



**EFEKTIVITAS PENDAFTARAN MEREK DI DESA MLANDI KABUPATEN  
WONOSOBO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN  
2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

**SKRIPSI**

**disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum**

**Oleh:**

**NAUFAL KHAIDAR**

**NIM. 8111416149**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan Judul “Efektivitas Pendaftaran Merek Di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo Ditinjau Dari Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis” disusun oleh Naufal Khaidar (NIM. 8111416106), telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 16 September 2020


Dosen Pembimbing



**Dr. Dewi Sulistianingsih, SH., M.H.**  
NIP. 198001212005012001

Mengetahui  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
Fakultas Hukum UNNES



  
**Prof. Dr. Martitah, M.Hum**  
NIP. 196205171986091001

## PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul “Efektivitas Pendaftaran Merek Di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo Ditinjau Dari Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis” disusun oleh Naufal Khaidar (NIM. 8111416106), telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 16 September 2020

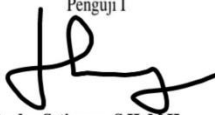
Penguji Utama



Waspiah, S.H., M.H.

NIP. 198104112009122002

Penguji I



Andry Setiawan, S.H., M.H.

NIP. 197403202006041001

Penguji II



Dr. Dewi Sulistianingsih, SH., M.H.

NIP. 198001212005012001

Mengetahui,  
Dekan



Endiyah, S.Pd., S.H., M.Si.

NIP. 197206192000032001

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

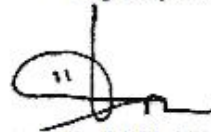
Nama : Naufal Khaidar

NIM : 8111416106

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "EFEKTIVITAS PENDAFTARAN MEREK DI DESA MLANDI KABUPATEN WONOSOBO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS" adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari diketahui adanya plagiasi maka saya siap mempertanggungjawabkan secara hukum.

Semarang, 20 Maret 2020

Yang Menyatakan,



Naufal Khaidar  
NIM. 8111416149

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Naufal Khaidar  
NIM : 8111416106  
Program Studi : Ilmu Hukum (S1)  
Fakultas : Hukum

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Semarang **Hak Bebas Royalti Nonesklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul:

EFEKTIVITAS PENDAFTARAN MEREK DI DESA MLANDI KABUPATEN WONOSOBO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Negeri Semarang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Semarang  
Pada Tanggal : 20 Maret 2020

Yang Menyatakan,



**Naufal Khaidar**  
NIM. 8111416106

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto:**

Dua musuh terbesar kesuksesan adalah penundaan dan alasan.

(Jaya Setiabudi)

### **Persembahan:**

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Nur Efendy dan Ibu Ika himawati yang tiada henti-hentinya selalu memberikan motivasi, semangat, doa dan nasihat kepada anaknya.
2. Adik saya, Sultan savik dan Ziyah Nur Ilma yang selalu memberikan dukungan.
3. Seluruh teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
4. Almamater.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“EFEKTIVITAS PENDAFTARAN MEREK DI DESA MLANDI KABUPATEN WONOSOBO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS”**. Peneliti menyadari Penelitian ini dapat terselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu Peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., selaku Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Rodiyah, S.Pd., S.H., M.Si., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
3. Prof. Dr. Martitah, M.Hum., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
4. Dr. Ali Masyhar, S.H.,M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
5. Tri Sulistiyo, S.H.,M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
6. Aprillia Niravita, S.H., M.kn., selaku Ketua Bagian Perdata Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

7. Dr. Dewi Sulistianingsih, SH., M.H., dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, bantuan, kritik, dan saran yang dengan sabar, ikhlas, dan sepenuh hati sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
9. Ibu Lista Widyastuti, S.H., M.H. selaku Kepala Bidang Pelayanan Hukum Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Tengah telah bersedia memberikan ilmu, wawasan, informasi secara jelas dan rinci dalam penelitian ini.
10. Bapak Moh. Hawary Dahlan, S.H., M.H. selaku Kepala Sub Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Tengah telah bersedia memberikan ilmu, wawasan, informasi secara jelas dan rinci dalam penelitian ini.
11. Bapak Sukir, selaku pemilik produk kopi sukir yang ada di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo yang telah bersedia sebagai narasumber, berbagi informasi ilmu dalam penelitian ini.
12. Bapak Wisnu, selaku pemilik produk kopi mlandi yang ada di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo yang telah bersedia sebagai narasumber, berbagi informasi ilmu dalam penelitian ini.



