

# PENTINGNYA RATIFIKASI MADRID PROTOCOL DALAM MENGHADAPI PERDAGANGAN BEBAS DI ERA GLOBALISASI

Oleh: Trias Palupi Kurnianingrum

## *Abstract*

*Nowadays, Indonesia and other developing countries can not be avoided and have to face the era of globalization and trade liberalization which include free competition of the economy and the utilization of intellectual property. In the field of the protection of intellectual property rights, similarity of goods and services traded across borders requires the existence of the concept of equal protection of law standards which underlies the importance of ratification of Madrid Protocol for Indonesia, especially for facing the challenges of free trade area today since the protection of trademarks are needed, particularly for maintaining the fair competition and also prevent plagiarism.*

## **Pendahuluan**

Saat ini Indonesia dan juga negara berkembang lainnya tidak dapat mengelak dan harus menghadapi era globalisasi serta liberalisasi perdagangan yang mencakup di antaranya persaingan bebas di bidang ekonomi, termasuk di dalamnya persaingan sumber daya alam dan pemanfaatan kekayaan intelektual. Dalam kaitannya tersebut, penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi bagian yang sangat penting guna mendukung kemampuan daya saing bagi semua produk industri yang dihasilkan pada era perdagangan dan persaingan bebas tersebut.

Dengan adanya *General Agreement on Tariff and Trade* (GATT) yang notabene merupakan kerangka perjanjian perdagangan multinasional, bertujuan untuk menciptakan perdagangan bebas, memberi perlakuan yang sama serta menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berasaskan liberalisasi maka perdagangan dunia menjadi suatu kenyataan yang tidak dapat dihindari. Namun, dengan makin banyaknya kawasan perdagangan bebas (*free trade area*) secara tidak langsung justru menimbulkan permasalahan tersendiri, hal ini dikarenakan banyaknya perjanjian atau kontrak dagang antara para pihak yang terlibat di dalamnya, salah satu yang patut mendapatkan perhatian adalah perlindungan hukum terhadap merek dagang (*trade mark*), baik barang maupun jasa.

Peranan merek di era globalisasi sangat penting guna menjaga persaingan yang *fair* dan mencegah timbulnya plagiat, yang pada akhirnya justru dapat merugikan para pemilik merek terdaftar yang sah. Tidak dapat dipungkiri bahwa proses globalisasi sangat memengaruhi dunia usaha karena secara tidak langsung selain memacu kreativitas para pelaku usaha juga dapat memunculkan adanya celah persaingan di dalamnya. Globalisasi telah memberikan pengaruh besar dalam dunia usaha sehingga menyebabkan arus keluar masuk barang maupun jasa antarlintas negara dapat dilakukan dengan mudah. Secara tidak langsung, globalisasi telah melenyapkan batas-batas negara yang pada akhirnya menimbulkan kesamaan keadaan di setiap negara. Perlindungan hukum atas merek sangat dibutuhkan mengingat merek merupakan hal penting dalam kegiatan bisnis.

Perlindungan atas merek dibutuhkan dalam menghadapi dunia usaha yang semakin kompetitif saat ini. Perlindungan hukum terhadap hak milik seseorang yang diberikan oleh negara dirasakan sangat penting dalam konteks negara hukum,<sup>24</sup> hal inilah yang kemudian dijadikan dasar bahwa hak kekayaan intelektual (HKI) juga patut untuk dilindungi. Ini karena kedua bentuk hak milik tersebut pada hakikatnya adalah sama, yaitu

---

<sup>24</sup> Lihat Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

sama-sama menjadi obyek hukum atau sesuatu yang dapat dimiliki oleh subyek hukum, baik sendiri maupun bersama-sama.

Dalam bidang HKI kesamaan barang dan jasa yang diperdagangkan lintas negara tersebut memerlukan adanya konsep dan standar hukum perlindungan yang sama. Hal inilah yang kemudian menjadi hambatan atau kendala bagi Indonesia karena Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek yang ada dirasakan tidak dapat memberikan perlindungan dan kepastian hukum terhadap para pelaku usaha, khususnya bagi mereka yang ingin menjangkau pasar internasional, sebagai contoh banyaknya eksportir produk kerajinan Bali yang tidak dapat menembus pasar Amerika lantaran produk yang akan dipamerkan tersebut sudah didaftarkan HKI-nya oleh pihak asing; atau produk pertanian kopi Gayo yang mengalami hambatan untuk masuk ke pasar Belanda, dikarenakan produk kopi tersebut ternyata sudah didaftarkan terlebih dahulu oleh pengusaha Belanda. Bahkan produk kopi Gayo sudah dipatenkan sebagai merek dagang oleh perusahaan multinasional (MNC) Belanda; contoh lain juga terjadi pada produk kopi Toraja yang ternyata sudah dipatenkan oleh sebuah perusahaan Jepang.

Melihat situasi di atas, pendaftaran merek internasional sangatlah penting dilakukan mengingat saat ini Indonesia telah memasuki era pasar bebas. Hal inilah yang mendasari pentingnya ratifikasi *Madrid Protocol*, yaitu suatu konvensi internasional di bidang merek khususnya untuk pendaftaran merek secara internasional, dengan konsep dasar yang ditawarkan adalah satu aplikasi merek akan mendapatkan perlindungan hukum di banyak negara. Ini dengan kata lain akan mempermudah pendaftaran merek di sejumlah negara anggota hanya melalui satu aplikasi saja karena di era globalisasi dewasa ini perlindungan hukum atas merek sangat dibutuhkan dalam dunia usaha. Peranan merek relatif penting guna menciptakan kegiatan usaha yang fair dan mencegah timbulnya plagiat di dalamnya. Namun, seiring dengan keterbukaan era pasar bebas justru menempatkan para pelaku usaha dalam negeri dalam posisi lemah, lantaran Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek yang ada

dirasakan tidak dapat memberikan perlindungan dan juga kepastian hukum terhadap mereka.

Melalui tulisan ini akan dikaji permasalahan, sejauh mana pengaruh *Madrid Protocol* terhadap undang-undang merek di Indonesia serta hambatan apa saja yang terjadi di dalamnya. Masalah ini sangat penting mengingat undang-undang merek yang ada belum memiliki peraturan yang komprehensif yang mengatur tentang pendaftaran merek secara internasional. Tanpa adanya payung hukum yang jelas, para pelaku usaha dalam negeri akan kesulitan mendapatkan kepastian hukum apabila produk mereka diakui oleh pengusaha asing. Hal inilah yang mendasari pentingnya ratifikasi *Madrid Protocol* dalam menghadapi *free trade area* di era globalisasi saat ini.

