



**DEWAN PERWAKILAN RAKYAT  
REPUBLIK INDONESIA  
LAPORAN SINGKAT  
PANITIA KHUSUS (PANSUS)  
RANCANGAN UNDANG-UNDANG TENTANG MEREK**

---

Tahun Sidang	: 2015-2016
Masa Persidangan	: I
Rapat ke	: 8
Jenis Rapat	: Rapat Dengar Pendapat (RDP) ke-2
Sifat Rapat	: Terbuka
Hari, tanggal	: Senin, 14 September 2015
Waktu	: 10.00 WIB s.d. Selesai
Tempat	: Ruang Rapat Pansus B, Gedung Nusantara II Lt. 3
Acara	: Masukan terhadap Rancangan Undang-Undang tentang Merek
Ketua Rapat	: Drs. Wenny Warouw
Sekretaris Rapat	: Drs. Uli Sintong Siahaan, M.Si
Hadir	: a. Anggota : 23 orang dari 30 Anggota Pansus b. Narasumber : - Ditjen Hukum dan Perjanjian Internasional Kementerian Luar Negeri. - Ditjen Pengawasan Barang dan Jasa Kementerian Perdagangan RI. - Ditjen Pengembangan Promosi dan Citra Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan RI.

## **I. PENDAHULUAN**

Rapat Dengar Pendapat (RDP) dengan Ditjen Hukum dan Perjanjian Internasional Kementerian Luar Negeri, Dirjen Pengawasan Barang Beredar dan Jasa Kementerian Perdagangan RI, Ditjen Pengembangan Promosi dan Citra Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan RI dibuka pada pukul 10.50 WIB dan rapat dinyatakan terbuka untuk umum.

## **II. KESIMPULAN/KEPUTUSAN**

**1. Ditjen Hukum dan Perjanjian Internasional Kementerian Luar Negeri** menyampaikan masukan/tanggapan terhadap Rancangan Undang-Undang tentang Merek, sebagai berikut :

- 1) Hal-hal yang diatur dalam berbagai instrument hukum internasional terkait dengan Merek dan Indikasi Geografis memuat aspek :
  - a. Definisi atau aspek-aspek yang menyebabkan suatu produk dapat memperoleh perlindungan Merek maupun GI;

- b. Mekanisme Pendaftaran, Penolakan, banding;
  - c. Aspek perlindungan yang harus diberikan Negara kepada pemegang Merek atau GI;
  - d. Lama Perlindungan Merek dan GI;
  - e. Kerjasama antar Negara dalam rangka Perlindungan Merek dan GI.
- 2) Mengenai GI, teks negosiasi RCEP menyediakan 2 sistem registrasi, yakni system legislasi Merek dan sistem *sui generis*. Namun demikian, mengingat bahwa RUU Merek sudah mengatur mengenai GI maka apabila RCEP menyetujui sistem dimaksud, kiranya Indonesia tidak akan kesulitan untuk menyesuaikan.
  - 3) RUU Merek mengajukan sejumlah perluasan definisi Merek yang mencakup ***bentuk 3 dimensi, suara, hologram***, atau *kombinasi dari dua atau lebih unsur-unsur tersebut*. Sedangkan dalam Undang-undang Merek, definisi Merek hanya mencakup "*tanda yang berupa gambar, nama, kata huruf-huruf, angka-angka susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut....*"
  - 4) Tidak ada perubahan jangka waktu perlindungan antara RUU Merek dan Undang-undang yang memberikan jangka waktu perlindungan selama 10 tahun dan setelahnya dapat diperpanjang dengan jangka waktu perlindungan yang sama. Mekanisme pendaftaran juga mengalami peningkatan dari sebelumnya dilakukan secara Non-Elektronik saja, ditambahkan Metode Elektronik berdasarkan RUU.
  - 5) Sesuai Pasal 114 IJEPA, tidak ada perbedaan substansi antara RUU Merek dengan IJEPA. IJEPA hanya memastikan *compliance* dan *good office* dalam pendaftaran dan perlindungan Merek, yang sudah diatur dalam RUU.
  - 6) Sesuai Pasal 7 IP Chapter AANZFTA, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan dengan RUU. AANZFTA malah menegaskan ketentuan-ketentuan kunci dalam RUU Merek seperti: Indikasi geografis harus dilindungi di bawah rezim Merek, Penegasan acuan kepada hukum nasional serta TRIPs dalam perlindungan Merek.
  - 7) Teks RCEP juga mendorong Negara anggota untuk bergabung ke dalam Protokol Madrid, yang merupakan salah satu bagian kunci dari implementasi RUU Merek.
  - 8) Sehubungan dengan semakin berkembangnya teknologi dan dinamika perekonomian global, maka berkembang pula metode, mekanisme dan aspek yang dapat dijadikan sebagai elemen pembeda produk. Perkembangan ini tentunya menuntun Negara dalam hal ini Pemerintah Indonesia untuk menyesuaikan diri dan menyediakan pengaturan yang tepat bagi perlindungan Merek dan GI.

