

PITPAGANDA SEBAGAI PENUNJANG PERDAGANGAN DAN KARYA INTELEKTUAL BERKATEGORI MEREK

Dyah Retno Pitasari¹

ABSTRACT

Efforts to rising the intellectual property that support the trade is mean for the living. Pitpaganda not only object whose selling and buy for advertisement propaganda, but needs law protection. Therefore, need to be registered as trademark so get goods trademark and or services trademark certificate so can use pitpaganda according to the trademark law.

Keywords: pitpaganda, law protection, trademark rights

INTISARI

Usaha untuk meningkatkan hasil ciptaan intelektual yang menunjang perdagangan sangat diperlukan. Munculnya pitpaganda tidak hanya sekadar barang yang diperjualbelikan untuk propaganda iklan, namun perlu aspek perlindungan hukum. Untuk itu, perlu adanya pendaftaran hak merek untuk mendapat sertifikat hak merek barang dan/atau hak merek jasa dan menggunakan pitpaganda sesuai dengan peraturan tentang merek.

Kata kunci: pitpaganda, perlindungan hukum, hak merek

¹ Dosen Fakultas Hukum Universitas Halmahera, korespondensi pada retnopitasari@gmail.com.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan manusia semakin kompleks. Semua berlomba untuk mendapatkan kebutuhannya. Sedangkan alat teknologi atau pemuas kebutuhan lain seringkali tidak mencukupi, bahkan belum lahir menjawab kebutuhan manusia. Hanya orang-orang tertentu yang bisa menciptakan suatu kreativitas yang belum tentu bisa dilahirkan oleh orang lain. Hak Kekayaan Intelektual merupakan salah satu cara seseorang yang telah menciptakan sesuatu hasil ciptaan mendaftarkan ciptaannya tersebut agar diakui dan dilindungi secara hukum. Hasil ciptaan tersebut tentunya yang telah terwujud nyata, dapat dilihat, diraba atau dirasakan dengan panca indera. Hasil ciptaan tersebut harus sudah dapat dinikmati oleh orang banyak.

Seperti halnya pitpaganda, sebuah karya anak negeri, dari Yogyakarta, merupakan hasil hak atas kekayaan intelektual. Pitpaganda ini merupakan kreativitas yang berupa kendaraan darat, yaitu sepeda. Sepeda tersebut telah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga bisa membawa papan iklan untuk dibawa bersepeda keliling daerah-daerah tertentu di Yogyakarta.

Munculnya pitpaganda ini adalah untuk mengurangi polusi mata akibat baliho-baliho iklan yang bertebaran di banyak badan jalan. Sering merusak pemandangan, dan merusak fasilitas umum tentunya. Pitpaganda ini menawarkan iklan yang lebih ramah lingkungan. Menggunakan sepeda,

yang dikendarai seseorang yang membawa iklan, berupa iklan barang, jasa, atau iklan suatu acara. Orang yang mengendarainya sebelumnya dibekali pengetahuan yang cukup tentang iklan yang diusungnya. Hal ini memberikan kesempatan pengendara pitpaganda lebih komunikatif dengan para calon konsumennya.

Sudah barang tentu hasil karya pitpaganda yang merupakan ciptaan dari hak kekayaan intelektual wajib diakui dan juga dilindungi oleh negara. Pengakuan suatu hasil karya tersebut agar masyarakat lain bisa menikmati iklan yang dibawa olehnya, selain iklan-iklan lain yang ditawarkan yang ditempel di baliho di badan jalan atau di fasilitas lain. Jadi masyarakat semakin familiar dengan moda transportasi sepeda yang telah dimodifikasi untuk mengantar dan memperkenalkan iklan yang dibawanya. Perlindungan hukum tak kalah penting untuk hasil ciptaan seperti pitpaganda ini. Seseorang yang mendaftarkan hasil ciptaannya ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) pastinya melakukan pendaftaran tujuan utamanya adalah rasa aman dan nyaman. Rasa aman dan nyaman ini lebih dikarenakan pendaftaran hasil ciptaan yang apabila telah disetujui menjadi hak milik-propertynya yang bisa diperjualbelikan, mendapat keuntungan. Konsumen dan pengguna juga mengenali produk tersebut adalah ciptaannya dan hukum memberikan perlindungan hukum berupa jaminan selama waktu tertentu dan hak untuk menuntut apabila ada

orang lain yang meniru atau mengubah hasil ciptaan tersebut tanpa seizin pencipta aslinya.