### **Pengaruh Globalisasi terhadap Merek**

Merek memiliki arti penting dalam dunia usaha karena seringkali konsumen mengaitkan suatu imej, kualitas barang maupun jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang berharga secara komersial. Merek suatu perusahaan sering kali lebih bernilai dibandingkan dengan aset riil perusahaan tersebut dikarenakan bagi pebisnis, merek melambangkan citra kesuksesan usaha yang dibangun dengan kerja keras serta modal yang tidak sedikit.

Menurut Undang-Undang No. 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.<sup>25</sup> Adapun menurut David A. Aaker,<sup>26</sup> 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. Merek dapat dianggap sebagai “ruh” bagi suatu produk barang atau jasa karena merek menggambarkan jaminan kepribadian dan reputasi barang serta jasa hasil usahanya sewaktu diperdagangkan. Jika dilihat dari sudut produsen, merek digunakan sebagai jaminan hasil produksinya, khususnya

<sup>25</sup> Lihat Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

<sup>26</sup> Pengertian merek, lihat <http://id.wikipedia.org/wiki/merek>, diakses pada 21 Juni 2010.

mengenai kualitas, selain untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasar. Sementara jika dilihat dari sisi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan-pilihan barang yang akan dibeli.

Apabila suatu produk tidak mempunyai merek, tentu saja produk yang bersangkutan tidak akan dikenal oleh konsumen. Oleh karena itu, suatu produk (produk yang baik ataupun tidak) tentu memiliki merek. Bahkan tidak mustahil apabila merek yang telah dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya akan selalu diikuti, ditiru, “dibajak”, bahkan mungkin dipalsukan oleh produsen lain yang melakukan persaingan usaha tidak sehat.<sup>27</sup> Untuk itulah, perlindungan merek diperlukan mengingat merek sebagai sarana identifikasi individual terhadap barang dan jasa yang merupakan pusat “jiwa” suatu bisnis.

Lebih lanjut, Muhammad Djumahana menyatakan bahwa merek mempunyai beberapa fungsi, yakni<sup>28</sup> (a) membedakan barang atau jasa produksi suatu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan yang sejenis; (b) menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya; (c) memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan. Hal itu tidak hanya berguna bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang kepada konsumen; (d) sebagai sarana promosi dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa yang bersangkutan; serta (e) merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak.

Tidak dapat dipungkiri bahwa merek merupakan hal penting dalam pasar konsumen. Merek menjadi penghubung langsung antara konsumen dan perusahaan serta adanya kemungkinan bahwa konsumen akan membangun loyalitasnya pada merek. Dalam dunia usaha dengan tingkat kompetisi tinggi, merek menjadi kunci penting

bagi suatu perusahaan untuk memosisikan dan menciptakan identitas produknya yang unik dalam benak konsumen. Oleh karena itu, merek perlu dipahami sebagai aset sehingga tidak salah apabila kemudian merek menjadi penting untuk dilindungi.

Keberadaan HKI memang tidak dapat terlepas dari kegiatan ekonomi, industri, dan perdagangan. Era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi telah mendorong efisiensi dan juga efektivitas bagi para produsen untuk memasarkan produk-produknya ke luar negeri melalui pasar bebas. Tidak dapat dipungkiri bahwa arus globalisasi telah menawarkan banyak kemudahan untuk melakukan kegiatan transaksi karena secara tidak langsung globalisasi dan liberalisasi perdagangan telah membuat daerah pemasaran suatu produk semakin meluas.

Proses globalisasi lahir sejalan dengan adanya modernisasi yang dikenal di dalam peradaban barat dan merupakan fenomena baru yang berkaitan dengan pascaindustri, pascamodern atau disorganisasi kapitalisme. Perkembangan dalam teknologi dan pola kegiatan ekonomi telah membuat masyarakat di dunia semakin saling bersentuhan, saling membutuhkan, dan saling menentukan nasib satu sama lain, tetapi juga saling bersaing. Hal ini secara dramatis terutama terlihat dalam kegiatan perdagangan dunia, baik perdagangan barang-barang (*trade in goods*) maupun jasa (*trade in services*).

Dalam tatanan ekonomi global, HKI dipandang sebagai masalah perdagangan yang mencakup interaksi dari tiga aspek utama, yaitu kekayaan intelektual, komersialisasi, dan perlindungan hukum. Perlindungan hukum dibutuhkan oleh HKI sebab saat ini setiap proses komersialisasi dari setiap komoditi perdagangan, baik yang bernuansa ekspor maupun untuk pasar dalam negeri tidak dapat terlepas dari aspek perlindungan kekayaan intelektualnya.<sup>29</sup>

Era perdagangan global hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim persaingan usaha yang sehat. Di sinilah kemudian merek memegang peranan yang penting dalam era perdagangan

<sup>27</sup> Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997), hlm. 60.

<sup>28</sup> Muhammad Djumahana dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 170–171.

<sup>29</sup> Ahkam Subroto dan Suprapedi, *Eksplorasi Konsep Kekayaan Intelektual Untuk Penumbuhan Inovasi*, (Jakarta: LIPI Press, 2005), hlm. 10.

bebas karena seiring dengan berkembangnya perdagangan internasional, kebutuhan untuk melindungi merek secara internasionalpun juga semakin kuat. Tidak dapat dipungkiri bahwa nilai komersial suatu merek menjadi semakin tinggi, terutama apabila menyangkut merek terkenal di mancanegara. Hal inilah yang pada akhirnya mendorong beberapa negara kemudian menyusun suatu sistem perlindungan merek secara internasional sebab berkembangnya perdagangan internasional secara bebas sangat berpengaruh pada penggunaan atau pemanfaatan HKI. Penggunaan HKI yang melintasi batas negara-negara mulai terjadi menjelang akhir abad ke-19 sehingga secara tidak langsung hal ini mengakibatkan perlunya perlindungan hukum terhadap HKI khususnya merek yang terjadi tidak hanya secara bilateral, namun juga secara multilateral bahkan global. Perlindungan merek secara internasional diawali dengan adanya konvensi Paris yang ditandatangani oleh beberapa negara pada tahun 1883 yang kemudian menjadi tonggak bersejarah bagi upaya perlindungan merek secara internasional.<sup>30</sup>

Konvensi Paris 1883 adalah salah satu bentuk dari perjanjian internasional mengenai kekayaan intelektual yang ditandatangani pada tanggal 20 maret 1883.<sup>31</sup> Pada dasarnya konvensi Paris 1883 ini menegakkan hak prioritas yang menjamin pemohon hak kekayaan intelektual dari negara peserta untuk menggunakan tanggal pengajuan permohonan pertama (di salah satu negara peserta) sebagai tanggal efektif pengajuan permohonan di negara lain yang juga menjadi peserta, asalkan pemohon mengajukan permohonan dalam waktu 6 bulan (untuk desain industri dan merek dagang) atau 12 bulan (untuk paten dan model utilitas) dari tanggal pertama kali mengajukan permohonan. Administrasi Konvensi Paris 1883 dilaksanakan oleh satu manajemen dalam gedung yang sama, yaitu *The United Nations International Bureau For The Protection of Intellectual Property Rights*.