- 9) Dengan menjadi pihak dari berbagai perjanjian internasional yang memuat ketentuan-ketentuan mengenai Merek dan GI, Indonesia wajib untuk menyesuaikan Undang –Undang Merek yang berlaku dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam perjanjian internasional yang telah diratifikasi tersebut.

**2. Dirjen Pengawasan Barang Beredar dan Jasa Kementerian Perdagangan RI** menyampaikan masukan/tanggapan terhadap Rancangan Undang-Undang tentang Merek, sebagai berikut :

Pengawasan Barang Beredar SNI wajib :

- a. Barang Produksi Luar Negeri (Wilayah Pabean RI) :
  - Label berbahasa Indonesia
  - Harus ada SPPT SNI dari Lembaga Sertifikat Produk (LS Pro)
  - Ada Surat Pendaftaran Barang (SPB) dan Nomor Pendaftaran Barang (NPB) dari DPMB, Ditjen SPK Kemendag.
- b. Barang Produksi Dalam Negeri.
  - Label berbahasa Indonesia
  - Harus ada SPPT SNI dari Lembaga Sertifikat Produk (LS Pro)
  - Ada Nomor Registrasi Produk (NRP) dari DPMB, Ditjen SPK Kemendag.

Parameter Pasar Dalam Negeri :

1. Standard
2. Label
3. Klausula Baku
4. Cara menjual
5. Cara iklan
6. Layanan Purna Jual

Manfaat Pengawasan :

Masyarakat : Memberikan kepastian mutu dan jaminan atas produk yang dikonsumsi sehingga tercipta perlindungan keamanan, keselamatan, kesehatan dan lingkungan bagi masyarakat.

Dunia Usaha : memastikan implementasi standar maupun ketentuan lain dalam memenuhi spesifikasi minimum yang berdampak pada pengembangan daya saing di dunia usaha.

**3. Ditjen Pengembangan Promosi dan Citra Dirjen Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan RI,** menyampaikan masukan/tanggapan terhadap Rancangan Undang-Undang tentang Merek, sebagai berikut :

Peraturan Presiden Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan

Pasal 21

Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional mempunyai **tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang promosi, pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor serta pelaku ekspor.**

#### Pasal 22

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21, Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional menyelenggarakan fungsi:

- a. perumusan kebijakan di bidang pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi;
- b. pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi;
- c. penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang penyelenggaraan promosi dagang dan kampanye pencitraan Indonesia;
- d. pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang penyelenggaraan promosi dagang dan kampanye pencitraan Indonesia;
- e. pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor dan pelaku ekspor serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi;
- f. pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional; dan
- g. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

**Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/7/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/8/2012**

#### Pasal 670

Direktorat Pengembangan Promosi dan Citra mempunyai **tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan pedoman, norma, standar, prosedur, dan kriteria serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan promosi dan citra.**

#### Pasal 671

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 670, Direktorat Pengembangan Promosi dan Citra menyelenggarakan fungsi:

- a. penyiapan perumusan kebijakan pengembangan promosi dan citra dengan negara-negara di kawasan Amerika, Eropa, Afrika, Timur Tengah, Asia, Australia, New Zealand dan Pasifik;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan pengembangan promosi dan citra dengan negara-negara di kawasan Amerika, Eropa, Afrika, Timur Tengah, Asia, Australia, New Zealand dan Pasifik;
- c. penyiapan penyusunan pedoman, standar, norma, prosedur dan kriteria kebijakan pengembangan promosi dan citra dengan negara-negara di kawasan Amerika, Eropa, Afrika, Timur Tengah, Asia, Australia, New Zealand dan Pasifik;
- d. penyiapan pemberian bimbingan teknis dan evaluasi pelaksanaan kebijakan pengembangan promosi dan citra dengan negara-

- negara di kawasan Amerika, Eropa, Afrika, Timur Tengah, Asia, Australia, New Zealand dan Pasifik; dan
- e. pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga Direktorat.

### **Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan**

Materi pokok dalam Bab XI Pengembangan Ekspor (Pasal 74 - Pasal 81) sebagai berikut :

- Pasal 74 :
  - Pemerintah melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha dalam rangka pengembangan ekspor untuk perluasan akses pasar bagi barang dan jasa produksi dalam negeri;
  - Pembinaan tersebut dapat berupa pemberian insentif, fasilitas, informasi peluang pasar, bimbingan teknis, serta bantuan promosi dan pemasaran untuk pengembangan ekspor;
  
- Pasal 75  
Untuk memperluas akses pasar bagi barang dan/atau jasa produksi dalam negeri, pemerintah dan/atau pemerintah daerah berkewajiban memperkenalkan barang dan/atau jasa dengan cara:
  - a. menyelenggarakan promosi dagang di dalam negeri dan/atau di luar negeri; dan/atau
  - b. berpartisipasi dalam promosi dagang di dalam negeri dan/atau luar negeri. Promosi dagang dapat berupa pameran dagang dan misi dagang.
  
