



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**PERLINDUNGAN HUKUM MELALUI PENDAFTARAN MEREK
DAGANG PADA PRODUK HASIL OLAH MAKANAN NANAS
MADU DI KABUPATEN PEMALANG BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG
MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

SKRIPSI

Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum

Oleh

**GANANG SUKMA PERMANA
8111411254**

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
SEMARANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : **“Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”** yang ditulis oleh Ganang Sukma Permana (NIM 8111411254), telah disetujui pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Mei 2018

Menyetujui
Dosen Pembimbing



Dr. Dewi Sulistianingsih, S.H., M.H.
NIP. 1980012125012001

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik
Fakultas Hukum UNNES



Dr. Martitah, M.Hum
NIP. 196205171986012001

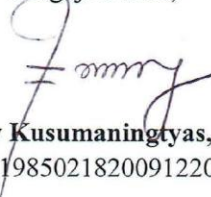
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : **“Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”** yang ditulis oleh Ganang Sukma Permana (NIM 8111411254), telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 25 Juli 2018

Penguji Utama,



Rindia Fanny Kusumaningtyas, S.H., M.H.

NIP. 198502182009122006

Penguji I



Andry Setiawan, SH, MH

NIP. 197403202006041001

Penguji II



Dr. Dewi Sulistianingsih, S.H., M.H.

NIP. 1980012125012001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Hukum UNNES



Dr. Rodyah, S.Pd., S.H., M.Si
NIP. 197206192000032001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ganang Sukma Permana

NIM : 8111411254

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”** adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari diketahui adanya plagiasi maka siap mempertanggungjawabkan secara hukum.

Semarang, 20 Mei 2018

Yang Menyatakan,



Ganang Sukma Permana

NIM. 8111411254

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Negeri Semarang, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ganang Sukma Permana
NIM : 8111411254
Program Studi : Ilmu Hukum (S1)
Fakultas : Hukum

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul : **“Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Negeri Semarang berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 20 Mei 2018

Yang menyatakan,



Ganang Sukma Permana

NIM. 8111411060

v

v

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Doa Ibu dikabulkan Tuhan, dan Kutukanya Jadi Kenyataan
(*KERAMAT; H.RHOMA IRAMA*)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung setiap proses dalam mewujudkan cita-cita.
2. Kakakku Tercinta Yudhistira Angga Permana.
3. Serta Adikku tercinta, Adhitya Rendra Permana.
4. Teman-teman Fakultas Hukum Unnes Angkatan 2011, terima kasih atas persahabatan, pelajaran, serta kekeluargaan selama ini.
5. Almamater.



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Judul yang penulis ajukan adalah Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

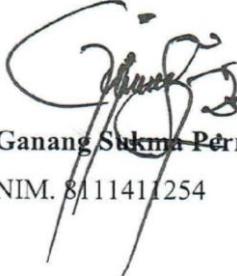
Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan studi strata I di jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Rodiyah Tangwun, S.Pd, S.H, M.Si., Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang atas izin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan bimbingan dan melakukan penelitian dalam menyelesaikan skripsi.
3. Dr.Martitah, M.Hum. Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang atas izin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan bimbingan dan melakukan penelitian dalam menyelesaikan skripsi.
4. Rasdi,S.Pd.,M.H. Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang atas izin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan bimbingan dan melakukan penelitian dalam menyelesaikan skripsi.
5. Tri Sulistiyono,S.H.,M.H. Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang atas izin yang diberikan kepada penulis untuk melakukan bimbingan dan melakukan penelitian dalam menyelesaikan skripsi.
6. Dr. Duhita Driyah Suprapti, S.H., Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, atas kemudahan administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sonny Supto Ajie, S.H., M.Hum., dosen wali yang telah memberikan motivasi untuk terus menyelesaikan kuliah saya selama menempuh studi.
8. Dr. Dewi Sulistianingsih, S.H., M.H., dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi.

9. Seluruh dosen Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bekal ilmu dan kekeluargaan kepada penulis selama menempuh studi.
10. Orang tuaku, kakakku, adikku, yang memberikan dukungan, doa, semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Kawan-kawan seperjuangan angkatan 2011 Fakultas Hukum, terimakasih buat semua pembelajarannya, semoga kalian sukses dimanapun sekarang berada.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya mudah-mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua.

Semarang, 20 Mei 2018
Penulis,



Ganang Sukma Permana
NIM. 8111411254

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

ABSTRAK

Permana, Ganang Sukma. 2018. *Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Skripsi, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Dr. Dewi Sulistianingsih, SH., M.H.

Kata Kunci: Merek Dagang, Hasil Olah Makanan : Nanas Madu, Perlindungan Hukum

UMKM merupakan suatu wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Untuk mengatasi hal tersebut, maka suatu daerah dapat distimulasi untuk mengembangkan merek kolektif yang dimungkinkan dan diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Penelitian ini memiliki dua rumusan masalah; (1) Bagaimana Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis? (2) Upaya apa saja yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Pemalang untuk meningkatkan pendaftaran merek dagang produk hasil olahan nana madu di Kabupaten Pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis sosiologis dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2003:3)

Hasil penelitian menunjukkan, (1). Perlindungan hukum yang diberikan yakni ada dua yang pertama adalah perlindungan hukum Preventif yakni untuk mencegah terjadinya sengketa kedua adalah perlindungan hukum Represif supaya sengketa bisa doselesaikan secara Litigasi dan nonlitigasi, (2). Upaya perlindungan hukum yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Pemalang untuk meningkatkan pendaftaran Merek Dagang produk hasil olahan makanan yakni mengadakan Sosialisasi rutin 1 tahun sekali supaya bisa melakukan pengawasan dan pembinaan secara intensif.

Simpulan dari hasil penelitian (1). Perlindungan Hukum yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Pemalang ialah melindungi dari pemalsuan Merek Dagang yang sudah didaftarkan sebelumnya, (2). upaya yang dilakukan oleh Kabupaten Pemalang yakni melakukan penyuluhan secara rutin kepada para produsen untuk mendaftarkan Merek Dagang mereka. Peneliti memberikan saran antara lain: Pemerintah harus melindungi dan menindak tegas setiap produsen yang sudah mendaftarkan Merek Dagangnya dan yang memalsukan Merek Dagang, Upaya yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan pendaftaran Merek Dagang lebih dioptimalkan dan penyuluhan dilakukan secara merata.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI..	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	
1.5.1 Secara Teoritis.....	9

1.5.2 Secara Praktis.....	10
---------------------------	----

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Tinjauan Konseptual.....	17
2.3.1 Teori Umum Tentang Kekayaan Intelektual	17
2.3.1.1 Sejarah dan Perkembangan Kekayaan Intelektual	17
2.3.1.2 Pengertian Kekayaan Intelektual secara Umum	19
2.3.1.3 Arti Penting Kekayaan Intelektual	21
2.3.1.4 Ruang Lingkup Kekayaan Intelektual.....	22
2.3.2 Pengertian Hak atas Merek	23
2.3.2.1 Pengertian Hak atas Merek dan Pemilik Merek ..	23
2.3.2.2 Jenis dan Bentuk Merek	24
2.3.3 Tinjauan tentang Usaha Makro Kecil Menengah	26
2.3.3.1 Pengertian UMKM	26
2.2.3.2 Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah	28
2.3.4 Dasar Hukum Perlindungan Merek	29
2.3.4.1 Konvensi Internasional	29
2.3.4.2 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016	31
2.4 Kerangka Berfikir.....	36

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Spesifikasi Penelitian.....	38
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5	Validitas Data.....	41
3.6	Metode Analisis Data.....	42