<sup>30</sup> Budi Agus Riswandi, "Ratifikasi Protokol oleh Indonesia: Keuntungan Apakah Yang Dapat Diraih" artikel pada *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 28. No. 2/2009, hlm. 20.

<sup>31</sup> Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 29.

## Madrid Aggrement

Upaya tersebut kemudian dilanjutkan pada tahun 1891 melalui *Madrid Aggrement*, yaitu suatu bentuk kesepakatan antarlima negara (Perancis, Swiss, Tunisia, Spanyol, dan Belgia) yang ditandatangani dengan ide untuk membangun suatu sistem pendaftaran internasional yang nantinya dapat memberikan perlindungan merek di antara negara anggota tersebut. *Madrid Aggrement* memberikan keleluasaan bagi negara anggota untuk tetap memiliki kedaulatan dalam melaksanakan undang-undang merek nasional mereka. Lebih lanjut, *Madrid Aggrement* memuat pengaturan yang seragam tentang tata cara permohonan pendaftaran merek dan juga perlindungan terhadap pendaftaran merek internasional di semua negara anggota yang ikut meratifikasi persetujuan madrid tersebut. Selain itu, Madrid Aggrement mengatur mengenai bahasa resmi yang dipergunakan, jangka waktu perlindungan serta perpanjangannya, perubahan terhadap pendaftaran merek maupun kemungkinan untuk upaya pembatalan pendaftaran merek internasional.

Pendaftaran merek merupakan hal terpenting dalam upaya untuk memberikan perlindungan atas merek, terutama bagi merek terkenal. Menurut *Madrid Aggrement*, setiap pihak di negara anggota yang telah memiliki pendaftaran merek di negara asalnya dapat mengajukan permohonan pendaftaran merek internasional kepada Biro Internasional (dalam hal ini adalah WIPO) melalui kantor merek di negara asalnya. Pendaftaran merek di negara asalnya berfungsi sebagai *basic registration* untuk pengajuan permohonan pendaftaran merek internasional. Permohonan tersebut harus didaftarkan dengan bahasa Perancis dan ditujukan kepada anggota negara yang meratifikasi *Madrid Aggrement* sesuai dengan keinginan pemohon agar mereknya mendapatkan perlindungan di negara yang dituju.

Namun, keharusan untuk menggunakan bahasa Prancis tersebut seringkali diakui sebagai suatu kendala bagi anggota *Madrid Aggrement* yang notabene bahasa sehari-hari mereka bukanlah bahasa Prancis, terlebih lagi terkait dengan urusan surat-menyurat dan juga komunikasi antara anggota dengan WIPO yang

harus diterjemahkan ke dalam bahasa Perancis. Berdasarkan *Madrid Aggrement*, eksistensi pendaftaran merek internasional tersebut tergantung pada *basic registration* yang ada di negara asalnya dengan jangka waktu selama lima tahun pertama, artinya apabila dalam jangka waktu tersebut *basic registration* yang ada di negara asalnya dibatalkan atau dihapuskan maka semua pendaftaran merek internasional yang didasarkan pada *basic registration* secara otomatis akan ikut batal.

Namun, apabila jangka waktu lima tahun pertama keberadaan pendaftaran merek internasional tersebut telah terlewati maka pendaftaran merek internasional menjadi independen dalam arti tidak tergantung lagi pada eksistensi *basic registration*. Selain itu, yang patut dicermati dari *Madrid Aggrement* adalah pemilik merek dapat mengalihkan hak atas mereknya, melakukan perubahan nama atau alamat atas pendaftaran mereknya, memperpanjang pendaftaran mereknya dalam satu permohonan melalui WIPO untuk semua pendaftaran merek internasional di beberapa negara. Sayangnya *Madrid Aggrement* tidak diikuti oleh negara besar lainnya seperti Amerika, Jepang, Australia, dan Inggris. Hal ini dikarenakan adanya kelemahan yang timbul dari *Madrid Aggrement* itu sendiri, antara lain:

1. Persyaratan mengenai ketentuan *basic registration*.

Permohonan pendaftaran merek internasional melalui *Madrid Aggrement* harus terlebih dahulu mempunyai pendaftaran merek yang sama di negara asalnya. Pendaftaran merek di negara asal tersebut berfungsi sebagai *basic registration*. Adapun uraian jenis barang dan/atau jasa yang ada pada permohonan pendaftaran merek internasional tersebut tidak boleh lebih luas dari uraian jenis barang dan/atau jasa yang ada pada pendaftaran merek di negaranya yang digunakan sebagai *basic registration*.

2. Jangka waktu 12 bulan untuk melakukan pemeriksaan substantif.

Dalam *Madrid Aggrement* proses pemeriksaan hanya diberikan batasan waktu 12 bulan dan tidak dapat diperpanjang lagi. Dengan batasan waktu tersebut, oleh sebagian besar negara dipandang terlalu singkat sehingga dirasakan menyulitkan. Oleh sebab itulah,

*Madrid Aggrement* kurang diminati oleh banyak negara.

3. Ketentuan terkait biaya, *basic fee* dan juga *complementary fee* yang besarnya sudah ditentukan.
4. Adanya kewajiban untuk menggunakan bahasa Perancis.
5. Adanya sistem *central attack* yang dirasakan sangat merugikan.

Setelah *Madrid Aggrement* kemudian dilanjutkan oleh WIPO dengan membentuk *Vienna Trademark Registration Treaty (VTRT)* pada 1973 dan diperluas dengan *Madrid Protocol* pada 1989.<sup>32</sup>

### Madrid Protocol

*Madrid Protocol* adalah bagian dari *Madrid Aggrement* tentang pendaftaran merek secara internasional yang diadministrasi oleh *World Intellectual Property Organization (WIPO)*. Upaya ini dilakukan oleh masyarakat merek Eropa (*European Community Trademark*) yang mengusulkan untuk lebih mengembangkan *Madrid Aggrement* supaya dapat diikuti oleh negara-negara yang belum menjadi anggota tersebut. Oleh karena itu, kemudian WIPO membuat usulan draf protokol sebagai bentuk pengembangan dari *Madrid Aggrement* yang secara tidak langsung melahirkan *Madrid Protocol* pada 27 Juni 1989 di kota Madrid, Spanyol.