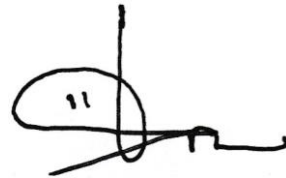
13. Bapak Haryanto, selaku pemilik produk kopi sky yang ada di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo yang telah bersedia sebagai narasumber, berbagi informasi ilmu dalam penelitian ini.
14. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Efendy, Ibu Ika Himawati, Adik Savik dan Ziyah, yang selalu memberikan dukungan baik dalam keadaan suka dan duka atas segala doa, kasih sayang, kepercayaan, semangat, motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Suswanti, yang selalu sabar dan terus memberi semangat, nasihat serta kepercayaan, motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Teman-teman yang selalu mendukung, Fanidio Muhammad, Rahmatiya, Dimas Budi, Mila Bunga, Nanang Suwitnyo, Valentino Apriliananda, Bagas Jaya, Yudha Manggala, Bagus Adhiguna, Andre Wibowo, Juan Damanik,
17. Keluarga baru selama 45 hari KKN Desa Mlandi Ego, Dimas, Martin, Putri, Erla, Maudy, Mei, Lilik, Fitri, Fita, Melya.
18. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang angkatan 2016, yang saling memberikan informasi serta saling memberi semangat.
19. Almamater Universitas Negeri Semarang.

20. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, dan berbagi ilmu pengetahuan dan saran dalam proses penelitian ini hingga selesai.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Akhir kata terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat didalamnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat, menambah ilmu pengetahuan dan wawasan kita semua.

Semarang, 20 Maret 2020

Penulis,

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'N' followed by a series of connected loops and a horizontal stroke at the end.

**Naufal Khaidar**  
NIM. 8111416106

## ABSTRAK

Khaidar, Naufal. 2020. EFEKTIVITAS PENDAFTARAN MEREK DI DESA MLANDI KABUPATEN WONOSOBO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS. Skripsi Bagian Hukum Perdata Dagang. Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

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

Kata Kunci: Potensi,Merek,Hukum

Merek ialah hak yang diberikan bagi pemiliknya atas benda yang tidak berwujud, dalam hal ini berupa nama atau logo untuk membedakan barang/jasa satu sama lain. Desa Mlandi merupakan desa yang kaya akan potensi, salah satu potensi yang menonjol adalah kopi. Namun sangat disayangkan bahwa masyarakat desa masih belum mengerti mengenai pendaftaran merek. Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah pada skripsi ini yaitu: (1) Bagaimana efektivitas peraturan Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis kesadaran masyarakat Desa Mlandi untuk mendaftarkan merek ? (2) Apa kendala yang dihadapi masyarakat Desa Mlandi untuk memperoleh hak kekayaan intelektual dalam pendaftaran merek Kopi Mlandi ?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Empiris dengan pendekatan Kualitatif. Sumber data penelitian berasal dari data primer yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi serta data sekunder yaitu studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan efektivitas hukum terhadap pendaftaran merek yang ada di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo ini bahwa msyarakat belum mngetahui tentang adanya peraturan tersebut dan peraturan Undang-Undang no 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis juga belum efektif di desa karena kurangnya kesadaran hukum. Masyarakat terlalu mengabaikan hukum sehingga banyak para produsen kopi dan para petani kopi belum mengetahui bahwa merek bisa didaftarkan. Kendala-kendala yang dihadapi masyarakat Desa Mlandi yaitu bahwa masyarakat Desa Mlandi kurangnya pendidikan serta kurangnya informasi mengenai peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, Selama ini di desa belum pernah ada sosialisasi dari pemerintah Kabupaten Wonosobo tentang pendaftaran merek atau perlindungan merek. Masalah ekonomipun juga menjadi salah satu kendala yaitu masyarakat beranggapan bahwa hal-hal yang berkaitan dengan hukum itu akan cukup banyak untuk melakukan pengeluaran, Karena para produsen kopi lebih memikirkan produk merek terjual tanpa memikirkan upaya untuk melindungi merek tersebut.