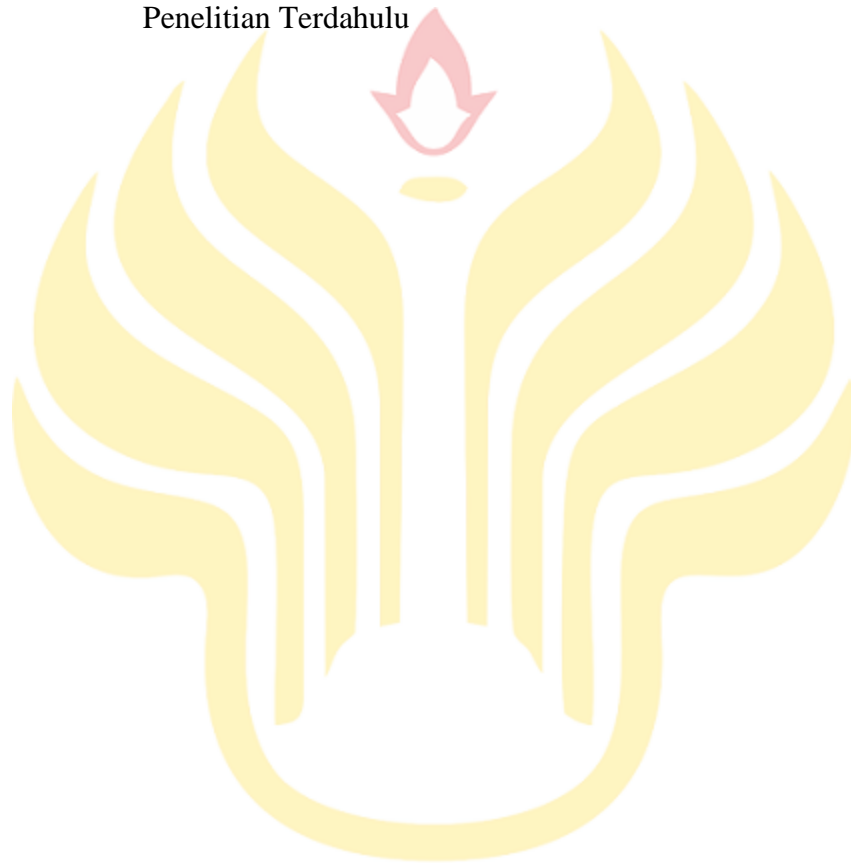
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Lokasi Penelitian.....	43
4.1.2	Gambaran Umum Nanas Madu Pematang.....	44
4.2.	Pembahasan.....	60
4.2.1	Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu di Kabupaten Pematang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.....	60

4.2.2 Upaya yang Dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pemalang untuk Meningkatkan Pendaftaran Merek Dagang Produk Hasil Olahan Nanas Madu di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.....	64
BAB V : PENUTUP	
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

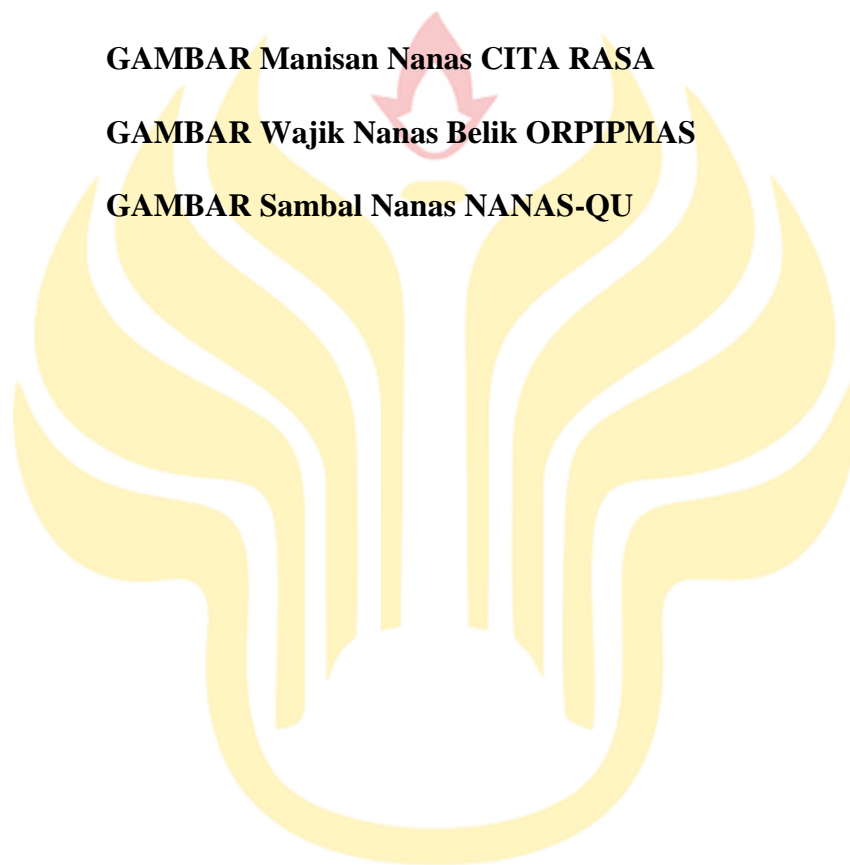
Tabel		Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	12-13



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		Halaman
4.1	GAMBAR Minuman Sari Buah Nanas VITANAS	52
4.2	GAMBAR Manisan Nanas CITA RASA	54
4.3	GAMBAR Wajik Nanas Belik ORPIPMAS	55
4.4	GAMBAR Sambal Nanas NANAS-QU	55



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Formulir Usulan Topik Skripsi (FM-1-AKD-24/rev.00)	
2	Surat Usulan Pembimbing Nomor 2914/UN.37.1.8/PT/2015	
3	Keputusan Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang Nomor: 2763/P/2015 tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi/Tugas Akhir Semester Gasal/Genap Tahun Akademik 2014/2015	
4	Instrument Penelitian	



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan produk-produk unggulan daerah serupa itu tentu saja sangat penting bagi kemajuan perekonomian daerahnya, khususnya bagi kepentingan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Dimana semakin unik atau semakin khas suatu produk maka akan semakin meningkat daya tariknya sehingga akan banyak dicari konsumen, selanjutnya akan meningkatkan nilai jual dan nilai tambah bagi produk tersebut. keberadaan produk unggulan yang memiliki nilai keunikan/kekhasan spesifik lokasi seperti itu perlu dijaga kelestariannya. Produk-produk hasil olahan makanan nanas madu di Kabupaten Pemalang mengalami peningkatan dikarenakan nanas madu sangat digemari oleh masyarakat luas se Indonesia karena ke khasannya dan rasa manisnya.

Produk-produk Kekayaan Intelektual pada hakekatnya harus mendapatkan perlindungan hukum agar memperoleh jaminan dalam upaya memproduksikannya, pemberian tanda pembeda atau merek, perdagangan dan pemasaran, serta tahap pembelian dan pemenuhan kebutuhan konsumen atau masyarakat. Upaya perlindungan hukum yang diberikan terhadap hak kekayaan intelektual dapat dilihat dari sisi empat kepentingan yaitu individu pencipta dan penemu, individu dan perdagangan, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta masyarakat dan peradaban (Maringan, 2000: 2) Produk unggulan Kabupaten Pemalang yang berupa mamas madu

ini sangat sering dipasarkan di luar daerah dan sering dipalsukan keasliannya padahal yang dijual adalah bukan asli nanas dari Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang melainkan nanas dari daerah lain seperti nanas dari Jawa Barat dan nanas Tulungagung.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak yang berasal dari karya, karsa, dan daya cipta kemampuan intelektualitas manusia yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia dan mempunyai nilai ekonomi (Marthani, 2013: 1) Kemajuan teknologi informasi dan transportasi telah mendorong globalisasi ekonomi, skala investasi dibidang industri dan pemasaran produk tidak terbatas pada pasar nasional akan menjadi lebih meluas melewati batas-batas negara (Roisah, 2015: 1) Perubahan pasar di luar batas-batas negara juga diikuti oleh HKI yang digunakan dalam pembuatan produk dan pemasarannya. Kepentingan yang dilindungi dengan demikian tidak lagi hanya produknya tapi juga hak kekayaan intelektualnya.

Indonesia sendiri memiliki upaya perlindungan dalam melindungi potensi yang dapat didayagunakan untuk meningkatkan pendapatan negaranya. Hal ini dilakukan melalui perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, yaitu sebuah hak manual eksklusif yang terdiri dari dua macam yaitu hak ekonomi (*economic right*) dan hak moral (*moral right*). Hak ekonomi adalah hak yang dimiliki oleh seseorang inventor dan pendesain untuk mendapatkan keuntungan atas invensi dan karya desain industrinya. Sedangkan yang dimaksud hak moral adalah hak yang melindungi kepentingan pribadi inventor (penemu) dan reputasi pendesain. Sulistyono menerangkan

bahwa hak moral juga mencakup hak untuk menyatakan keberatan terhadap tindakan perusakan, pemotongan, atau perubahan karya paten dan desain industri yang bersifat merugikan nama baik atau reputasi inventor (Sudarmanto, 2012: 2).