- Pasal 76  
Pelaksanaan promosi dagang di luar negeri dilakukan berkoordinasi dengan perwakilan Republik Indonesia di luar negeri di negara terkait.
  
- Pasal 77  
Setiap penyelenggara pameran dagang dan peserta pameran dagang wajib memenuhi standar penyelenggaraan dan keikutsertaan dalam pameran dagang.
  
- Pasal 78
  - Pemberian fasilitas dan/atau kemudahan untuk pelaksanaan kegiatan pameran dagang yang dilakukan oleh pelaku usaha dan/atau lembaga selain pemerintah atau pemerintah daerah sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - Pemerintah dan pemerintah daerah saling mendukung dalam melakukan pameran dagang untuk mengembangkan ekspor komoditas unggulan nasional.
  
- Pasal 79
  - Selain promosi datang untuk memperkenalkan barang dan/atau jasa perlu didukung kampanye pencitraan Indonesia di dalam dan di luar negeri.
  - Pelaksanaan kampanye tersebut dapat dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, lembaga selain pemerintah dan pemerintah daerah dan/atau pelaku usaha secara sendiri atau bersama-sama.

- Pelaksanaan kampanye pencitraan Indonesia di luar negeri berkoordinasi dengan perwakilan Republik Indonesia di luar negeri di negara terkait.
- Pasal 80  
Pembentukan Badan Promosi Dagang di luar negeri untuk menunjang pelaksanaan promosi dagang ke luar negeri.

#### **Tanggapan/Masukan Umum atas RUU tentang Merek :**

1. Pada prinsipnya Kementerian Perdagangan menyambut baik rencana revisi atas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dimana di dalam RUU Merek ini telah dilakukan penyederhanaan dalam proses dan jangka waktu pengajuan permohonan merek sampai dengan diterbitkannya Sertifikat Merek, antara lain pengumuman permohonan semula 3 bulan (Pasal 22 ayat (1)) menjadi 2 bulan (Pasal 14 ayat (2)), dan pemeriksaan substansi semula 9 bulan (Pasal 18 ayat(3)) menjadi 5 bulan (Pasal 23 ayat (5)). Melalui penyederhanaan ini dapat mempercepat dan mendorong pelaku usaha Indonesia khususnya pelaku UKM untuk secara aktif mendaftarkan merek barang dan/atau jasa yang dihasilkannya guna menjamin adanya kepastian hukum saat mereka berusaha.
2. Memperhatikan kondisi geografis Indonesia dan kekayaan alam Indonesia yang sangat beragam, tidak menutup kemungkinan munculnya potensi-potensi baru terhadap indikasi geografis. Sesuai dengan ketentuan Pasal angka 6, untuk menjadi bahan pertimbangan bersama didalam RUU Merek ini diperlukan penambahan substansi mengenai peran aktif tidak hanya Pemerintah akan tetapi Pemerintah Daerah dan Masyarakat dalam hal menjaga dan melindungi agar karakteristik yang khas dan kualitas tertentu yang dipengaruhi faktor lingkungan geografis ini (faktor alam dan faktor manusia atau kombinasi) dapat tetap terjaga.
3. Penambahan substansi mengenai penetapan kawasan indikasi geografis melalui Program Nasional Indikasi Geografis menurut hemat kami merupakan langkah yang tepat dan sangat strategis, sesuai penjelasan kami sebelumnya, bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam memberikan perlindungan kekayaan intelektual melalui indikasi geografis. Sehubungan dengan ketentuan Pasal 53, dapat menjadi pertimbangan bersama mengenai kawasan indikasi geografis memiliki pengaturan lebih lanjut melalui Peraturan Presiden sehingga dapat mengakomodir di tingkat pusat dan daerah.

Terkait dengan persyaratan pendaftaran merek, dimana tidak menutup kemungkinan terjadinya keadaan kahar sebagaimana diatur dalam Pasal 11, menurut hemat kami perlu diberikan penjelasan lebih lanjut mengenai keadaan kahar. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kepastian terkait jangka waktu pengajuan kelengkapan persyaratan merek khususnya bagi pengajuan permohonan dengan hak prioritas.

### III. PENUTUP

Rapat Dengar Pendapat (RDP) Pansus Rancangan Undang-Undang tentang Merek ditutup pada pukul 12.30 WIB.

KETUA RAPAT,

  
DRS. WENNY WAROUW  
A-387