Simpulan penelitian ini bentuk perlindungan hukum terhadap perlindungan merek kopi di Desa Mlandi belum maksimal dikarenakan beberapa faktor tersebut diatas dan banyak masarakat yang merasa tabu terhadap hukum. Saran peneliti terhadap masalah ini adalah supaya masyarakat Desa Mlandi sadar akan pentingnya perlindungan merek terhadap produk kopi yang ada di Desa Mlandi dan tau peraturan tentang perlindungan merek dan indikasi geografis.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR BAGAN .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah .....	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori.....	20
2.3. Landasan Konseptual.....	25
2.3.1. Sejarah Perkembangan merek .....	25
2.3.2 Faktor pendaftaran Indikasi Geografis .....	28
2.3.3. Pengertian Merek dan Ruang Lingkup .....	29

2.3.4 Jenis dan Perlindungan Hukum Terhadap Merek .....	32
2.3.5. Pendaftaran Merek.....	37
2.4. KERANGKA BERPIKIR.....	40
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Pendekatan Penelitian.....	41
3.2. Jenis Penelitian .....	43
3.3. Fokus Penelitian .....	44
3.4. Sumber Data.....	44
3.4.1. Data Primer .....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6. Lokasi Penelitian .....	49
3.7. Validitas Data.....	50
BAB IV .....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Hasil Penelitian Desa.....	58
4.1.1. Gambaran Umum Desa Mlandi Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo .....	58
4.1.2. Struktur Organisasi Kantor Desa Mlandi.....	59
4.1.4. Efektivitas Hukum Pendaftaran Merek Di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.....	62
4.1.5. Kendala Yang Dihadapi Masyarakat Desa Mlandi Untuk Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek .....	63
4.2. Hasil Penelitian Instansi.....	76

4.2.1. Gambaran Umum Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Tengah .....	76
4.2.2. Efektivitas Hukum Pendaftaran Merek Di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.....	81
4.2.3. Kendala Yang Dihadapi Masyarakat Desa Mlandi Untuk Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek .....	82
4.3. Pembahasan.....	86
4.3.1. Efektivitas Hukum Pendaftaran Merek Di Desa Mlandi Kabupaten Wonosobo Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.....	86
4.3.2. Kendala Yang Dihadapi Masyarakat Desa Mlandi Untuk Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek .....	95
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
5.1. Simpulan .....	99
5.2. Saran .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	101
LAMPIRAN .....	105

## DAFTAR SINGKATAN

IPR	: Intellectual Property Rights
HKI	: Hukum Kekayaan Intelektual
TRIPs	: <i>The Agreement of Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights</i>
KUHPer	: Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
WIPO	: <i>World Intellectual Property Organization</i>
KIK	: Kekayaan Intelektual Komunal
DTLST	: Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
WTO	: <i>World Trade Organization</i>
PVT	: Perlindungan Varietas Tanaman
CBD	: <i>Convention on Biological Diversity</i>
PT	: Pengetahuan Tradisional
SDG	: Sumber Daya Genetik
IG	: Indikasi Geografis
PADIA	: Persetujuan Atas Dasar Informasi Awal

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.4 Kerangka Berpikir .....	31
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Kantor Desa Mlandi .....	48
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Jawa Tengah .....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Dokumentasi Bersama Narasumber

Lampiran 2 Surat Keterangan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi  
Manusia Jawa Tengah

Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan  
Hak Asasi Manusia Jawa Tengah

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan Negara hukum, yaitu hukum ini sendiri merupakan aturan atau sebuah perintah yang digunakan sebagai alat untuk mencapai titik keadilan, sudah semestinya tujuan dari hukum ini sendiri agar masyarakat sejahtera terhadap aturan-aturan yang berlaku. Istilah negara hukum termasuk istilah yang masih muda, baru muncul pada abad ke-19, jika dibandingkan dengan istilah-istilah terkenal lainnya dalam ketatanegaraan seperti demokrasi, konstitusi, kedaulatan dan sebagainya. Konsep negara hukum terkait dengan istilah nomokrasi (*nomocratie*) atau kedaulatan hukum yang berarti bahwa penentu dalam penyelenggaraan kekuasaan negara adalah hukum. Konsep negara hukum yang paling dikenal di dunia adalah konsep negara hukum *Rechtsstaat* produk eropa Kontinental serta konsep negara hukum *Rule of Law* produk Anglo Saxon.

Sesuai dengan karakteristiknya Achmad Irwan Hamzani menuliskan dalam sebuah jurnal yustisia (2014 : 137). maksud dari negara hukum ialah bahwa tidak ada satu pun yang berada di atas hukum dan hukumlah yang berkuasa. Penyelegaraan kekuasaan pemerintahan harus didasarkan atas hukum, bukan titah kepala negara. Negara dan lembaga-lembaga lain dalam bertindak apapun harus dilandasi oleh hukum dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Kekuasaan menjalankan

pemerintahan berdasarkan kedaulatan hukum (supremasi hukum) dan bertujuan untuk menyelenggarakan ketertiban hukum.