Penulis merasa bahwa pencetus pitpaganda ini wajib dilindungi secara hukum. Hal ini dikarenakan belum tentu ada orang lain yang mempunyai ide untuk menjual iklan dengan bersepeda selain dipasang di pinggir jalan, atau fasilitas umum seperti sarana penjualan iklan pada umumnya. Ide tersebut sudah berupa hasil karya cipta yang bisa dilihat dan dirasakan manfaatnya oleh orang lain. Polusi mata berkurang, sarana, prasarana dan fasilitas umum menjadi sedikit bersih dari iklan-iklan yang bertebaran. Ide tersebut menjadi berbeda karena selain sepeda, ada modifikasi tambahan roda untuk memuat papan iklan. Manfaat sepeda juga selain untuk berolah raga tapi juga dapat mendatangkan keuntungan dari menjual iklan suatu produk barang, jasa, atau sebuah acara tertentu. Sepeda itupun sudah diberi nama oleh pemiliknya, Pitpaganda. Agar tidak ada orang lain yang mendompleng popularitasnya, meniru hasil ciptaannya tersebut demi mendapatkan keuntungan sepihak dan tanpa seizin pemilik pitpaganda, maka wajib bagi pemilik pitpaganda untuk mendaftarkan pitpaganda ke Direktorat Jenderal HKI di Kementerian Hukum dan HAM daerah yogyakarta. Jika sudah mendapatkan legalitas HKI, maka terhadap pelaku kejahatan yang memperjualbelikan atau meniru tanpa izin, pemilik berhak melakukan penuntutan secara hukum dan juga bisa meminta pengadilan

mengeluarkan surat perintah untuk menghentikan secara paksa, menyita dan/atau menghancurkan penjualan atau penggunaan produk sejenis yang bukan miliknya.

Dari uraian di atas, penulis memberikan rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Hak atas Kekayaan Intelektual apa yang bisa memberikan perlindungan terhadap Pitpaganda ini? Bagaimana cara dan proses pendaftarannya?

PEMBAHASAN

A. Hak atas Kekayaan Intelektual

Hak atas kekayaan intelektual meliputi dua kategori utama. Pertama hak cipta dan hak terkait, kedua paten. Paten terbagi lagi menjadi paten, merek, desain industri, rahasia dagang, desain tata letak sirkuit terpadu. Hak cipta dalam UU No. 28 Tahun 2014 adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hak terkait adalah hak yang berkaitan dengan hak cipta yang merupakan hak eksklusif bagi pelaku pertunjukan, produser fonogram, atau lembaga penyiaran. Paten menurut UU No. 13 Tahun 2016 adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan

persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya. Merek dalam UU No. 15 Tahun 2001 adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Rahasia dagang menurut UU No. 30 Tahun 2000 adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang. Desain industri menurut UU No. 31 Tahun 2000 adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.

B. Merek

Berkaitan dengan perdagangan barang dan jasa, lebih difokuskan kepada merek. Merek merupakan suatu tanda pembeda atas barang atau jasa bagi satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Ada beberapa tanda yang tidak boleh dijadikan merek, yakni:

1. Tanda yang tidak memiliki daya pembeda, misalnya hanya sepotong garis, garis yang sangat rumit
2. Tanda yang bertentangan dengan

kesusilaan dan ketertiban umum, misalnya gambar porno atau gambar yang menyinggung perasaan keagamaan

3. Tanda berupa keterangan barang, misalnya merek kacang untuk produk kacang
4. Tanda yang telah menjadi milik umum, misalnya tanda lalu lintas
5. Kata-kata umum, misalnya kata rumah atau kota