Kecenderungan meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa akan terus berlangsung sejalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat. Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang akrab hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting setiap orang atau organisasi perusahaan yang ada, akan sangat peduli akan pentingnya sebuah nama dan simbol yang digunakan dalam menjalankan bisnis dan pemasaran barang dan jasa (Jened, 2015: 3).

Kegiatan UMKM merupakan salah satu dari beberapa bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional saat ini. UMKM merupakan suatu wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM tidak perlu modal yang banyak, dan tidak membutuhkan beragam persyaratan tertentu seperti halnya dalam tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan pengalaman dalam bekerja. Hal ini karena UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, dan menggunakan teknologi seadanya (sederhana). Dewasa ini, UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto (PDB). (Tambunan, 2012: 3)

Semakin luasnya globalisasi di bidang perdagangan barang dan jasa menuntut adanya perlindungan merek bagi produk dalam negeri. Salah satu alternatif perlindungan merek adalah dengan mengembangkan satu merek bersama atau disebut juga merek kolektif (Marthani, 2013: 3). Contoh lain merek lokal yang kalah saing dengan merek terkenal yaitu merek sepatu “SPECS”. Merek tersebut memang masih banyak beredar di Indonesia, namun banyak juga orang yang tidak mengetahui merek sepatu tersebut. Kebanyakan dari kita mengenal sepatu seperti merek ADIDAS, NIKE, dan merek sepatu terkenal lainnya. Hingga akhirnya, merek SPECS tersebut kalah saing dengan merek terkenal yang berasal dari luar negeri. Namun hal ini tidak membuat perusahaan merek sepatu SPECS bangkrut, merek tersebut masih beredar di pasar nasional yang peminatnya tidak sebanyak merek terkenal dari luar negeri.

Hal ini yang menyebabkan merek lokal, terutama yang dimiliki oleh UMKM sulit untuk bersaing. Untuk mengatasi hal tersebut, maka suatu daerah dapat distimulasi untuk mengembangkan merek kolektif yang dimungkinkan dan diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek). Merek tersebut didaftarkan, diciptakan, dikembangkan dan dikelola oleh suatu lembaga di daerah. Setiap UMKM dimungkinkan meminta izin dari setiap pemegang merek untuk menggunakan merek kolektif tersebut. Sebagai imbalannya, UMKM dikenakan biaya bersama untuk membiayai manajemen merek. Biaya tersebut harus cukup terjangkau dan tidak terlalu membebani para pelaku usaha. Solusi ini bisa memecahkan masalah mahal biaya pengembangan merek. Dengan satu merek kolektif, biaya pengembangan merek tersebut dapat dibagi

sehingga lebih terjangkau oleh para pelaku bisnis salah satunya dengan memberikan pengawasan mutu yang baik terhadap produk yang dikeluarkan, agar tidak muncul produk yang kualitasnya di bawah standar. Apabila hal ini terjadi, maka akan ada risiko produk-produk lain yang dikembangkan dengan merek kolektif tersebut tidak akan dipercayai oleh konsumen. Hal ini dapat digunakan selain untuk mengembangkan produk dalam negeri, juga untuk mengembangkan potensi daerah tertentu guna meningkatkan perekonomiannya.

Lebih lanjut, di samping Undang-Undang HKI, saat ini Indonesia telah meratifikasi (mengesahkan) berbagai konvensi Internasional yang berkaitan dengan HKI, yaitu: *Trade-Related Aspects Of Intellectual Property Rights* (Perjanjian TRIPs)-WTO, *Paris Convention for the Protection of Industrial Property and Convention Establishing the World Intellectual Property Organization* (Keputusan Presiden No. 15 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Keputusan Presiden No. 24 Tahun 1979), *Patent Cooperation Treaty (PCT) and Regulation Under The PCT* (Keputusan Presiden No. 16 Tahun 1997), *Trademark Law Treaty* (Keputusan Presiden No. 17 Tahun 1997), *Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works* (Keputusan Presiden No. 18 Tahun 1997), *WIPO Copyright Treaty* (Keputusan Presiden No. 19 Tahun 1997), *Convention on Biological Diversity (CBD)* (UU No. 5, 1994), Undang-Undang RI Nomor 18 Tahun 2002 (Pasal 13 ayat 3), Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2005, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis

Menjaga keberadaan produk unggulan daerah yang memiliki keunikan cita rasa seperti itu, tentu saja diperlukan upaya yang kuat untuk melindunginya, terutama dari aspek kelestarian habitatnya, diantaranya yaitu dengan cara melindungi keberadaan lahannya jangan sampai dialihfungsikan, termasuk menjaga kelestarian plasma nutfahnya, serta melestarikan budaya masyarakat setempat dalam mengembangbiakkan komoditas tersebut. Disinilah pentingnya makna perlindungan Indikasi Geografis (IG) untuk suatu produk unggulan daerah. Upaya untuk mendapatkan sertifikat IG tersebut tentu saja tidaklah mudah, termasuk untuk Nanas Madu di Kabupaten Pemalang yaitu dodol nanas.

Pemerintah Daerah Kabupaten Pemalang memiliki produk unggulan dari cluster makanan yaitu olahan bandeng, ogel-ogel, sale pisang, vitanas, telur asap, kerupuk bandeng, pada pertengahan tahun 2009 mengadakan perlombaan untuk membuat variasi produk olahan yang berasal dari Nanas Madu. Produk olahan dengan bahan baku Nanas Madu ini yang nantinya akan di pasarkan sebagai “Oleh-Oleh” dengan berbagai macam merek produk. Pemerintah Daerah bahkan membina langsung dan membantu beberapa industri rumah tangga dalam mengurus perizinan dan kelegalan usaha maupun promosi. Kabupaten Pemalang dengan membuat produk makanan dengan bahan baku baru yaitu Nanas Madu,. Pengusaha *home industry* di Pemalang dalam memasarkan produk ini, memberi nama merek produknya dengan nama yang beraneka ragam dan variatif, seperti NABEL, NANAS-QUE, VITANAS, CITA RASA, RIVER ,ORPIPMAS yang mengolah nanas madu dengan berbagai hasil olahan makanan. Merek dagang didaftarkan dengan tujuan untuk mendapatkan

sebuah perlindungan hukum. Suatu merek telah didaftarkan dan telah disetujui maka kepada pemilik merek tersebut diberikan hak atas merek dan dapat digunakan secara sah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan skripsi dengan judul **Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.**

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- 1.) Perlindungan hukum setiap UMKM supaya tidak dijiplak atau dipalsukan barang dan produk aslinya.
- 2.) Pemerintah Daerah Kabupaten Pemalang memiliki produk unggulan dari hasil olahan nanas madu seperti Cita Rasa dan Vitanas.
- 3.) Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

- 4.) Menjaga keberadaan produk unggulan daerah yang memiliki keunikan cita rasa. Perlindungan Indikasi Geografis (IG) untuk suatu produk unggulan daerah. Upaya untuk mendapatkan sertifikat IG tersebut tentu saja tidaklah mudah, termasuk untuk Nanas Madu di Kabupaten Pemalang.
- 5.) Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pemalang untuk meningkatkan pendaftaran merek dagang produk hasil olahan nana madu di Kabupaten Pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Agar arah penelitian ini lebih terfokus, tidak kabur dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis merasa perlu untuk membatasi masalah yang akan diteliti. Pembatasan masalah tersebut adalah;

- 1.2.2.1. Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.
- 1.2.2.2. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Pemalang untuk meningkatkan pendaftaran merek dagang produk hasil olahan nana madu di kabupaten pemalang berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian skripsi ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis?
2. Upaya apa saja yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Pemalang untuk meningkatkan pendaftaran merek dagang produk hasil olahan nanas madu di kabupaten pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Untuk mengetahui dan menganalisis pendaftaran merek dagang pada produk hasil olah makanan nanas madu di Kabupaten Pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- 1.4.2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan apa saja yang ditemui dalam pendaftaran merek dagang pada produk hasil olah makanan nanas madu di Kabupaten Pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan penulisan penelitian yang telah diuraikan penulis di atas, penulis juga memiliki pandangan mengenai manfaat yang akan di capai dari penulisan penelitian ini. Manfaat dan kegunaan dari penelitian yang ingin penulis dapatkan adalah :

1.5.1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini untuk mengembangkan Ilmu Hukum Perdata dan mengaplikasikan materi – materi pengajaran mengenai peraturan perundang-undangan khususnya implementasi peraturan pemerintah serta dapat memberikan sumbangan pemikiran guna melakukan pengembangan teori – teori perundang – undangan. Khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