Perkembangan di bidang ekonomi dan perdagangan semakin meningkat dikarenakan adanya arus globalisasi. Globalisasi menyebabkan terbukanya kesempatan seluas-luasnya arus perdagangan barang dan jasa menembus batas-batas antar negara di dunia yang menandai dimulainya suatu era perdagangan bebas. Produk-produk yang ditawarkan pada era perdagangan bebas sangat beragam sehingga menyebabkan terjadinya perluasan ruang gerak arus transaksi barang dan jasa. Perluasan ruang gerak arus transaksi barang dan jasa menyebabkan konsumen dihadapkan pada pilihan jenis dan harga yang ditawarkan. perkembangan dan kemajuan di Era Globalisasi ini banyak kemajuan yang sangat pesat diantaranya dalam bertindak serta mengolah untuk berfikir terutama dalam bidang intelektual. Tidak jauh dari perkembangan Era Globalisasi yang sekarang ini juga tidaklah lepas dari hukum yang menjadi dasar dari Negara Indonesia. Hukum yang menjadikan sebuah pondasi masyarakat untuk mereka yang melakukan tindakan atau pola pikir manusia dalam mencapai tujuannya.

Karya–karya intelektual manusia adalah merupakan suatu produk olah pikir baik dibidang ilmu pengetahuan maupun seni dan sastra dan sudah sewajarnya apabila negara memberikan perlindungan terhadapnya. Hal ini sejalan dengan pemikiran yang dikemukakan oleh *Arpad Bogisch*,: *Humans genius is the source of all work , of art and inventions. These works are guarantee of a life worthy of men. It*

*is the duty of the state to ensure with diligence the protection of the arts and inventions* Niken prasetyawati (2011 : 69). Menurut karakteristik dari jurnal hukum yang ditulis Fajar Alamsyah Akbar (2016 : 2). Hak Atas Kekayaan Intelektual pertama kali muncul di Venesia (Italia) pada tahun 1470 dan berkaitan dengan hak paten kemudian di adopsi Kerajaan Inggris pada tahun 1500-an dan mulai di adopsi banyak negara-negara di dunia dan dilakukan harmonisasi yang pertama kali terjadi tahun 1883 dengan lahirnya *Paris Convention* untuk masalah paten, merek dagang dan desain.

Menurut karakteristik tentang hak kekayaan intelektual juga mempunyai peranan perlindungan hukum, Maria Alfons dalam jurnal legalisasi Indonesia (2017:302) berpendapat bahwa Perlindungan dimaksud agar pemilik KI baik perorangan, kelompok atau badan usaha dapat menggunakan haknya atau mengeksplorasi kekayaannya dengan aman yang pada gilirannya dapat menciptakan iklim ekonomi dari hasil yang dikaryakannya dan dapat menciptakan iklim ekonomi juga bagi negara sehingga dapat memberikan manfaat dan kesejahteraan bagi bangsanya karena adanya perlindungan. HKI merupakan benda tidak berwujud hasil kegiatan intelektual (daya cipta) manusia yang diungkapkan ke dalam suatu bentuk ciptaan atau penemuan tertentu. Kegiatan intelektual (daya cipta) terdapat dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi. Dari segi hukum, perlu dipahami bahwa yang dilindungi oleh hukum adalah HKI, bukan benda material bentuk jelmaan HKI. Alasannya adalah HKI merupakan Hak Eksklusif yang hanya ada dan

melekat pada pemilik atau pemegang hak, sehingga pihak lain apabila ingin memanfaatkan atau menggunakan hak tersebut untuk menciptakan atau memproduksi benda material bentuk jelmaannya wajib memperoleh lisensi (izin) dari pemilik atau pemegang hak.

Merek yang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI) ialah hak yang diberikan bagi pemiliknya atas benda yang tidak berwujud, dalam hal ini berupa nama atau logo untuk membedakan barang/jasa satu sama lain. Berbagai instrumen hukum baik internasional maupun nasional telah mencoba memformulasikan perlindungan Merek sebagai bagian dari HKI, baik mengenai hak eksklusif bagi pemilik Merek maupun bagi konsumen. Konvensi dan peraturan perundang-undangan ini bertujuan untuk menjamin keseimbangan antara kepentingan para pihak yakni produsen, konsumen dan pelaku usaha. Hukum nasional tidak akan terlepas dari pengaruh hukum internasional, demikian pula dalam pengaturan mengenai Merek di Indonesia. Dalam tulisan ini, akan dibahas secara khusus mengenai perkembangan hukum Merek di Indonesia, pernyataan tersebut ter kutip dalam *Fiat justitia* jurnal ilmu hukum Laina Rafianti, (2013 : 1).