Sebenarnya konsep yang ditawarkan oleh *Madrid Protocol* sama dengan yang ditawarkan oleh *Madrid Aggrement*, terkait pendaftaran merek internasional namun dengan pengembangan yang bertujuan untuk menarik minat negara-negara yang belum meratifikasi, karena tujuan utama pembentukan *Madrid Protocol* adalah untuk menyempurnakan *Madrid Aggrement*. Konsep dasar *Madrid Protocol* adalah satu aplikasi merek untuk mendapatkan perlindungan hukum di banyak negara sehingga secara tidak langsung *Madrid Protocol* benar-benar menawarkan sebuah keniscayaan bagi pemilik merek untuk memperoleh perlindungan merek dagangnya di beberapa negara sekaligus melalui pendaftaran permohonan langsung di kantor pendaftaran

---

<sup>32</sup> *Ibid.*

merek dagang di negaranya atau pada tingkat regional.<sup>33</sup>

Tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi secara tidak langsung telah memainkan peranan penting dalam kehidupan kita dengan menawarkan berbagai macam kemudahan untuk dapat berinteraksi dengan dunia tanpa sekat sehingga melenyapkan batas-batas negara yang pada akhirnya akan menimbulkan kesamaan keadaan di setiap negara. Pada hakikatnya globalisasi merupakan ciri dari masyarakat modern yang didukung oleh maju pesatnya perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menyebar ke seluruh penjuru dunia. Namun, terkadang kehadiran globalisasi seringkali tidak diperhitungkan dengan seksama. Hal ini karena kedatangan globalisasi yang disambut dengan baik namun tidak serta merta mengikuti aturan main, prinsip, dan sistem dari globalisasi itu sendiri yang pada akhirnya menyebabkan ketimpangan atau problematika tersendiri sehingga terjadi segala bentuk upaya penjiplakan, pembajakan, dan sejenisnya.

Secara tidak langsung baik barang maupun jasa yang merupakan produk intelektual manusia telah memainkan peran yang sangat menentukan dalam perdagangan internasional dewasa ini dan akan terus meningkat pada masa mendatang. Seiring dengan itu, nilai ekonomi yang terdapat pada karya-karya intelektual manusia, khususnya dalam bidang HKI telah menjadi faktor penentu dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi lokal, nasional, dan juga global. Oleh karenanya, hal ini telah menimbulkan kebutuhan yang sama pada tataran masyarakat internasional untuk memberikan perlindungan hukum yang sama di setiap negara dengan mengacu pada ketentuan *TRIPS Agreement*.

Peranan merek dalam dunia usaha relatif penting, terlebih lagi di keterbukaan era globalisasi, dengan persaingan usaha di dalamnya semakin kompetitif. Sebenarnya, merek sudah dipergunakan sejak lama untuk menandai produk dengan tujuan menunjukkan asal-usul suatu barang. Merek digunakan untuk mencegah adanya peniruan (plagiat) serta untuk membedakan kualiti

tas barang dalam kegiatan usaha. Seiring dengan majunya perdagangan dunia, perlindungan atas merek dirasakan penting terlebih lagi dengan banyaknya para pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian atau kontrak dagang.

Di dalam bidang hukum merek, berbagai ketentuan hukum internasional telah dibentuk oleh masyarakat internasional dengan tujuan untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih efektif namun dengan cara yang lebih sederhana, seperti yang ditawarkan oleh *Madrid Protocol*. *Madrid Protocol* merupakan suatu perangkat hukum internasional dalam bidang merek yang memberikan kemudahan bagi pemilik merek dalam upaya pendaftaran mereknya secara internasional untuk mendapatkan perlindungan secara internasional pula. Lebih lanjut, pendaftaran merek dengan cara ini dirasakan dapat memangkas biaya mahal. Selain itu, prosedur yang dilakukan tidak lagi merepotkan karena pengusaha hanya cukup mengajukan aplikasi dan menunjuk negara mana saja (yang merupakan anggota *Madrid Protocol*) di kantor merek setempat.

Proses tersebut dirasakan dapat mempermudah pendaftaran merek di sejumlah negara anggota karena hanya melalui satu aplikasi, satu bahasa, satu pemeriksaan formal, dan juga satu kali pengumuman yang pastinya akan menghemat biaya pendaftaran merek. Sejauh ini *Madrid Protocol* telah diterapkan di negara maju seperti Jerman, Swiss, dan Jepang.<sup>34</sup> Sementara itu, negara ASEAN yang telah memulai sistem ini seperti Singapura dan Vietnam, dapat dijadikan acuan untuk pendaftaran *e-register* bagi negara ASEAN yang pada dasarnya sudah mengetahui konsep *Madrid Protocol*. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa eksistensi *Madrid Protocol* mulai mendapatkan pengakuan dari negara-negara di dunia.

Pendaftaran *Madrid Protocol* menjadi lebih efisien untuk membantu para pelaku usaha dalam negeri mendaftarkan merek mereka secara internasional dengan biaya yang murah dan lebih terjangkau sehingga *Madrid Protocol* dirasakan sangat penting untuk diratifikasi oleh Indonesia. Bila dilihat dari sisi pengusaha, jelas

<sup>33</sup> Syafrinaldi, "Urgensi dan Permasalahan Harmonisasi Undang-Undang Merek Terhadap Protokol Madrid", artikel pada *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 28. No. 2/2009, hlm. 5.

<sup>34</sup> The *Madrid Protocol*, <http://langkahkecilkaki.blogspot.com/2010/02/madrid-protocol.html>, diakses pada 10 Juli 2010.

*Madrid Protocol* akan menguntungkan mereka karena memberikan kemudahan bagi mereka untuk pendaftaran merek secara internasional. Sementara dari sisi pemilik merek, konvensi tersebut secara tidak langsung dapat memberikan perlindungan hukum.

Selain itu, jika dipandang dari sudut pemerintah, bergabung dalam *Madrid Protocol* bersifat menguntungkan, mengingat dapat memasukkan devisa kas negara, dan dari segi peningkatan aplikasi merek asing akan memacu pertumbuhan aplikasi merek dari dalam negeri, sekaligus sebagai suatu tindakan preventif untuk melindungi HKI terhadap usaha pembajakan ataupun pemalsuan.