1.5.2. Secara Praktis

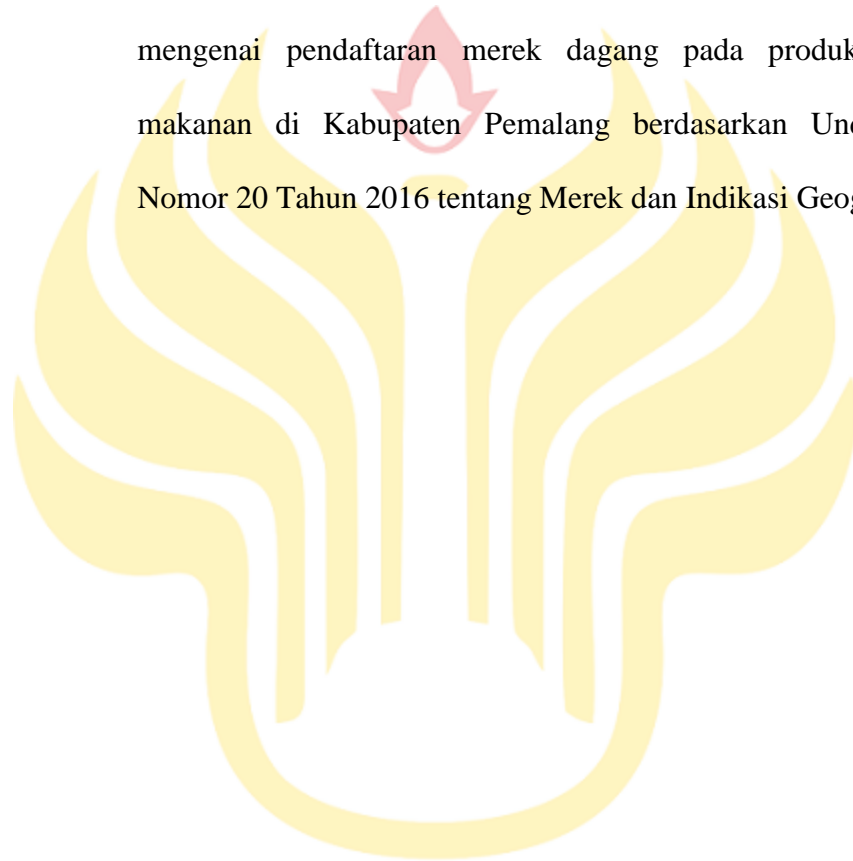
1.5.2.1. Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dalam pendaftaran merek dagang pada produk hasil olah makanan, khususnya nanas madu di Kabupaten Pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

1.5.2.2. Bagi Pemerintah

Dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam pengembangan pembuatan kebijakan terutama dalam bidang hukum, yang terkait

dengan faktor yang mempengaruhi implementasinya serta kepentingan-kepentingan di dalamnya dan juga dapat digunakan sebagai referensi guna mengevaluasi kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah sebagai sarana dalam perumusan kebijakan mengenai pendaftaran merek dagang pada produk hasil olah makanan di Kabupaten Pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pustaka yang mendasari penelitian ini yaitu hasil-hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, sehingga penulis perlu menjaga keorisinilan penelitian ini, sehingga pada akhirnya dapat diketahui bahwa penelitian penulis memiliki hasil akhir yang tidak sama dengan penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Literatur	Judul	pembahasan
1.	Miske Merita, Skripsi (Universitas Bung Hatta), 2013,	Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku Usaha Keripik Balado bagi Pelaku Usaha Keripik Balado di Kota Padang	Skripsi tersebut membahas tentang Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku Usaha Keripik Balado bagi Pelaku Usaha Keripik Balado di Kota Padang berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.
	Iffan Alif Khoironi, Skripsi (Universitas Negeri Semarang), 2013,	Implementasi Pendaftaran Merek sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada Home Industry Eggroll di Kelurahan Ngroto Kecamatan Cepu Kabupaten Blora	Skripsi tersebut membahas penerapan pendaftaran Merek pada home industry eggroll waluh di kelurahan ngroto dan hambatan yang dialami dalam dalam pendaftaran Merek.

3.	Irsalina Julia Ermin, Skripsi (Universitas Hasanudin), 2016,	Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek yang Menggunakan Kata Milik Umum (Analisis terhadap pendaftaran Merek Mendoan di Banyumas, Jawa Tengah	Skripsi ini membahas tentang analisis hukum terhadap kata mendoan sebagai kata yang telah menjadi milik umum dan apakah pertimbangan Dirjen hak kekayaan intelektual terhadap pendaftaran kata mendoan sebagai Merek
4.	Ganang Sukma Permana, Skripsi (Universitas Negeri Semarang), 2018,	Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis	Skripsi ini membahas bagaimana perlindungan hukum melalui pendaftaran Merek Dagang dan upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pemalang terhadap Produk hasil olah makanan nanas madu berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Pertama, Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku Usaha Keripik Balado bagi Pelaku Usaha Keripik Balado di Kota Padang oleh Miske Merita (Skripsi Program Sarjana Universitas Bung Hatta Tahun 2013). Penulis terdahulu yang berjudul Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku Usaha Keripik Balado bagi Pelaku Usaha Keripik Balado di Kota Padang, bahwa

penelitian tersebut membahas tentang Persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha keripik balado dalam pendaftaran merek dagangnya di Kota Padang, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui implementasi terhadap hukum pendaftaran merek dagang pada produk hasil olah makanan nanas madu di kabupaten pematang berdasarkan Undang-Undang Uomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Kedua, implementasi Pendaftaran Merek sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada *Home Industry Eggroll* di Kelurahan Ngroto Kecamatan Cepu Kabupaten Blora oleh Iffan Alif Khoironi (Skripsi Program Sarjana Universitas Negeri Semarang Tahun 2013). Dalam skripsi yang berjudul Implementasi Pendaftaran Merek sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada *Home Industry Eggroll* di Kelurahan Ngroto Kecamatan Cepu Kabupaten Blora, bahwa penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui penerapan pendaftaran merek pada *home industry eggroll* waluh di Kelurahan Ngroto, hambatan yang dialami dalam pendaftaran merek dan cara untuk menyelesaikan hambatan pendaftaran merek tersebut. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui implementasi pendaftaran merek dagang pada produk hasil olah makanan nanas madu dan hambatan yang ditemui dalam pendaftaran merek di Kabupaten Pematang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Ketiga, Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek yang Menggunakan Kata Milik Umum oleh Irsalina Julia Ermin (Skripsi Program Sarjana Universitas Hasanuddin Tahun 2016).

Skripsi yang berjudul Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek yang Menggunakan Kata Milik Umum, penulis ingin mengetahui analisis hukum kata Mendoan yang telah menjadi milik umum yang didaftarkan sebagai sebuah merek berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dan untuk mengetahui pertimbangan Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual terhadap penerimaan kata Mendoan sebagai merek. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui pendaftaran merek dagang pada produk hasil olah makanan nanas madu di Kabupaten Pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Merek (Brand)

Merek adalah salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis. Dengan adanya merek, konsumen akan dapat lebih mudah mengidentifikasi suatu produk dari saingan lainnya. Konsumen juga menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk yang memiliki merek. Maka dari itu, sangatlah penting bagi perusahaan untuk menciptakan produk yang memiliki merek yang bercitra baik di masyarakat, serta mampu melindungi dan meningkatkan merek di pasar.

Menurut Kotler (2012) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing. Menurut Buchory (2010) merek adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain atau kombinasi dari semuanya, yang diharapkan mengidentifikasikan barang atau jasa dari

sekelompok penjual dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa tersebut dari produk-produk pesaing. Sedangkan menurut Tjiptono (2008) nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing.

Pada dasarnya suatu merek juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para pembeli. Merek yang baik juga menyampaikan jaminan tambahan berupa jaminan kualitas. Maka, berdasarkan ketiga pendapat dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa merek adalah sebuah nama, istilah, simbol, tanda, warna, gerak ataupun desain yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan barang atau jasa suatu produk dari para pesaing lainnya yang juga menawarkan produk serupa. Selain itu, merek juga berguna untuk membedakan kualitas produk yang satu dengan yang lainnya.