Produk bagi pihak produsen merupakan benda mati yang memberikan nyawa atau roh dari suatu produk adalah merek, sehingga hidup atau matinya suatu produk ditentukan oleh merek tersebut. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Insan Budi Maulana, merek dapat dianggap sebagai “roh” bagi suatu produk barang atau jasa (Manalu, 2000 : 33). Setiap produk pasti memiliki sebuah merek yang digunakan

untuk membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Merek sendiri sangatlah penting karena menjadi sebuah peranan untuk adanya label pada suatu barang atau benda tersebut. Produsen yang memiliki sebuah produk diharuskan untuk memiliki merek untuk membedakan ketika konsumen akan membeli atau ingin memiliki produk tertentu.

Peranan hukum dalam menjaga konstabilitas agar tetap teratur sesuai dengan aturan yang ada di Indonesia, ini juga berpengaruh besar terhadap perlindungan hak atas merek. Enny Mirfa (2016:66). Dalam jurnal Hukum Samudra Keadilan berpendapat bahwa, Berdasarkan Pasal 3 UU No.14 Th 1994 jo UU No.15 Th 2001, hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan Negara kepada pemilik merek terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum atau menggunakannya. Hak atas merek merupakan salah satu hak kekayaan intelektual yang harus dilindungi oleh Negara. Karena merek mempunyai fungsi yaitu sebagai alat pembeda antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain, terutama barang atau jasa yang sejenis. Sehingga masyarakat dapat mengerti serta dapat membedakannya antara merek terkenal dan tidak terkenal. Karena merek mempunyai arti yang sangat penting maka perlu adanya perlindungan terhadap merek atau hak atas merek kepada pemegang merek terdaftar.

Pemberian perlindungan hak atas merek, hanya diberikan kepada pemilik merek yang mereknya sudah terdaftar saja. Perlindungan merek diberikan manakala terjadi suatu pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hak terhadap suatu merek. Dalam dunia perdagangan merek mempunyai peranan yang penting, karena dengan merek yang terkenal maka akan dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha terutama dalam hal pemasaran. Dalam dunia perdagangan sering terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal. Penyebab pelanggaran hak atas merek yang ada di Indonesia adalah Undang-Undang HKI masih lemah, sehingga masyarakat lebih senang membeli produk murah meskipun itu kualitas rendah. Serta lemahnya pengawasan dan pelaksanaan peraturan tersebut, animo masyarakat terhadap produk bermerek tapi harganya murah dan yang paling utama adalah tingkat kesadaran masyarakat terhadap pelanggaran merek sangatlah rendah. Disini tingkat kesadaran yang sangatlah rendah merupakan acuan utama dalam peranan hukum untuk menstabilisasikan terhadap masyarakat akan kesadaran hukum tentang pelanggaran suatu hak merek.

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, hak atas indikasi geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan atas indikasi geografis tersebut masih ada. Dalam indikasi geografis terdapat hak-hak yang memungkinkan untuk mencegah penggunaan oleh pihak ketiga yang



produknya tidak sesuai dengan standar yang berlaku. Perlindungan indikasi geografis menjadi penting karena indikasi geografis juga merupakan hak milik yang memiliki nilai ekonomis, sehingga perlu mendapat perlindungan hukum. Indikasi geografis juga merupakan tanda pengenal atas barang yang berasal dari wilayah tertentu atau nama dari barang yang dihasilkan dari suatu wilayah tertentu dan secara tegas tidak bisa dipergunakan untuk produk sejenis yang dihasilkan dari wilayah lain. Selain itu, indikasi geografis juga dapat menjadi indikator kualitas yang menginformasikan kepada konsumen bahwa barang tersebut dihasilkan dari suatu lokasi tertentu dimana pengaruh alam sekitar menghasilkan kualitas barang dengan karakteristik tertentu yang terus dipertahankan reputasinya. Indikasi geografis dapat juga merupakan strategi bisnis yang dapat memberikan nilai tambah komersial terhadap produk karena orisinalitasnya dan limitasi produk yang tidak bisa diproduksi daerah lain.