### **Keuntungan dan Kerugian Meratifikasi Madrid Protocol**

Sebenarnya *Madrid Protocol* bukanlah merupakan hal yang baru bagi negara-negara di dunia, terutama bagi negara yang mengandalkan perdagangan mereka dalam perdagangan global. Konsep dasar yang ditawarkan oleh *Madrid Protocol* adalah satu aplikasi merek untuk mendapatkan perlindungan hukum di banyak negara. Sekadar ilustrasi, seorang pemilik merek dagang di Indonesia apabila ingin mendaftarkan mereknya di banyak negara, maka cukup mengajukan permohonan ke Direktorat Merek Ditjen Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan HAM, tidak perlu datang ke masing-masing negara yang dituju. Namun, apabila Indonesia tidak meratifikasi *Madrid Protocol* maka pemilik merek dari dalam negeri mau tidak mau harus mendaftarkan mereknya di setiap negara. Hal inilah yang dirasakan sangat sulit bagi sebagian besar kalangan terutama pemilik merek karena cara ini tentunya akan merepotkan, tidak efisien, serta dapat menimbulkan biaya cukup mahal.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, Indonesia kemudian berencana untuk ikut meratifikasi perjanjian *Madrid Protocol*. Hal ini dilakukan semata-mata untuk melindungi kepentingan para pelaku usaha nasional, mengingat hanya dengan pendaftaran merek maka merek tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum. Hampir semua negara menerapkan sistem perlindungan merek yang didasari dengan pendaftaran karena tanpa adanya pendaftaran

maka tidak ada perlindungan hukum, hal inilah yang kemudian disebut sebagai sistem konstitutif. Sebenarnya sistem konstitutif diberlakukan untuk mengantisipasi sistem sebelumnya (dalam hal ini adalah sistem deklaratif) yang timbul dari peraturan terdahulu, yakni Undang-Undang No. 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Menurut Iman Sjahputra, sistem deklaratif adalah suatu sistem di mana hak atas suatu merek timbul karena pemakaian pertama oleh pihak pemilik merek, walaupun tidak didaftarkan oleh pemilik merek.<sup>35</sup>

Sistem ini mempunyai kelemahan karena tidak diketahui kapan suatu merek akan dipakai oleh seseorang. Apabila terjadi sengketa antara dua pihak di mana satu pihak mengklaim bahwa beliau adalah pemakai pertama dari merek tersebut, sementara pihak lain juga mengklaim hal yang sama maka untuk membuktikan siapa yang merupakan pemakai pertama dari merek tersebut merupakan hal yang tidak mudah. Sebenarnya di dalam sistem deklaratif seperti yang dianut oleh Undang-Undang No. 21 Tahun 1961, pendaftaran merek tersebut bukan untuk mendapatkan hak atas merek. Lebih lanjut, sistem ini lebih menitikberatkan terbitnya hak atas merek kepada siapa pemakai pertama merek. Karena itulah pendaftaran dirasakan menjadi tidak mutlak untuk dilakukan oleh pemilik merek. Pendaftaran hanya semata-mata dilakukan untuk kepentingan pembuktian jika di kemudian hari terjadi sengketa merek. Namun karena dipandang tidak sesuai lagi, sistem deklaratif tersebut diubah menjadi sistem konstitutif, yaitu suatu sistem di mana hak atas suatu merek tercipta karena adanya pendaftaran dari yang bersangkutan.

Sistem konstitutif dianggap dapat menjamin kepastian hukum yang disertai pula dengan ketentuan-ketentuan yang menjamin segi keadilan. Jaminan terhadap aspek keadilan, antara lain pembentukan cabang-cabang kantor merek di daerah, pembentukan Komisi Banding Merek dan selain memberikan kemungkinan untuk mengajukan gugatan yang tidak terbatas

<sup>35</sup> Syekhu, "Tinjauan Hukum terhadap Penerapan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek atas Pemalsuan Merek Terkenal", <http://jaringskripsi.wordpress.com/2009/09/25/tinjauan-hukum-terhadap-penerapan-undang-undang-nomor-15-tahun-2001-tentang-merek-atas-pemalsuan-merek-terkenal-2/>, diakses 16 Agustus 2010.

pada Pengadilan Jakarta Pusat, tetapi juga melalui Pengadilan Negeri lainnya yang telah ditetapkan serta tetap dimungkinkannya gugatan melalui PTUN, bahkan dalam masa pengumuman permintaan pendaftaran merek dimungkinkan pemilik merek tidak terdaftar yang telah menggunakannya sebagai pemakai pertama untuk mengajukan keberatan.

Sejauh ini masih terdapat sikap pro dan kontra yang ditimbulkan terhadap rencana pemerintah untuk meratifikasi *Madrid Protocol*. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk mencoba membandingkan keuntungan serta kerugian bagi Indonesia apabila ikut meratifikasi *Madrid Protocol*, hal ini sangat penting untuk dijadikan perbandingan. Adapun keuntungan yang akan diperoleh oleh Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Jika dilihat dari segi kepentingan pengusaha lokal, ratifikasi *Madrid Protocol* jelas akan memberikan kemudahan bagi mereka untuk mendaftarkan merek secara internasional di beberapa negara anggota *Madrid Protocol*, yakni cukup dengan satu permohonan yang dapat dilakukan melalui Ditjen Hak Kekayaan Intelektual. Tidak dapat dipungkiri bahwa menembus pangsa pasar internasional merupakan impian setiap pelaku usaha yang ingin memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, mekanisme seperti ini hendaknya dianggap sebagai suatu kesempatan mengingat aspek mudah dan murah sehingga pemohon tidak perlu harus datang ke setiap negara di mana pendaftaran merek akan diajukan. Kecuali itu, keuntungan lain yang akan diperoleh ialah adanya jaminan dan kepastian hukum internasional, terutama di bidang HKI, mengingat ratifikasi merupakan suatu perbuatan hukum yang menyatakan keterikatan negara dengan perjanjian internasional melalui produk legislasi nasional.

*Madrid Protocol* juga memberikan pilihan penggunaan bahasa dalam melakukan permohonan pendaftaran merek internasional (baik Inggris, Perancis maupun Spanyol). Jika pemohon memilih untuk menggunakan bahasa Inggris maka segala komunikasi dan surat menyurat antara Ditjen HKI dengan WIPO akan dilakukan dengan bahasa Inggris. Hal ini berbanding terbalik dalam *Madrid*

*Agreement* yang harus menggunakan bahasa Perancis, jadi dapat dikatakan bahwa pemohon tidak perlu untuk menggunakan bahasa resmi negara yang dituju tetapi cukup menggunakan bahasa yang telah dipilih. Oleh karena itu, ratifikasi *Madrid Protocol* dirasakan jelas menguntungkan pengusaha lokal, mengingat kendala yang selama ini terjadi dalam menembus pangsa pasar internasional adalah masalah bahasa sehingga secara tidak langsung hal ini akan memudahkan mereka nantinya.