Terdapat enam tingkat pengertian merek menurut Surachman (2008), diantaranya yaitu:

1. Atribut

Setiap merek memiliki atribut. Atribut ini perlu dikelola dan diciptakan agar konsumen dapat mengetahui dengan pasti atribut-atribut apa saja yang terdapat dalam suatu merek. Misalnya: KFC menyiratkan restoran cepat saji yang memiliki kualitas produk yang aman, enak, dan terjamin serta pelayanannya yang cepat.

2. Manfaat

Merek sebagai atribut mempunyai dua manfaat yaitu manfaat emosional dan manfaat fungsional. Atribut “mudah didapat” dapat diterjemahkan sebagai manfaat fungsional. Atribut “mahal” dapat diterjemahkan sebagai manfaat emosional.

3. Nilai

Merek juga harus menyatakan nilai bagi produsennya. Sebagai contoh: PT. Fastfood Indonesia (KFC) dinilai sebagai restoran cepat saji yang ramah, cepat, bergengsi, dan merupakan pemimpin industri makanan cepat saji. Dengan demikian, produsen KFC juga mendapat nilai tinggi di masyarakat. Maka, produsen dapat mengetahui kelompok-kelompok pembeli yang mencari nilai-nilai ini.

4. Budaya

Merek mewakili budaya tertentu. Misalnya: KFC melambangkan budaya Amerika yang mandiri, efisien, dan prestige.

5. Kepribadian

Merek dapat mencerminkan kepribadian tertentu. Sebagai contoh: KFC menyiratkan mahasiswa yang efisiensi waktu atau keluarga yang senang berkumpul bersama.

6. Pemakai

Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau memakai merek tersebut, maka dari itu para penjual menggunakan analogi untuk dapat memasarkan mereknya kepada konsumen. Misalnya: KFC cenderung memasarkan produknya kepada para mahasiswa dan keluarga dibandingkan kepada pengusaha. Selain itu, merek juga memiliki peran terhadap perusahaan. Menurut Kotler (2009):

1. Menyederhanakan penanganan atau penelusuran produk.
2. Membantu mengatur catatan persediaan dan catatan akuntansi.
3. Menawarkan perlindungan hukum kepada perusahaan untuk fitur-fitur atau aspek unik produk. Bagi perusahaan, merek mempresentasikan bagian properti hukum yang sangat berharga, dapat mempengaruhi konsumen, dapat dibeli dan dijual, serta memberikan keamanan pendapatan masa depan yang langgeng.

2.3 Tinjauan Konseptual

2.3.1 Teori Umum tentang Kekayaan Intelektual

2.3.1.1 Sejarah dan Perkembangan Kekayaan Intelektual

Kekayaan intelektual begitu sering terdengar di telinga kita. Seolah tidak asing bagi kita untuk mendengar istilah dan kata-kata tersebut. Perkembangan kekayaan intelektual itu sendiri memang sudah terdengar oleh kita dari beberapa waktu yang lalu. Hal ini paling tidak merupakan sebuah indikasi awal bahwa kekayaan intelektual mengalami perkembangan yang signifikan sebagai sebuah fenomena baru yang mencoba memberikan nuansa baru dalam kerangka pengaturan di bidangnya.

Istilah kekayaan intelektual merupakan istilah yang digunakan secara resmi berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Perundang-Undangan Republik Indonesia No.M.03 PR-07 Tahun 2000 dengan Persetujuan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 24/M.PAN/1/2000 tanggal 19 Januari 2000. Istilah tersebut merupakan penyesuaian dengan kaidah Bahasa Indonesia yang selanjutnya digunakan dalam Undang-Undang No. 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman, Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, Undang-Undang No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.

Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten, Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, dan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. (Purba, 2012:43)

Perlindungan hak cipta pertama kali dalam sejarah sebenarnya telah dimulai pada tahun 1709 oleh kerajaan Inggris. Di Inggris, ia menjadi isu menarik semenjak tahun 1476, ketika usaha-usaha di bidang penulisan dan seni tidak berkembang dan karenanya membutuhkan perlindungan hak cipta. (Lutviansori, 2010:28).

Sementara itu, perlindungan terhadap kekayaan intelektual di bidang industri malah dimulai sejak abad ke-16, yaitu dengan adanya pemberian paten atau '*oktroi*'. Saat ini, paten diberikan sebagai pemberian perlindungan oleh raja kepada orang asing yang membawa pengetahuan dan kecakapan pembuatan barang dengan cara baru, bukan sebagai pengakuan atas suatu hak seperti sekarang ini. Dengan demikian, ia belum

dikaitkan dengan invensi sebagaimana yang diartikan sekarang. Baru setelah terbit *Statuta of Monopolies* di Inggris pada tahun 1623 dasar-dasar paten mulai ada dan berlaku. Di Perancis, UU Paten lahir pada tahun 1791, dan di Amerika Serikat tahun 1836. (Lutviansori, 2010:28-29).

Permasalahan kekayaan intelektual (*intellectual property rights*) semakin terasa kompleks lagi. Permasalahannya sudah tidak murni lagi hanya di bidang hak milik intelektual semata. Soalnya banyak kepentingan yang berkaitan dengan hak milik intelektual tersebut, bidang ekonomi kemudian bidang politik sudah menjadi unsur yang tidak terpisahkan dalam membahas mengenai masalah hak kekayaan intelektual ini.

2.3.1.2 Pengertian Kekayaan Intelektual Secara Umum

Pengertian kekayaan intelektual tidak saja terbatas pada yang dinamakan paten, hak cipta dan merek dagang. Walaupun *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization* (WIPO) tidak merumuskan definisi kekayaan intelektual (*Intellectual Property*), Konvensi ini mengartikan kekayaan intelektual sebagai suatu konsep luas (*a broad concept*) yang dapat mencakup berbagai karya intelektual manusia. Tidak saja paten, hak cipta dan merek dagang telah mendapatkan pengaturannya secara universal pada abad ke-19 yaitu tahun 1883 untuk paten dan merek serta tahun 1886 untuk hak cipta. Semenjak Konvensi Pendirian WIPO mulai berlaku secara universal pada tahun 1967, terdapat pengaturan dalam Pasal 2 (VIII) Konvensi Pendirian WIPO tentang kekayaan-kekayaan intelektual berupa : (Purba, 2012:1)

. . .from intellectual property activity in the industrial, scientific, literary or artistic fields.

(. . .dari kegiatan intelektual dalam bidang industri, ilmu pengetahuan, sastra atau seni).

Adanya pasal tersebut bermakna bahwa kekayaan intelektual, pada tahun-tahun setelah berlakunya Konvensi Pendirian WIPO (1967) bersifat sangat evolusioner dan adaptif (mudah menyesuaikan).

Secara sederhana dapat dikemukakan bahwa kekayaan intelektual memiliki dua pengertian, yaitu pertama, kekayaan intelektual dalam arti sempit yang juga disebut kekayaan intelektual konvensional yang dikenal bentuk-bentuknya sebagai paten, merek, hak cipta, rahasia dagang, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, dsb. Kedua, kekayaan intelektual dalam arti luas yang mencakup semua hasil aktivitas intelektual manusia, baik secara individual maupun kelompok dalam bidang industri, ilmu pengetahuan, sastra dan seni. (Purba, 2012:58).

Banyak hal yang dapat dilindungi kekayaan intelektual, termasuk novel, karya seni, fotografi, musik, rekaman suara, film, piranti lunak dan piranti keras komputer, situs internet, desain untuk barang-barang yang diproduksi secara massal, makhluk hidup hasil rekayasa genetika, obat-obatan baru, rahasia dagang, pengetahuan teknik, karakter serta merek. (Lindsey et al, 2011:3).

Aspek terpenting mengenai permasalahan kekayaan intelektual adalah aspek hukum. Hukum diharapkan mampu mengatasi berbagai permasalahan yang timbul berkaitan dengan Kekayaan Intelektual tersebut. Hukum harus dapat memberikan perlindungan bagi karya intelektual, sehingga mampu mengembangkan daya kreasi masyarakat

yang akhirnya bermuaran pada tujuan berhasilnya perlindungan Kekayaan Intelektual.

2.3.1.3 Arti Penting Kekayaan Intelektual

Adalah sesuatu yang wajar ketika sesuatu yang berharga dan bernilai kemudian dilakukan upaya-upaya perlindungan guna menjaga dari campur tangan pihak lain, atau guna mencegah tindakan orang lain yang dapat merugikan pihak yang secara sah menjadi pemilik atas hal tersebut. Demikian juga halnya dengan konsep kekayaan intelektual yang dalam TRIPs menjadi sorotan utama, menandakan bahwa kekayaan intelektual menjadi sesuatu yang penting untuk dilindungi. (Lutviansori, 2010:42).