Indikasi Geografis adalah jenis Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang mulai dikembangkan beberapa tahun terakhir ini. Jenis perlindungan Indikasi Geografis memiliki kekhasan dari Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang lain, yaitu dicirikan adanya kepemilikan secara komunal dan biasanya mengidentifikasi daerah sebagai ciri khasnya. Menurut Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia

atau kombinasi dari kedua faktor tersebut mem-berikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. Rusli Masrur, (2018 : 195)

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya banyak menyukai kopi dari berbagai macam serta varian kopi yang ada di berbagai desa,kecamatan ataupun antar kota di Indonesia. Dari berbagai macam kopi tersebut pastinya memiliki berbagai merek dari masing-masing label kopi tersebut, seperti halnya contoh kopi mlandi, kopi sukir, kopi toraja, kopi gayo, kopi temanggung dll. Kopi Secara umum, terdapat dua jenis biji kopi, yaitu arabika (kualitas terbaik) dan robusta. Sejarah mencatat bahwa penemuan kopi sebagai minuman berkhasiat dan berenergi pertama kali ditemukan oleh Bangsa Etiopia dibenua Afrika sekitar 3000 tahun (1000 SM) yang lalu. Kopi kemudian terus berkembang hingga saat ini menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Kopi adalah bidang perkebunan yang paling dekat dengan masyarakat, dari golongan bawah sampai atas. Kopi pun salah satu andalan hasil perkebunan yang di ekspor selain kakao, sawit, maupun karet.

Hal ini diharapkan dapat meningkatkan hasil devisa negeri. Berdasarkan data statistik Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Tengah tahun 2014, kopi adalah salah satu komoditas perkebunan yang berpotensi terutama jika dilihat dari proporsi luas lahan tanaman kopi, khususnya kopi jenis robusta seluas 8.158,55 hektar dengan produksi 7.388,79 ton. Kabupaten Wonosobo juga dikenal sebagai salah satu daerah penghasil

kopi robusta di Indonesia, yang tersebar di beberapa kecamatan dan desa . Diantaranya desa yang penghasil kopi daerah kabupaten Wonosobo yaitu Desa Mlandi, Maron, Telaga Menjer dll. Dan dari setiap desa mempunyai merek masing-masing yang membedakan dari kopi satu ke kopi yang lainnya.

Desa Mlandi merupakan desa yang berada di Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo yang cukup dikenal dengan kopinya tersebut. Desa mlandi memiliki 3 jenis kopi yang berbeda yaitu kopi mlandi, kopi sukir dan kopi sky. Ketiga kopi ini sudah terkenal di Desa, Kecamatan, maupun Kota, dikarenakan memiliki ciri yang khas dari rasa serta tekstur pengolahannya. Rasa yang ditimbulkan manis seperti gula jawa, rasa tersebut merupakan rasa khas yang asli dari Gunung Bismo yang terletak di Wonosobo. Dengan pengolahannya yang masih alami kopi ini mulai disukai oleh masyarakat dan bahkan para mancanegarapun sudah ada yang pernah untuk membeli kopi tersebut. Suatu permasalahan dalam kopi ini adalah merek kopi ini belum terdaftar secara sah dimata hukum. Hal itu yang menjadi persoalan ketika suatu saat merek kopi ini ada yang melakukan pembajakan ataupun pelanggaran pada merek kopi ini tersebut. Berdasarkan atas keresahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai ” **EFEKTIVITAS PENDAFTARAN MEREK DI DESA MLANDI KABUPATEN WONOSOBO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS** “

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka penulis telah mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum bagi masyarakat Desa Mlandi dalam melindungi produk mereka yaitu produk kopi yang sesuai dalam undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis;
2. Rendahnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perlindungan hukum terhadap merek;
3. Peran pemerintah yang dinilai belum maksimal dalam mensosialisasikan pentingnya pendaftaran merek yang ada di Desa Mlandi;
4. Pencurian, pengakuan dan pembajakan merek memberikan beberapa dampak yang merugikan bagi Indonesia terutama di bidang ekonomi
5. Kurangnya penerapan Peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah bertujuan agar penelitian lebih terfokus pada permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini saja dan tidak meluas di luar tujuan penelitian, sehingga penulis merasa perlu melakukan pembatasan terhadap identifikasi permasalahan di atas yang meliputi :

1. Efektivitas hukum di Desa Mlandi tentang Peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi geografis;

2. Penerapan Peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi geografis;
3. Kendala yang terjadi di Desa Mlandi dalam pelaksanaan Peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana efektivitas peraturan Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis kesadaran masyarakat Desa Mlandi untuk mendaftarkan merek ?
2. Apa kendala yang dihadapi masyarakat Desa Mlandi untuk memperoleh hak kekayaan intelektual dalam pendaftaran merek ?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Mengetahui tentang Peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.
2. Menjalankan peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.
3. Mengetahui dan menganalisis apa saja kendala-kendala masyarakat Desa Mlandi dalam mendaftarkan produknya yaitu kopi

4. Mengetahui dan menganalisa manfaat yang diperoleh Desa Mlandi ataupun masyarakat Desa mlandi jika mendaftarkan mereknya ke Dirijen Jendral Kekayaan Intelektual

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian pastilah mempunyai manfaat yang berguna. Adapun manfaat penelitian ini antara lain adalah:

1. Secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu pengetahuan hukum khususnya hukum kekayaan intelektual perlindungan hak atas merek
2. Secara praktis diharapkan menjadi masukan untuk Desa Mlandi dan pemerintah Kabupaten Wonosobo dalam melakukan perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual.