Sejarah perdagangan menunjukkan bahwa merek semula digunakan dalam perdagangan sebagai tanda pemilikan atas barang. Hal ini bisa ditemukan pada praktek menandai barang yang akan dikirim melalui laut agar memudahkan identifikasi pada saat terjadi kecelakaan. Setelah ekonomi dunia berkembang, kegiatan perdagangan tidak hanya terjadi di dalam lingkup wilayah negara atau kumpulan negara tertentu, namun berkembang secara global sehingga timbul kebutuhan pengaturan hukum akan merek secara global. Pertumbuhan perdagangan yang melibatkan antar negara yang terlibat secara global menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dan kebutuhan akan hukum merek semakin nyata dalam masyarakat.

Merek merupakan hak kekayaan immateriil, yang artinya perwujudan dari hak merek itu sendiri yang kemudian ditempelkan pada produk atau jasa. Hak merek adalah sesuatu yang ditempelkan pada suatu produk. Merek bukan produk itu sendiri. Karena setelah barang dibeli, yang dinikmati oleh pembeli bukanlah merek

melainkan benda materinya. Namun karena perlekatan merek terhadap barang dan/atau jasa tersebut yang memberi kualitas pada barang dan/atau jasa tersebut sehingga konsumen lebih memilih produk dengan merek yang familiar-sudah terkenal kualitasnya dibandingkan produk dengan merek lain.

C. Klasifikasi Merek

Merek sendiri terbagi menjadi tiga kategori, yaitu merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum yang membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Sedangkan merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Merek dagang mempunyai pengkategorian barang yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang bagi Pendaftaran Merek. Kelas barang terbagi menjadi 34 kelas dimulai dari bahan kimia, sampai dengan tembakau

dan barang keperluan perokok diatur di kelas barang. Yang termasuk dalam kelas 12 adalah kendaraan-kendaraan, udara atau air, aparat untuk bergerak di darat. Selain Kelas barang, juga diatur tentang kelas jasa yang dimulai dengan kelas 35 yang terdiri dari periklanan, manajemen usaha, administrasi usaha, dan fungsi-fungsi kantor. Kelas jasa berakhir sampai kelas 42 yang terdiri dari penyediaan makanan dan minuman, perawatan medis, jasa-jasa pelayanan hukum, atau jasa-jasa yang tidak dapat dimasukkan dalam kelas-kelas lain.

D. Pendaftaran Hak atas Merek

Perlindungan hak merek diperoleh setelah dilakukan pendaftaran merek. Merek yang sudah didaftarkan disebut Merek Terdaftar, sering disimbolkan dengan tanda ® atau ™.

Prosedur permohonan pendaftaran merek:

1. Permohonan pendaftaran merek diajukan dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan untuk itu dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap 4 (empat)
2. Pemohon wajib melampirkan:
 - a. Surat pernyataan di atas kertas bermaterai cukup yang ditandatangani oleh pemohon (bukan kuasanya), yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan adalah miliknya
 - b. Surat kuasa khusus, apabila permohonan pendaftaran diajukan melalui kuasa

- c. Salinan resmi akta pendirian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisasi oleh notaris, apabila pemohon badan hukum
- d. 24 (dua puluh empat) lembar etiket merek (empat lembar dilekatkan pada formulir) yang dicetak di atas kertas
- e. Fotokopi kartu tanda penduduk pemohon
- f. Bukti prioritas asli dan terjemahannya dalam bahasa Indonesia, apabila permohonan dilakukan dengan hak prioritas; dan
- g. Bukti pembayaran biaya permohonan sebesar Rp. 450.000,- (empat ratus lima puluh ribu rupiah)