2. Jika dilihat dari segi kepentingan Ditjen HKI, terkait dengan hal batas waktu pemeriksaan substantif maka dimungkinkan batas waktu 18 bulan untuk menyelesaikan pemeriksaan substantif terhadap permohonan pendaftaran merek melalui *Madrid Protokol*. Batas waktu 18 bulan tersebut dan bahkan masih dapat diperpanjang apabila terdapat oposisi membuat Ditjen HKI mempunyai waktu yang cukup longgar untuk menyelesaikannya, dengan catatan apabila dalam jangka waktu yang telah ditentukan tersebut negara anggota tidak dapat menyelesaikan pemeriksaan substantif (keputusan untuk didaftar ataupun ditolak), permohonan pendaftaran merek secara internasional dianggap dapat didaftarkan (granted).
3. Jika dilihat dari segi kepentingan negara, jelas sangat menguntungkan bila Pemerintah Indonesia meratifikasi *Madrid Protocol* sebab secara tidak langsung akan memberikan masukan devisa kas melalui penerimaan negara bukan pajak, mengingat nantinya sinkronisasi hukum nasional dalam bidang merek dengan ketentuan internasional, seperti *Madrid Protocol* akan dapat menjadi salah satu daya penarik dalam bidang ekonomi untuk menarik investasi asing ke Indonesia. Selain itu, di dalam *Madrid Protocol* setiap negara anggota dapat menentukan besarnya biaya permohonan (*individual fee*) dengan catatan bahwa besarnya *individual fee* tidak boleh melebihi besarnya biaya permohonan pendaftaran merek yang berlaku di negaranya. Namun, apabila negara anggota tidak menentukan besarnya *individual fee* maka bagi negara tersebut akan diberlakukan ketentuan *complimentary fee* yang telah ditentukan besarnya oleh WIPO. Hal ini dimaksudkan agar

tidak merugikan bagi negara-negara yang biaya permohonan pendaftaran mereknya lebih besar jika dibandingkan dengan besarnya *complimentary fee*.

Pada dasarnya kerugian yang terjadi apabila Indonesia meratifikasi *Madrid Protocol* ini, lebih tertuju pada konsultan HKI mengingat secara tidak langsung semua pendaftaran HKI yang notabene dapat dilakukan melalui konsultan HKI akan menjadi dikesampingkan. Melalui *Madrid Protocol*, semua pendaftaran akan dilakukan langsung ke kantor merek melalui IB. Konsultan HKI dirasakan akan kehilangan pendapatan melalui pendaftaran secara signifikan, mengingat permohonan merek dari luar negeri dapat memanfaatkan *Madrid Protocol* ini melalui negaranya tanpa harus menggunakan konsultan HKI di Indonesia. Yang selama ini berlangsung, pemilik merek asing yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar negeri dalam mengajukan permintaan pendaftaran merek diwajibkan melalui kuasanya di Indonesia dan diwajibkan pula berdomisili di tempat mereknya didaftarkan dengan cara memberikan kuasa kepada konsultan merek di negara tempat merek asing itu akan didaftarkan, dalam hal ini konsultan HKI di Indonesia.<sup>36</sup>

Namun, jika dicermati lebih jauh sesungguhnya hal ini tidak berdampak besar bagi para konsultan HKI mengingat masih terdapat celah, yakni bila permohonan pendaftaran merek internasional akan ditolak maka secara tidak langsung peranan konsultan HKI akan tetap dibutuhkan sehingga mereka tidak serta-merta akan kehilangan klien dari luar negeri. Oleh sebab itu, dapat dikatakan sebenarnya *Madrid Protocol* memberikan banyak manfaat, khususnya bagi pengusaha Indonesia dalam menghadapi *free trade area* di era globalisasi saat ini sehingga jika Pemerintah Indonesia berencana untuk meratifikasinya maka pemerintah perlu mendapatkan dukungan para pihak terkait. Di luar itu, sebaiknya pemerintah juga perlu segera merevisi Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek untuk disesuaikan dengan tuntutan perkembangan zaman, khususnya terkait dengan pendaftaran merek internasional.

## Revisi UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek

Sebenarnya undang-undang merek di Indonesia sudah pernah mengalami bongkar pasang, dan hal ini bukanlah merupakan hal yang tabu. Undang-undang merek pertama Indonesia lahir pada tahun 1961, yaitu UU No. 21 Tahun 1961 tentang Merek Dagang dan Merek Perniagaan yang diundangkan pada tanggal 11 Oktober 1961 dan mulai berlaku tanggal 11 November 1961. Pada tahun 1992 telah terjadi pembaharuan hukum merek di Indonesia dan untuk mengantisipasi arus globalisasi maka lahir UU No. 19 Tahun 1992 tentang Merek yang mencabut dan menggantikan UU No. 21 Tahun 1961. Pada tahun 1997 terjadi penyempurnaan terhadap UU No. 19 Tahun 1992, yaitu dengan UU No. 14 Tahun 1997 yang disahkan oleh Presiden Republik Indonesia pada 7 Mei 1997.

Langkah penyempurnaan dilakukan terutama guna menyesuaikan dengan ketentuan-ketentuan dalam *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs) yang merupakan bagian dari Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing World Trade Organization*) yang telah diratifikasi Pemerintah Indonesia dengan UU No. 7 Tahun 1994. Perubahan terakhir mengenai undang-undang merek terjadi pada tahun 2001, yaitu dengan lahirnya UU No. 15 Tahun 2001.

Namun, setiap kali dilakukan revisi, setiap kali pula bertambah kekurangan-kekurangan yang dahulu tidak terpikirkan sebelumnya. Dalam banyak hal, revisi hanya sebatas klarifikasi yang sejauh ini justru bersifat kurang jelas dan secara tidak langsung dapat melahirkan multiinterpretasi di dalamnya. Selain itu, yang patut untuk diperhatikan adalah tingkat kesiapan aparat penegak hukum. Faktor ini dinilai penting karena melibatkan banyak pihak, baik polisi, jaksa, hakim, bahkan para pengacara. Seperti yang sudah sering kali dikeluhkan, sebagian dari para aktor penegakan hukum tersebut dinilai belum sepenuhnya mampu mengimplementasikan undang-undang merek secara optimal, hal ini semakin diperparah dengan masuknya Indonesia dalam *free trade area* di era globalisasi.