## BAB II

### TINJAUAN KEPUSTAKAAN

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian dan kajian terkait kekayaan intelektual tentang perlindungan merek telah banyak dituangkan ke dalam bentuk buku, karya tulis, dan penelitian lainnya. Sehingga untuk menjaga orisinalitas tulisan yang telah dibuat oleh Peneliti sekaligus untuk mengetahui posisi penyusun dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti perlu memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang ada kaitannya atau relevan dengan masalah yang ada pada tulisan yang akan menjadi objek penelitian untuk menghindari terjadinya kesamaan dalam pembahasan dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, yang didalamnya membahas mengenai hal-hal yang terkait dengan perlindungan hukum kekayaan intelektual pada merek. Penelitian lain hanya akan penulis paparkan inti dari isi penelitiannya saja, sehingga pada akhirnya akan diketahui bahwa penulisan ini memiliki hasil akhir yang berbeda dengan penelitian terdahulu

1. Skripsi Irsalina Julia Ermin, Fakultas Hukum Universitas HasanuddinMakasar, 2016 dengan judul” Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang Menggunakan Kata Milik Umum” berisikan tentang Kata mendoan merupakan suatu tanda *misdescriptive* yaitu merek yang meberikan keterangan keliru tentang barang produksi dimana jika ingin didaftarkan sebagai merek harus membangun *secondary meaning* terlebih dahulu tetapi pada hal ini pelaku usaha tidak

membangun *secondary meaning* sehingga kata mendoan tersebut seharusnya tidak dapat didaftarkan sebagai merek di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual karena bertentangan dengan pasal 5 huruf (c) UU No. 15 Tahun 2001. Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual menerima pendaftaran kata Mendoan menjadi merek dengan pertimbangan kata mendoan tidak mempunyai keterkaitan dengan barang produksi yang didaftarkan sehingga Ditjen HKI pada saat itu menerima permohonan pendaftaran kata Mendoan tersebut menjadi sebuah merek. Tetapi menurut penulis, pertimbangan Ditjen HKI tidak tepat karena jika merek terdaftar tidak mempunyai keterkaitan dengan barang produksi, pada hal ini sangat jelas jika barang produksi yang didaftarkan masih mempunyai keterkaitan dengan kata Mendoan tersebut. Meskipun Merek Mendoan telah dihapuskan, namun Direktorat Jenderal HKI telah keliru dalam penghapusan merek tersebut. Penghapusan yang diprakarsai oleh pihak ketiga harus melalui gugatan ke Pengadilan Niaga, tetapi dalam hal ini Direktorat Jenderal HKI menghapus Merek Mendoan hanya dengan alasan permohonan pihak ketiga saja tanpa adanya gugatan melalui Pengadilan Niaga. Merujuk pada ketentuan yang berlaku, jika ingin meniadakan Merek Mendoan yang terdaftar seharusnya langkah yang Ditjen HKI lakukan ialah membatalkan merek tersebut karena bertentangan dengan Pasal 5 UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

2. Skripsi Herdin Rakhmat Septianto, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017 yang berjudul “Analisis Yuridis Perlindungan



Hukum Terhadap Hak Merek Home Industries Alat Musik Gitar Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Dan Indikasi Geografis” berisikan tentang pemahaman pengrajin gitar terhadap perlindungan merek gitar masih rendah, disebabkan para pengrajin beranggapan pendaftaran merek tidak terlalu penting akibat dari kurangnya sosialisasi dari Disperindag mengenai Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis. Kendala yang dihadapi oleh pemilik atau pengusaha gitar terkait penggunaan merek dikarenakan ketidaktahuan mengenai proses pendaftaran merek yang rumit, sehingga membuat para pengrajin tidak mendaftarkan mereknya, karena harus mengeluarkan biaya administrasi terlalu mahal.