Beberapa pakar mencoba memberikan pemahaman tentang arti pentingnya kekayaan intelektual dalam konteks perlindungan hukumnya. Abdulkadir Muhammad misalnya, memberikan beberapa item yang mewakili gagasannya dalam memberikan penjelasan mengenai masalah arti pentingnya kekayaan intelektual itu sendiri. Salah satunya adalah bahwa kekayaan intelektual dapat diinterpretasikan sebagai sebuah bukti penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kekayaan intelektual merupakan satu bentuk hasil berpikir manusia yang kemudian dijemakan kedalam sebuah ciptaan atau temuan. Temuan tersebut dapat dilihat bahwa di dalamnya terdapat unsur pembangunnya yang itu berasal dari akal, dan dengan ini manusia dapat mengembangkan dan memanfaatkannya guna kesejahteraan hidupnya. (Lutviansori, 2010:43-44).

2.3.1.4 Ruang Lingkup Kekayaan Intelektual

Terkait dengan masalah ruang lingkup kekayaan intelektual ini, menurut Negara Anglo Saxon, Kekayaan Intelektual diklasifikasikan menjadi hak cipta (*copyrights*) dan hak milik perindustrian (*industrial property rights*). Dari hak cipta tersebut dapat diturunkan lagi menjadi hak turunan (*neighbouring rights*). Lutviansori, 2010:52)

Menurut *Convention Establishing The World Intellectual Property Organization* (WIPO), hak milik perindustrian dibagi menjadi beberapa klasifikasi sebagai berikut :

- a. Paten (*Patent*)
- b. Model dan Rancang Bangun (*Utility Models*)
- c. Desain Industri (*Industrial Design*)
- d. Merek Dagang (*Trade Mark*)
- e. Nama Dagang (*Trade Name*)
- f. Sumber Tanda atau Sebutan Asal (*Indication Of Source or Appellation of Origin*)

Para pakar hukum kekayaan intelektual yang berasal dari negara yang menganut sistem hukum Anglo Saxon, di samping yang sudah disebutkan di atas memasukan pula beberapa hak lain, yaitu Rahasia Dagang (*Trade Secret*), Merek Jasa (*Service Mark*), Perlindungan dari Persaingan Curang (*Unfair Competition Protection*). Dengan kualifikasi secara keseluruhan hak milik perindustrian menurut Negara Anglo Saxon menjadi sepuluh bagian dengan ditambahkan beberapa item tersebut.

2.3.2 Pengertian Hak atas Merek

2.3.2.1 Pengertian Hak atas Merek dan Pemilik Merek

Pengertian hak atas merek menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Yang dimaksud dengan pihak dalam pasal ini adalah seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum, kecuali secara tegas dinyatakan lain. Hal ini dapat dilihat dalam Penjelasan Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis yang berbunyi:

“Kecuali secara tegas dinyatakan lain, yang dimaksud dengan pihak dalam pasal ini dan pasal-pasal selanjutnya dalam undang-undang ini adalah seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum.”

Hak eksklusif yang diberikan tersebut berfungsi sebagai alat monopoli sehingga hak tersebut mutlak ada pada pemilik merek dan dapat dipertahankan terhadap pihak manapun. Selain itu hak atas merek ini hanya diberikan kepada pemilik merek yang beritikad baik sehingga orang lain atau badan hukum lain tidak boleh menggunakan merek tersebut tanpa izin. Maka, dengan adanya pendaftaran atas suatu merek barang atau jasa baru tercipta hak atas merek, yaitu suatu hak eksklusif yang artinya orang

lain tidak dapat memakai merek yang sama untuk jenis barang yang serupa.

Sesuatu dapat disebut merek apabila memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Undang-Undang Merek yang berlaku dan permohonan pendaftarannya dilakukan oleh pemilik merek yang beritikad baik. Oleh karena itu, aspek perlindungan hukum tetap diberikan kepada mereka yang beritikad baik. Pemilik merek adalah pihak yang mengajukan permohonan pendaftaran merek. Mereka bisa sebagai: a. orang (*person*) atau perseorangan; b. badan hukum (*recht person*); atau c. beberapa orang atau badan hukum (pemilikan bersama atau merek kolektif).

2.3.2.2 Jenis dan Bentuk Merek

1. Jenis Merek berdasarkan Pasal 2 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis, merek dapat dibagi dalam dua (2) jenis, yaitu sebagai berikut.
 - a. Merek Dagang Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang-barang sejenis lainnya.
 - b. Merek Jasa Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

Sedangkan Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin menambahkan jenis merek kolektif selain merek dagang dan merek jasa tersebut. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/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 (Riswandi , 2012: 85). Contoh: Dodol Nanas Gesahan dan Dodol Nanas Mulya Sari

2. Bentuk Merek

Merek merupakan bentuk yang menyatakan wujud merek yang digunakan pada barang atau jasa. Ada berbagai macam bentuk merek yang digunakan untuk barang dan jasa, yaitu:

a. Merek lukisan

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud lukisan atau gambar antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Contoh: merek cat “Kuda Terbang”, yaitu lukisan atau gambar kuda bersayap yang terbang.

b. Merek

Kata Merek ini mempunyai daya pembeda dalam bunyi kata antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Contoh: “Rexona” untuk deodorant, “Bodrex” untuk obat flu, “Daihatsu” untuk mobil.

c. Merek huruf atau angka

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud huruf atau angka antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Contoh: “ABC” untuk kecap dan sirup, “555” untuk buku tulis.

d. Merek nama

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud nama antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Contoh: “Louis Vuiton” untuk tas, “Vinesia” untuk dompet

2.3.3 Tinjauan tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

2.3.3.1 Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh dan merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan pengembangan ekonomi. Gerakan UKM amat penting untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UKM dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. (Nurhayat Indra, dkk.,2002: 81)

Definisi UMKM yang tercantum dalam Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah “Usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung

maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan“.

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yaitu memiliki aset kurang atau sama dengan Rp 50.000.000 ,- dan omzet usaha kurang atau sama dengan Rp 300.000.000 ,- .

b. Usaha Kecil

Kelompok usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki Aset kurang atau sama dengan Rp 500.000.000 ,- dan Omzet kurang atau sama dengan Rp 2.500.000.000 ,-

c. Usaha Menengah

Kelompok usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak perusahaan

atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah aset minimal Rp 500.000.000 ,- sampai dengan kurang dari sama dengan Rp 10.000.000.000 dan Omzet minimal Rp 2.500.000.000 ,- sampai dengan kurang dari sama dengan Rp 50.000.000.000,- .

2.3.3.2 Tentang Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah

Karakteristik Usaha Kecil dan Menengah menurut UU No.9 tahun 1995 yaitu;

1. Karakteristik Usaha Kecil

- a) Jenis barang yang diperdagangkan umumnya tetap dan tidak berubah.
- b) Lokasi tempat usaha umumnya menetap dan tidak berpindah-pindah.
- c) Pada umumnya sudah melakukan pendekatan administrasi keuangan sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha.
- d) Sudah memiliki izin usaha dan legalitas persyaratan lainnya termasuk NPWP.
- e) SDM (pengusaha) sudah berpengalaman dalam berwirausaha.
- f) Sebagian sudah akses ke perbankan untuk keperluan modal, seperti *bussines plan*.

2. Karakteristik Usaha Menengah

- a) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih modern dengan pembagian tugas yang jelas antara lain bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produksi.
- b) Melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk perbankan.
- c) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada pemeliharaan kesehatan karyawannya.
- d) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan.
- e) Sudah akses ke sumber pendanaan perbankan.
- f) Memiliki sumber daya manusia terlatih dan terdidik untuk proses produksi sehingga dapat menunjukkan usahanya.