Pada dasarnya pendaftaran merek dilakukan dengan beberapa tahap. Tahapan pertama permohonan yang ditujukan secara tertulis kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI) di Kementerian Hukum dan HAM. Tahap kedua Dirjen HKI melakukan pemeriksaan kelengkapan persyaratan pendaftaran merek. Apabila syarat administrasi telah dilengkapi, maka terhadap permohonan diberikan tanggal penerimaan. Tahap berikutnya adalah pemeriksaan substantif selama 9 (sembilan) bulan, apakah memiliki persamaan pada pokoknya/keseluruhannya atau tidak terhadap merek barang dan/atau jasa yang lain, isinya tidak menyalahi kesusilaan dan ketertiban umum maka

diumumkan dalam berita resmi merek. Pengumuman permohonan dikeluarkan paling lambat 10 (sepuluh) hari setelah permohonan pendaftaran disetujui dan telah melalui tahapan pemeriksaan administratif dan pemeriksaan substantif, diumumkan kepada khalayak ramai. Apabila tidak ada keberatan, maka Dirjen HKI mengeluarkan sertifikat merek.

Perlindungan hukum diberikan kepada merek terdaftar untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. Permohonan perpanjangan dapat diajukan secara tertulis oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi merek terdaftar yang bersangkutan. Kepada pemilik merek terdaftar mempunyai hak untuk menuntut ke Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri setempat jika menemukan adanya pengguna merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya. Tuntutan secara hukum tersebut berupa gugatan ganti rugi dan/atau penarikan dan penghentian proses produksi dan pemasaran merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya tersebut.

Pengalihan hak merek dapat dilakukan melalui pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, atau sebab lain yang dibenarkan oleh undang-undang. Pengalihan dilakukan disertai dokumen pengalihan hak dan dilakukan pencatatan di dalam Daftar Umum

Merek oleh kantor merek. Pengalihan yang tidak dicatatkan tidak akan berakibat hukum kepada pihak ketiga. Pengalihan ini bertujuan melindungi kepentingan pihak ketiga yang telah menerima pengalihan atas hak merek dari pemilik merek terdaftar terdahulu.

Sanksi yang dijatuhkan apabila kedapatan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya terdapat dalam Pasal 90 UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek yang telah dicatat dalam Lembaran Negara RI Tahun 2001 No. 110, adalah pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak satu miliar rupiah. Yang dengan sengaja menggunakan merek yang sama pada pokoknya dipidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak delapan ratus juta rupiah.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Penulis menggunakan pendekatan Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 tentang Merek yang telah dicatatkan dalam Lembaran Negara RI Tahun 2001 No. 110 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4131 sebagai pendekatan penulisan ini.

ANALISIS

Pitpaganda yang merupakan moda transportasi yang bertujuan untuk usaha promosi iklan ini awalnya merupakan ide seorang anak bangsa berasal dari Yogyakarta, bernama Jamaluddin Latif. Berawal dari komunitas sepeda di Yogyakarta, *Hub for Cyclist* yang beraksi bersih sampah dan membuat pasar *ijolan sampah* (tukar sampah). Idenya yang ingin mengurangi polusi mata akan pengerusakan fasilitas umum dan penempelan iklan-iklan di bahu jalan membuatnya mencetuskan pitpaganda, sepeda yang dimodifikasi untuk membawa papan iklan yang ditawarkan dengan berkeliling daerah-daerah yang ditawarkan dimulai dari tahun 2013.

Pencipta pitpaganda wajib mendaftarkan hak kekayaan intelektualnya agar mendapatkan pengakuan dan perlindungan hukum yang pasti. Pitpaganda karya Jamaluddin Latif dan dibantu pak Arif Dagadu ini bisa dikatakan masuk dalam pengkategorian Hak Merek. Hal ini dapat dilihat dari pengertian merek dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Dari faktor nama, pitpaganda merupakan kata yang unik. Pit adalah sepeda dalam bahasa Jawa. Paganda merupakan singkatan dari propaganda yang berarti 1) penerangan (paham, pendapat, dan sebagainya) yang benar atau salah yang dikembangkan

dengan tujuan meyakinkan orang agar menganut suatu keyakinan, sikap, atau arah tindakan tertentu 2) cek reklame (seperti menawarkan barang dagangan, dan sebagainya). Nama tersebut muncul dari ide yang berwujud dalam bentuk sepeda yang telah dimodifikasi untuk usaha promosi iklan. Nama tersebut belum tentu semua orang bisa menciptakannya, apalagi sampai berwujud pada benda fisiknya. Hak merek diberikan pada tanda yang memiliki daya pembeda, pitpaganda memiliki daya pembeda. Belum ada ide lain yang mengusung kendaraan sepeda untuk promosi iklan. Kalaupun ada kendaraan pengusung iklan itu lebih pada kendaraan mobil yang tidak melulu digunakan untuk promosi, sifatnya hanya sementara dan tidak berkelanjutan. Pitpaganda juga digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa, yaitu sebagai penghubung antara produsen yang memberikan iklan dengan konsumen calon pengguna barang atau jasa yang ditawarkan melalui iklan yang dibawa pitpaganda.