<sup>36</sup> Lihat Pasal 10 ayat (1) dan (2) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Sebenarnya masuknya Indonesia dalam *free trade area* lebih merupakan rencana peleburan ekonomi Indonesia ke dalam panel pasar bebas dengan harapan supaya dapat bersaing dengan negara maju lainnya. Diakui bahwa pada dasarnya *free trade* sangat perlu bagi peningkatan kesejahteraan umat manusia, tetapi terkadang dapat menimbulkan hal negatif karena semua negara akan menjadi merasa terancam perekonomiannya atas serbuan masuknya barang-barang maupun jasa dari negara lain. Hal inilah yang saat ini sedang dirasakan oleh kalangan pengusaha lokal Indonesia akibat meratifikasi perjanjian *China-ASEAN Free Trade Aggrement (CAFTA)* atau perjanjian perdagangan bebas China-Asean.

Terkadang globalisasi dianggap sebagai “angin segar” namun sayangnya ketidaksiapan justru terlihat di mana pemerintah maupun kalangan pengusaha tidak serta-merta mengikuti aturan main, prinsip, dan sistem dari globalisasi itu sendiri sehingga yang terjadi adalah problematika yang harus ditanggung oleh masyarakat Indonesia. Dapat dikatakan bahwa kurangnya persiapan telah menyeret Indonesia ke dalam situasi yang justru dapat menjerumuskannya. Seperti pada saat meratifikasi perjanjian CAFTA yang pada akhirnya menyebabkan banyak produk China masuk sehingga secara tidak langsung telah menempatkan sektor pasar domestik kalah bersaing. Sebenarnya jauh sebelum Pemerintah Indonesia meratifikasi perjanjian tersebut seperti yang sudah diketahui bahwa produk buatan negara China memang sudah lama masuk ke Indonesia sehingga tidak sulit untuk menemukan berbagai macam produk buatan China, seperti mainan anak-anak, baju, ataupun alat elektronik lainnya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa negara China dewasa ini telah menjadi sebuah poros sentral di kawasan negara Asia, khususnya Asia Timur. Secara tidak langsung kondisi perekonomian Amerika dan Jepang yang sekarang sedang terpuruk, justru semakin membuka peluang China untuk dapat menguasai pasar dunia. Hal ini jelas berbeda dibanding beberapa tahun yang lalu di mana dominasi perekonomian dunia selalu di bawah kendali negara Amerika dan Jepang. China mengalahkan Amerika sebagai pangsa pasar mobil terbesar dunia pada tahun 2009 dan

juga segera mengalahkan Jepang yang menjadi negara dengan kekuatan ekonomi terbesar kedua di dunia. Keunikan yang dimiliki oleh negara China adalah tidak hanya mengekspor benda-benda dengan wujud besar seperti mesin, tetapi juga barang kecil lainnya, seperti jarum, kancing baju, bahkan makanan dan minuman kaleng.

Sebenarnya di era globalisasi saat ini tidak menutup kemungkinan segala informasi dan juga teknologi telah menyebabkan kejadian atau penemuan di suatu belahan dunia akan dengan mudah diketahui dan segera tersebar ke belahan dunia lainnya. Hal ini dapat membawa implikasi, segala bentuk upaya penjiplakan, pembajakan dan sejenisnya, seperti kasus produk kopi Gayo yang ternyata sudah dipatenkan sebagai merek dagang oleh perusahaan multinasional (MNC) Belanda ataupun produk kopi Toraja yang juga sudah dipatenkan oleh sebuah perusahaan Jepang.

Hal seperti inilah yang dirasakan merugikan pengusaha lokal. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia perlu melindungi serta memberikan kepastian hukum kepada pemilik merek. Pemerintah harus memandang *Madrid Protocol* sebagai upaya *law as a tool of economic development*. Sinkronisasi hukum nasional dalam bidang merek dengan ketentuan internasional, seperti *Madrid Protocol* akan dapat menjadi salah satu daya penarik dalam bidang ekonomi untuk menarik masuknya investasi asing ke Indonesia. Reformasi hukum dalam bidang HKI sebenarnya memang telah dilakukan namun masih terkesan setengah hati. Oleh karena itu, sudah saatnya undang-undang merek yang ada direvisi untuk disesuaikan dengan kebutuhan perkembangan zaman, terutama di era perdagangan bebas sekarang ini.

Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dirasakan belum cukup untuk memberikan perlindungan hukum terkait pendaftaran merek secara internasional. Hal inilah dianggap menjadi kendala bagi para pengusaha lokal yang ingin *go internasional* dalam menembus pangsa pasar luar negeri karena sistem pendaftaran merek yang bermuara pada perlindungan merek masih didasarkan pada batas wilayah suatu negara. Artinya, jika pengusaha menginginkan mereknya mendapatkan perlindungan secara internasional

maka merek tersebut harus didaftarkan pada setiap negara. Hal ini dirasakan sangat sulit, lantaran dapat memakan waktu serta biaya besar. Oleh sebab itu, dengan adanya penerapan pendaftaran internasional dari merek maka berarti telah melahirkan suatu sistem baru dalam pendaftaran merek. Dengan kata lain dapat memberikan kepastian hukum yang lebih kuat.

Peraturan yang komprehensif sangat dibutuhkan dalam rangka terciptanya suatu kepastian dan perlindungan hukum yang kuat, terlebih lagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi dan perdagangannya pada produk-produk yang dihasilkan atas dasar hasil intelektual manusia. Atas dasar itulah, revisi undang-undang merek perlu dilakukan, mengingat merek memegang peranan penting dalam proses kegiatan ekonomi dan juga perdagangan.

Sebenarnya pengaturan internasional HKI merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem pengaturan HKI Indonesia. Secara tidak langsung keikutsertaan Indonesia dalam meratifikasi konvensi tentang World Trade Organization (WTO) yang mencakup pula persetujuan tentang aspek-aspek dagang dari HKI (TRIPs), telah menuntut Indonesia untuk melaksanakan dan mematuhi isi dari perjanjian internasional tersebut. Selain itu, juga memuat kewajiban Indonesia untuk menyesuaikan undang-undang merek yang berlaku dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam perjanjian internasional yang telah diratifikasi tersebut.

Tidak dapat dipungkiri bahwa era globalisasi telah membuka peluang semua negara di dunia untuk dapat mengetahui potensi, kemampuan serta kebutuhan dari masing-masing pihak. Terlebih lagi, globalisasi telah membawa akibat pada tolak ukur utama hubungan antarbangsa atau negara tidak lagi bersifat ideologis, melainkan ekonomi, yakni berupa keuntungan atau hasil nyata apa yang dapat diperoleh dari adanya hubungan tersebut,<sup>37</sup> dengan aspek yang timbul dari sistem ekonomi tersebut adalah masalah produk yang

pemasarannya tidak lagi terbatas pada satu negara melainkan telah mendunia atau mengglobal.