2.3.4 Dasar Hukum Perlindungan Merek

2.3.4.1 Konvensi Internasional

Konvensi Paris Perlindungan merek terkenal di dalam Konvensi Paris dimuat di dalam amandemen Konvensi Paris, yaitu ketika dilakukan konferensi diplomatik tentang amandemen dan revisi Konvensi Paris di Den Haag pada tahun 1925, setelah beberapa kali mengalami revisi rumusan Pasal 6 bis Konvensi Paris adalah sebagai berikut : (Hadi

Purwandoko, <http://prasetyop.wordpress.com/problematika-perindungan-merek-di-indonesia>, Diakses Pada Hari Rabu, Tanggal 11 Agustus 2017).

a) *The countries of the Union undertake, ex officio if their legislation so permits, or at the request on an interest party, to refuse or to cancel the registration and to prohibit the use of trademark which constitutes a reproduction, an imitation or a translation, liable to create confusion, of a mark considered by the competent authority of the country registration or to use well-known in that country as being already the marks of a person entitled to the benefit of this Convention and used for identical or similar goods. These provision shall also apply when the essential part of the marks constitutes a reproduction of any such well-known mark or imitation liable to create confusion therewith.*

(Negara Peserta diminta menolak, baik berdasarkan perundang-undangan merek yang dimiliki atau permintaan pihak yang berkepentingan permintaan pendaftaran atau pembatalan pendaftaran dan melarang penggunaan merek yang sama dengan, atau merupakan tiruan dan, atau dapat menimbulkan kebingungan (dan seterusnya) dari suatu merek yang menurut pertimbangan pihak yang berwenang di negara penerima pendaftaran merupakan merek terkenal atau telah dikenal luas sebagai merek milik seseorang yang berhak memperoleh perlindungan sebagaimana diatur dalam konvensi, digunakan pada produk yang sama atau sejenis.)

b) *A period of at least five years from the date of registration shall be allowed for requesting the cancellation of such a marks. The countries of the union provided for a period within which the prohibition of use must be requested.*

(Jangka waktu permintaan pembatalan setidaknya lima tahun terhitung sejak tanggal pendaftaran merek yang menyerupai merek terkenal tersebut).

c) *No time limit shall be fixed for seaking the cancellation or the prohibition of use of marks registered or use in bad faith.*

(Apabila pendaftaran dilakukan dengan itikad buruk, tidak ada batas waktu untuk memintakan pembatalan .

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.3.4.2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa

dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Merek terkenal dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana persaingan bebas. Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik. Pentingnya peranan merek ini, maka terhadap merek dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai obyek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum. Kebijakan keputusan yang melatarbelakangi perlindungan Merek yang mencakup perlindungan terhadap pembajakan.

Merek telah menjadi perhatian di negara manapun di dunia. Indonesia telah meratifikasi Persetujuan TRIPs (*Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade on Counterfit Goods*) yang merupakan bagian dari Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia pada tanggal 15 April 1994 (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 1994 tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing the World Trade Organization*)). Pada tanggal 7 Mei 1997, Pemerintah Indonesia telah meratifikasi Konvensi Paris dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 1997 tentang Perubahan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 tentang 31 Pengesahan *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* dan *Convention*

Establishing the world Intellectual Property Organization, dengan mencabut persyaratan (reservasi) terhadap Pasal 1 sampai dengan Pasal 12, sebagai konsekuensinya, Indonesia harus memperhatikan ketentuan yang bersifat substantif yang menjadi dasar bagi pengaturan dalam peraturan perundang-undangan di bidang Merek, disamping Paten maupun Desain Industri. Pada tanggal 7 Mei 1997 juga telah diratifikasi Traktat Kerjasama dibidang Merek (*Trademark Law Treaty*) dengan Keputusan Presiden Nomor 17 tahun 1997 antara Indonesia dengan negara-negara anggota WIPO (*World Intellectual Property Organization*).

Dasar hukum perlindungan atas merek tertuang dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis, yaitu : Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis mengatur fungsi pendaftaran atas Merek, selain berguna sebagai alat bukti yang sah atas merek terdaftar, pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis, sebagai dasar mencegah orang lain memakai merek yang sama pada pokoknya atau secara keseluruhan dalam peredaran barang atau jasa. Perlindungan hukum terhadap merek diberikan melalui proses pendaftaran.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis menerapkan sistem konstitutif, artinya hak atas merek diperoleh karena proses pendaftaran, yaitu pendaftar merek pertama yang berhak atas merek. Melalui pendaftaran merek mengenal dua macam sistem yaitu : a. Sistem Konstitutif Sistem yaitu hak akan timbul apabila telah didaftarkan oleh si pemegang, oleh karena itu dalam sistem ini pendaftaran merupakan suatu keharusan. b. Sistem Deklaratif adalah sistem pendaftaran yang hanya menimbulkan dugaan adanya hak sebagai pemakai pertama pada merek bersangkutan. Sistem deklaratif dianggap kurang menjamin kepastian hukum dibandingkan dengan sistem konstitutif berdasarkan pendaftaran pertama yang lebih memberikan perlindungan hukum. Sistem pendaftar pertama disebut juga *first to file principle*. Artinya, merek yang didaftar adalah yang memenuhi syarat dan sebagai yang pertama. Tidak semua merek dapat didaftarkan.

Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pemohon beritikad tidak baik adalah pemohon yang mendaftarkan mereknya secara tidak layak dan tidak jujur, ada niat tersembunyi misalnya membonceng, meniru, atau menjiplak ketenaran menimbulkan persaingan tidak sehat dan mengecohkan atau menyesatkan konsumen. Pihak yang dapat mendaftarkan merek adalah orang atau badan hukum (Hardiariantri, 2008, 12):

Merek tidak dapat didaftar bila, misalnya :

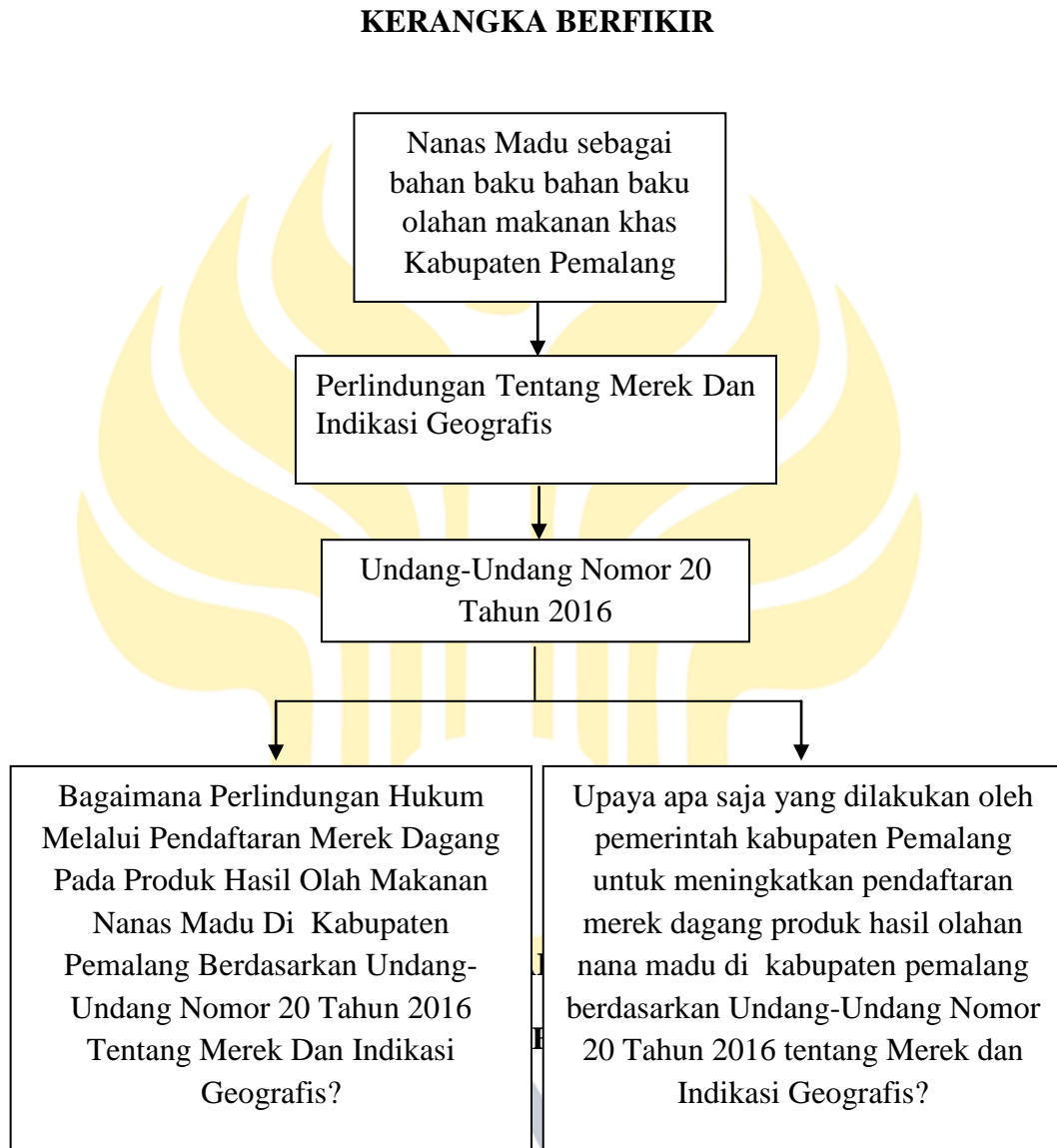
- 1) Merupakan tanda yang terlalu sederhana dan tidak memiliki daya pembeda, contohnya garis atau titik dan terlalu rumit, misalnya benang kusut, susunan puisi;
- 2) Tanda yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum. Misalnya kata atau lukisan/gambar yang melanggar kesusilaan, menyinggung kehormatan dan perasaan agama;
- 3) Tanda yang merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang yang dibubuhi merek tersebut, misalnya gambar jeruk untuk sirup jeruk yang mengandung rasa jeruk;
- 4) Tanda yang sudah menjadi milik umum, misalnya jempol;
- 5) Tanda kata-kata yang sudah umum, misalnya kerbau.