Berbagai manfaat yang ditawarkan pitpaganda selain solusi penawaran iklan yang berbeda dengan yang lain sehingga lebih menarik calon konsumen, polusi mata berkurang dan ada variasi atribut atau pakaian daerah yang dikenakan pengendara pitpaganda. Selain itu, lebih komunikatif, maksudnya adalah para calon konsumen bisa berkomunikasi menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan iklan tersebut. Tentu saja

sebelumnya pengendara pitpaganda telah dibekali pengetahuan yang cukup tentang iklan yang dibawanya.

Fungsi pendaftaran adalah diperolehnya surat pendaftaran ciptaan yang dapat dijadikan sebagai alat bukti awal di pengadilan apabila timbul sengketa di kemudian hari terhadap ciptaan tersebut. Melihat pertimbangan-pertimbangan di atas, maka layaklah bagi Jamaluddin Latif, pemilik pitpaganda untuk mendaftarkan hasil ciptaannya yang merupakan kekayaan intelektual, dalam hal ini merek. Hak merek atas pitpaganda ini didaftarkan kepada Dirjen HKI di bawah Kementerian Hukum dan HAM. Prosedurnya dimulai dengan mengisi permohonan pendaftaran hak merek. Permohonan merek bisa dilakukan atas nama pribadi atau bersama-sama dengan pak Arif, karena pak Arif yang merealisasi modifikasi dua roda di belakang untuk meletakkan papan baliho iklan. Permohonan ini bisa diajukan secara pribadi atau bisa dikuasakan. Permohonan ini bisa berdasar merek barang dengan Kelas 12 atas klasifikasi kendaraan, dan/atau merek jasa Kelas 35 dengan klasifikasi periklanan. Permohonan bisa dilakukan dengan memilih salah satu kelas merek barang atau merek jasa saja, atau bisa keduanya sekaligus. Tugas Dirjen HKI setelah menerima permohonan adalah melakukan pemeriksaan. Pemeriksaan di sini ada dua tahapan. Pemeriksaan administratif dan pemeriksaan substantif. Pemeriksaan administratif adalah kelengkapan berkas tentang pemohon dan barang atau jasa yang akan

didaftarkan untuk mendapat hak merek. Sedangkan pemeriksaan substantif adalah pemeriksaan terhadap merek yang dimohonkan pendaftarannya. Pemeriksaan ini akan menentukan apakah permohonan pendaftaran merek dapat diterima atau ditolak.

Sepuluh hari setelah pemeriksaan substantif berakhir dan disetujui, maka proses pengumuman berlangsung selama 3 (tiga) bulan. Menanti jika ada pihak yang berkeberatan dengan merek yang dimohonkan pendaftarannya. Jika keberatan diterima, Dirjen HKI memberitahukan secara tertulis pada pemohon bahwa permohonannya ditolak. Namun kebalikannya, jika keberatan tidak dapat diterima, permohonan disetujui untuk didaftar dalam Daftar Umum Merek. Yang kemudian proses terakhir adalah penerbitan sertifikat hak merek oleh Dirjen HKI yang di dalamnya memuat nama dan alamat lengkap pemilik merek dan kuasa, tanggal pengajuan, etiket merek, nomor dan tanggal pendaftaran, kelas dan jenis barang dan/atau jasa yang mereknya didaftar, dan jangka waktu berlakunya pendaftaran merek.