Hal inilah yang kemudian melatarbelakangi perlu adanya standar kualitas dan persaingan yang *fair*, supaya terhindar dari produk-produk industri palsu berdasarkan pada kesepakatan-kesepakatan dunia internasional. Oleh sebabnya, Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek perlu segera direvisi terkait pendaftaran secara internasional. Seharusnya undang-undang merek telah memuat aturan mengenai pendaftaran internasional sebagaimana diatur dalam *Madrid Agreement* dan protokolnya karena Indonesia telah menjadi anggota WIPO dan konvensi Paris sejak tahun 1979. Namun sayangnya, peraturan yang demikian belum ditemukan dalam ketentuan hukum merek saat ini sehingga revisi Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek perlu segera dilakukan dengan memasukkan ketentuan mengenai pendaftaran merek secara internasional.

Pencantuman mengenai ketentuan pendaftaran merek secara internasional penting diatur di dalam undang-undang merek, mengingat pengaturan tersebut akan memberikan jaminan serta kepastian hukum bagi para pemilik merek. Selain itu, harmonisasi hukum nasional dengan hukum internasional dalam bidang HKI khususnya merek merupakan suatu keharusan bagi semua negara di dunia. Secara tidak langsung hal ini sudah menjadi konsekuensi logis bagi Indonesia yang telah meratifikasi TRIPs *Agreement* dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing The World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia).

## Penutup

Pada era globalisasi saat ini yang ditandai dengan masuknya Indonesia ke dalam *free trade area*, sejalan juga dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia telah menyebabkan peranan merek menjadi sangat penting. Di dalam bidang HKI kesamaan barang dan jasa yang diperdagangkan lintas negara memerlukan adanya konsep dan standar hukum perlindungan yang sama. Inilah yang mendasari pentingnya ratifikasi *Madrid Protocol* bagi Indonesia khususnya dalam menghadapi

<sup>37</sup> Supanto, "Globalisasi Produk dan Perlindungan Hukumnya", <http://supanto.staff.hukum.uns.ac.id/2010/01/08/globalisasi-produk-dan-perlindungan-hukumnya/>, diakses 14 Juli 2010.

tantangan *free trade area* dewasa ini karena perlindungan atas merek sangat dibutuhkan, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang *fair* dan mencegah timbulnya plagiat.

Keharusan Pemerintah Indonesia untuk segera meratifikasi *Madrid Protocol* secara tidak langsung telah menimbulkan sikap pro dan kontra di kalangan masyarakat. Namun, terlepas dari perdebatan tersebut, Indonesia sekiranya patut untuk bercermin kepada negara tetangga yang telah memulai sistem ini sehingga nantinya dapat dijadikan acuan untuk pendaftaran *e-register* bagi negara ASEAN yang pada dasarnya sudah mengetahui konsep *Madrid Protocol*. Selain itu, masuknya Indonesia sebagai anggota ASEAN, mau tidak mau mengharuskan Indonesia bersama dengan anggota ASEAN lainnya paling lambat tahun 2015 untuk segera meratifikasi *Madrid Protocol*, hal ini terkait dengan kesepakatan bersama anggota ASEAN untuk masuk ke dalam *Asean Economic Community 2015*.

Memperhatikan keuntungan-keuntungan yang ditawarkan oleh *Madrid Protocol*, terutama dalam memberikan fasilitas serta kepastian hukum bagi para pelaku usaha dalam negeri yang ingin mendaftarkan mereknya secara internasional pada negara tujuan ekspor dengan biaya yang murah, mudah serta efisien, sudah saatnya Indonesia untuk melihat ini sebagai sebuah kesempatan. Melalui *Madrid Protocol* diharapkan merek nasional kita dapat bersaing dengan merek-merek asing mengingat tidak menutup kemungkinan juga akan menimbulkan banyaknya permohonan pendaftaran merek asing yang ditujukan ke Indonesia. Hal ini akan memberikan banyak keuntungan bagi Indonesia, terutama jika dilihat dari penerimaan negara bukan pajak sehingga akan meningkatkan kas devisa negara. Oleh karenanya, langkah Indonesia untuk meratifikasi *Madrid Protocol* perlu didukung oleh banyak pihak.

Selain itu, pemerintah sudah saatnya merevisi Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dengan mencatumkan ketentuan mengenai pendaftaran merek secara internasional. Standardisasi hukum tentu diperlukan terlebih di era globalisasi di mana sinkronisasi

hukum nasional dalam bidang merek dengan ketentuan internasional seperti *Madrid Protocol* secara tidak langsung akan menjadi daya tarik masuknya investasi asing ke Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Djumahana, Muhammad dan R. Djubaedillah. 2003. *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Maulana, Insan Budi. 1997. *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Muhammad, Abdulkadir. 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Riswandi, Budi Agus. 2009. "Ratifikasi Protokol oleh Indonesia: Keuntungan Apakah Yang Dapat Diraih?". *Jurnal Hukum Bisnis*, 28 (2).
- Subroto, Ahkam dan Suprapedi. 2005. *Eksplorasi Konsep Kekayaan Intelektual Untuk Peningkatan Inovasi*. Jakarta: LIPI Press.
- Syafrinaldi. 2009. "Urgensi dan Permasalahan Harmonisasi Undang-Undang Merek Terhadap Protokol Madrid", *Jurnal Hukum Bisnis*, 28 (2).
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek, Lembaran Negara Republik Indonesia No. 110 Tahun 2001, Tambahan Lembaran Negara No. 4131.

## Internet

- Pengertian Merek, <http://id.wikipedia.org/wiki/merek>, diakses 21 Juni 2010.
- The Madrid Protocol*, <http://langkahkecilkaki.blogspot.com/2010/02/madrid-protocol.html>, diakses 10 Juli 2010.
- Supanto, "Globalisasi Produk dan Perlindungan Hukumnya", <http://supanto.staff.hukum.uns.ac.id/2010/01/08/globalisasi-produk-dan-perlindungan-hukumnya/>, diakses 14 Juli 2010.
- Syekhu, "Tinjauan Hukum Terhadap Penerapan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek Atas Pemalsuan Merek Terkenal", <http://jaringskripsi.wordpress.com/2009/09/25/tinjauan-hukum-terhadap-penerapan-undang-undang-nomor-15-tahun-2001-tentang-merek-atas-pemalsuan-merek-terkenal-2/>, diakses 16 Agustus 2010.