelektual Komunal (KIK) Ekspresi Budaya Tradisional kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Lebak. Penyerahan Sertifikat KIK diberikan atas sepuluh Ekspresi Budaya Tradisional (EBT) asal Kabupaten Lebak, yaitu Seba Baduy, Debus Banten, Zikir Saman, Ubrug, Dogdog Lojor, Angklung Buhun, Golok Sulangkar Baduy, Koja Baduy dan Tenun Baduy. Surat Pencatatan Inventarisasi Kekayaan Intelektual Komunal Ekspresi Budaya Tradisional 'Seba Baduy' menjadi sertifikat yang secara simbolis diserahkan oleh Plh. Kepala Kanwil Kemenkumham Banten (Masjuno) kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Lebak.

Kumham Banten Serahkan Sertifikat KIK Kabupaten Lebak



Foto :
DJKI

Bali

31/08
2022

BADUNG - Perkembangan pariwisata di Bali memberikan pengaruh besar terhadap seni pertunjukan, sebagai daya tarik pariwisata domestik maupun mancanegara. Seni pertunjukan diharapkan mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat Bali maupun meningkatkan perekonomian nasional. Sebagai dukungan kepada pelaku seni yang menunjukkan sumbangsih luar biasa bagi pertumbuhan ekonomi nasional, DJKI Kemenkumham RI bersama Kantor Wilayah Kemenkumham Bali menggelar 'Promosi Perkembangan *Performing Art*', di Grand Ballroom The Trans Resort Bali, Rabu (31/8).

Pentingnya Menjaga Aset Kekayaan Intelektual guna Hasilkan Manfaat bagi Masyarakat



Foto :
DJKI



DIREKTORAT JENDERAL
KEKAYAAN INTELEKTUAL
KEMENTERIAN HUKUM & HAM R.I.



HUBUNGI HALO DJKI DI 152



E-mail
halodjki.dgip.go.id



Live Chat
dgip.go.id



Video Conference
dgip.go.id

 @DJKI.Kemenkumham

 @DJKI_Indonesia

 /DJKI.Indonesia

 DJKI Kemenkumham



DIREKTORAT JENDERAL
KEKAYAAN INTELEKTUAL
KEMENTERIAN HUKUM & HAM R.I.

CEK PDKI DULU, SEBELUM DAFTARIN MEREKMU!

Kunjungi PDKI-INDONESIA.DGIP.GO.ID
agar tahu merek Anda memiliki persamaan
dengan merek yang sudah terdaftar
sebelumnya.