Permohonan merek harus ditolak dengan alasan mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang/jasa sejenis dengan alasan:

- 1) Ada merek pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu.
- 2) Ada merek yang sudah terkenal milik pihak lain.
- 3) Berkaitan dengan indikasi geografis yang sudah terkenal. Maksud dengan persamaan pada pokoknya adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antar merek yang satu dan merek lainnya. Menurut yurisprudensi (putusan hakim) persamaan pada pokoknya adalah sebagai berikut:
 - a. Persamaan pada pokoknya yang menyangkut bunyi, misalnya kasus Salonpas dengan Sanoplas. Akhirnya merek Sanoplas harus dihapus;

- b. Persamaan pada gambar, misalnya kasus Miwon dan Ajinomoto yang keduanya bergambar mangkok merah, walau mangkok dalam posisi berbeda.
- c. Persamaan yang berkaitan dengan arti sesungguhnya.
- d. Persamaan pada pokoknya karena tambahan kata, misalnya kasus minuman air mineral Aqua dengan Aquaria.
- e. Indikasi Geografis, misalnya Kopi Toraja yang berasal dari daerah Toraja, Brem Bali dari Bali, Batik Pekalongan dari Pekalongan, dan lain-lain. Pendaftaran merek harus ditolak bila merupakan :
- Persamaan pada pokoknya dengan merek yang sudah terdaftar sebagai milik orang lain dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa yang sama berdasarkan Pasal 6 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis.
 - Sesuatu yang terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis berdasarkan Pasal 6 ayat (1) huruf b Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis.
 - Nama dan foto orang terkenal tanpa izin dari yang bersangkutan.
 - Lambang negara serta bendera tanpa ijin dari pemerintah berdasarkan Pasal 6 ayat (3) huruf b Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis:

2.4 Kerangka Berfikir



Metode pada hakikatnya merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang berkaitan dengan penggunaannya, sehingga dapat memahami objek sasaran atau yang dapat dikehendaki dalam upaya mencapai sasaran atau tujuan pemecahan permasalahan (Subagyo,2006:1).

Metode penelitian merupakan suatu cara jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan. Di dalam metode penelitian

BAB 5

PENUTUP

6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dalam perlindungan hukum melalui pendaftaran Merek Dagang dan Upaya yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Pemalang untuk meningkatkan Pendaftaran Merek Dagang Produk Hasil Olahan Makanan nanas madu berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perlindungan Hukum Melalui Pendaftaran Merek Dagang Pada Produk Hasil Olah Makanan Nanas Madu Di Kabupaten Pemalang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis
Instansi Pemerintah dalam menangani suatu pendaftaran merek pada UKM mengalami beberapa kendala dan hambatan. Peneliti dalam penelitian ini telah membuat data hasil penelitian yang telah diolah:

Melakukan penyuluhan dan sosialisasi di Daerah Kabupaten Pemalang

Kurangnya pengetahuan para UKM dan pengusaha *home industry* Nanas Madu di Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang dikarenakan kurangnya penyuluhan dan sosialisasi dari Pemerintah Daerah. Pemerintah Daerah khususnya Dinperindagkop Kabupaten Pemalang yang menjadi pembina dari UKM atau *home industry* Nanas Madu.

Fasilitas pembiayaan untuk pendaftaran KI dari Pemerintah Daerah khususnya di bidang merek, Pembiayaan pendaftaran merek bagi *home*

industry Nanas Madu di Kelurahan Ngroto sebagai UKM binaan dari Pemerintah, maka semua biaya dan pengurusan untuk mendapatkan sertifikat merek akan ditanggung semua oleh Pemerintah.

2. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Pemalang untuk meningkatkan pendaftaran merek dagang produk hasil olahan nana madu di kabupaten pemalang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Memberikan pengarahan kepada para UKM atau pemilik merek untuk melihat web Dirjen KI lewat internet, sebelum mereka mendaftarkan merek poduk dagang mereka, Pemerintah daerah atau dinas terkait seharusnya memberitahukan cara cepat untuk mengetahui suatu merek telah terdaftar atau belum kepada para UKM atau pemilik merek, dengan melihat ke web www.dgip.go.id sebelum mendaftarkan merek dagang mereka. Melihat nama merek yang telah terdaftar bertujuan untuk mengantisipasi dan mencegah kesamaan nama merek yang akan didaftarkan, daripada langsung mendaftarkan terus menunggu waktu yang lama dalam pemeriksaan substantif yang memerlukan waktu minimal 9 (sembilan) bulan.

6.2 Saran

Penulis memberikan saran terkait hasil skripsi ini yaitu:

1. Pemerintah perlu membuat undang-undang tersendiri mengenai Indikasi geografis tidak digabungkan dengan Undang-undang Merek.
2. Dalam pembentukan Undang-undang tentang Indikasi Geografis tersebut diterapkan teori, metodologi dan teknik perancangan peraturan perundang-undangan yang mengungkap faktor-faktor hukum maupun non hukum yang mempengaruhi optimalisasi perlindungan Indikasi Geografis.
3. Dirjen KI dan Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia perlu membentuk tim khusus yaitu Direktorat Indikasi Geografis, karena selama ini urusan yang berkaitan dengan indikasi geografis diurus oleh Direktorat Merek. Serta Pemerintah daerah di seluruh Indonesia wajib berperan aktif untuk menginventarisasi produk potensi indikasi geografis yang belum atau tidak terdaftar di daerahnya, dan membentuk Peraturan Daerah yang melindungi produk potensi Indikasi Geografis di daerahnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Dimiyati, 2004. *Operations Research. (Model-Model. Pengambilan Keputusan)*. Bandung: Sinar Baru
- Hardiariantri, 2008 *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, Bndung: Alumni
- Iswi, 2010. *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Yustisia
- Jened, 2015. *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*, Surabaya: Airlangga University Press,
- Kementerian *Hukum dan Hak Asasi Manusia*, 2015
- Lutviansori, 2010. *Hak Cipta dan Perlindungan Folklor di Indonesia*, PT. Jakarta: Graha Ilmu,
- Nurhayat Indra dkk. 2002 *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Raja Jakarta: Grafindo Persada,
- Purba, Ahmad Zen Umar, 2005, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Bandung: PT. Alumni
- Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi suatu Pengantar*. Jakarta: P.T.Raja. Grafindo
- Soekanto, dan Mamudji, 2008, *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Siswandi, 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: Citra Aditya Bakti,
- Tambunan, 2012. “*Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting*”, Jakarta : LP3ES

2. Skripsi dan Jurnal

- Miske Merita, 2013, *Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku Usaha Keripik Balado bagi Pelaku Usaha Keripik Balado di Kota Padang* (Skripsi Program Sarjana Universitas Bung Hatta).

Iffan Alif Khoironi, 2013, *Implementasi Pendaftaran Merek sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada Home Industry Eggroll di Kelurahan Ngroto Kecamatan Cepu Kabupaten Blora* (Skripsi Program Sarjana Universitas Negeri Semarang).

Irsalina Julia Ermin, 2016, *Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek yang Menggunakan Kata Milik Umum* (Skripsi Program Sarjana Universitas Hasanudin).

3. U n d a n g - U n d a n g

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

4. Internet

www: <http://wikipediaindonesia.com>, diakses tanggal 20 Agustus 2017.