Pitpaganda setelah mendapatkan sertifikat hak merek berhak mendapat pengakuan dan perlindungan hukum. Pengakuan terkait hak moral seorang pemegang merek. Hak moral merupakan hak pribadi yang berkelanjutan dari pencipta terkait kreasi intelektual mereka. Hak moral meliputi hak membuka rahasia, hak atribusi, hak menjaga integritas dan hak retraksi manakala terdapat pelanggaran.

Dengan adanya hak moral, maka seorang pencipta pitpaganda, seperti Jamaluddin Latif berhak membuka rahasia kepada siapapun tentang merek ciptaannya, dapat memperbanyak, menjual, melisensikan kepada pihak lain jasa iklan dengan menggunakan mereknya, ia pun dapat menuntut di muka pengadilan jika menemukan adanya indikasi peniruan tanpa izin darinya, serta meminta hakim menghentikan segala aktivitas merek yang sama pada pokoknya atau sama keseluruhannya. Perlindungan hukum selain hak menuntut di muka pengadilan, Jamaluddin Latif pun berhak mendapat masa perlindungan 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu tersebut dapat diperpanjang. Hak ini sangat mempengaruhi hak untuk mendapat keuntungan dari penggunaan merek pitpaganda yang sudah mendapat sertifikat hak merek.

PENUTUP

Pitpaganda merupakan merek karena dapat dilihat dari penamaan yang memiliki daya pembeda dan dipergunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa dalam hal perantara produsen melalui iklan yang diusungnya dengan pitpaganda. Pitpaganda ini bisa didaftarkan dengan dua kelas. Yang pertama kelas barang nomor 12 yaitu kendaraan untuk bergerak di darat dan/atau kelas jasa nomor 35 yaitu periklanan. Walaupun 2 (dua) kelas namun bisa dimohonkan dalam satu permohonan hak atas merek yang sama.

Pengakuan dan perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual sangat penting adanya bagi keberlangsungan hasil ciptaan seseorang yang dapat dinikmati dan bermanfaat bagi orang lain. Pengakuan dan perlindungan hukum ini didapat apabila sudah melakukan permohonan pendaftaran ke Dirjen HKI di bawah Kementerian Hukum dan HAM. Apabila setelah lolos seleksi pemeriksaan administratif, pemeriksaan substantif, maka dilakukan pengumuman yang kemudian disetujui dan dikeluarkan sertifikat hak merek.

Pemilik pitpaganda bebas memperjualbelikan mereknya jika sudah mendapat sertifikat hak merek sepanjang tidak menyalahi aturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Perlindungan hukum pun didapat melalui jangka waktu 10 (sepuluh) tahun yang diberikan dan dapat diperpanjang lagi, hal ini berguna dalam hal mengenalkan lebih jauh lagi pitpaganda serta dapat memperluas merek pitpaganda tidak hanya terbatas di daerah Yogyakarta, namun hingga ke daerah-daerah seluruh Indonesia.

Daftar Pustaka

Buku

Firmansyah, Hery, 2011, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek, Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.

Litaay, Theofransus, 2007, *Hak Kekayaan Intelektual*, Widya Sari, Salatiga.

Marzuki, Peter Mahmud, 2013, *Penelitian Hukum*, Penerbit Kencana, Jakarta.

Sutedi, Adrian, 2009, *Hak Atas kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta.

Jurnal

Hawin, M, Edisi Khusus November 2011.

Kariodimedjo, Dina Widyaputri, *Perlindungan Hak Cipta, Hak terkait, dan Desain Industri*, *Jurnal Mimbar Hukum* Vol. 22, No.2, Juni 2010.

Kamus

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1990, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.

Internet

Kusuma, Wijaya, Pitpaganda, Gowes Sepeda Sambil Beriklan Keliling Kota Yogyakarta, editor laksono hari wiwoho, www.regional.kompas.com, diakses 20 September 2016.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 2001 dan Tambahan Lembaran Negara Nomor 4131).

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266 dan

Tambahan Lembaran Negara
Nomor 5599).

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016
tentang Paten (Lembaran Negara
Republik Indonesia Tahun 2016
Nomor 176 dan Tambahan
Lembaran Negara Nomor 5922).