3. Skripsi Safira Maharani, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016 yang berjudul ” Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Pertama Merek Dalam Tindakan Passing Off” berisi tentang Perlindungan hukum terhadap merek dari tindakan *passing off* dalam konstitusi hukum Indonesia belum diatur dalam peraturan perundang-undangan merek di Indonesia secara spesifik begitu juga terhadap merek terkenal, karena *passing off* pada suatu merek biasa dikenal dalam sistem *common law* hanya untuk merek terkenal yang telah memiliki reputasi. Mengenai *passing off* terdapat beberapa Pasal yang menyiratkan ketermuatannya dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek diantaranya Pasal 4, Pasal 6, Pasal 76, Pasal 91 serta Pasal 15 ayat (1), Pasal 16 ayat (1) *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual*

*Property Rights Including Trade in Counterfeit Goods/ (TRIPs)*. Interpretasi hakim dalam pertimbangan hukum pada kasus *white horse* ini kurang tepat atau keliru, sebab terjadinya ketidaksesuaian dengan fakta hukum dan alasan-alasan hukum yang diketemukan, karena dalam hal ini Majelis Hakim tidak merujuk kepada yurisprudensi kasus merek yang pernah ada dan terkesan mengesampingkan ketentuan sistem konstitutif (*first to file*) yang dianut dalam Undang-undang merek di Indonesia serta cenderung melihat hanya dari sisi pembuktian pihak Termohon kasasi saja, sehingga cukup terbukti dan beralasan terhadap putusan pada *judex facti* dan *judex juris* untuk dibatalkan.

4. Skripsi Meti Indah Sari, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2018, yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Bereputasi Asing Yang Belum Terdaftar Di Indonesia” berisi tentang Indonesia menganut sistem konstitutif maka dari itu untuk mendapatkan kepastian hukum serta mendapatkan hak eksklusif dari merek tersebut maka merek tersebut haruslah terlebih dahulu didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Perlindungan hukum kekayaan intelektual bersifat teritorial dimana merek tersebut didaftar disitulah merek tersebut mendapatkan perlindungan hukum. Apabila merek terdaftar di luar negeri tetapi tidak terdaftar di Indonesia maka merek tersebut tidak akan mendapatkan perlindungannya di Indonesia. Hal ini sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyebutkan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Dengan hal yang demikian bukan berarti merek yang telah

terlebih dahulu terdaftar di luar negeri tidak bisa mendapatkan perlindungan hukumnya di Indonesia, pemilik merek senior asing tetap bisa mendapatkan perlindungan hukumnya di Indonesia dengan mendaftarkan mereknya dengan cara mengajukan permohonan pendaftaran pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

5. Skripsi Muhammad Dany Setiawan, Fakultas Hukum Universitas Lampung 2016, yang berjudul “Perlindungan Hukum Merek Di Indonesia (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.sus-HKI/2015 antara PT Inter IKEA System BV Swedia Dengan PT Ratania Khatulistiwa” berisi tentang Pengaturan hukum merek di Indonesia adalah berawal dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Secara khusus pengaturan tentang merek terkenal asing di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek dan diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1997 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, dan pada tahun 2001 sampai dengan saat ini berlaku Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. IKEA Swedia merupakan merek terkenal karena memenuhi 3 kriteria yang di atur dalam Pasal 6 Ayat (1) huruf b dalam Undang-Undang Merek, yaitu promosi yang gencar dan besar-besaran yang dilakukan merek IKEA baik pada media cetak maupun media elektronik, kemudian investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan oleh IKEA, disertai bukti pendaftaran merek di beberapa negara dimana IKEA Swedia saat ini mempunyai 364 toko yang tersebar

di 46 Negara dan oleh sebab itu pengetahuan umum masyarakat mengenai merek IKEA dibidang usaha yang bersangkutan pun tinggi.

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil	Orisinalitas
1	Irsalina Julia Ermin, Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin Makasar, 2016 Skripsi	Tinjauan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Yang Menggunakan Kata Milik Umum	Dalam penelitian tersebut membahas tentang pendaftaran merek yang menggunakan kata milik umum yaitu “mendoan” Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual menerima pendaftaran kata mendoan menjadi merek dengan pertimbangan kata mendoan tidak mempunyai keteraitan dengan barang produksi yang didaftarkan. Akan tetapi menurut penulis disini mendoan kata yang didaftarkan merek itu tidak tepat.	Persamaan: Dalam skripsi ini sama-sama membahas tentang pendaftaran merek hanya berbeda sebuah produk yang akan didaftarkan  Perbedaan: Merek yang akan didaftarkan berbeda dan juga diskripsi ini bahwa kata mendoan tidaklah tepat untuk didaftarkan di DJKI
2	Herdin Rakhmat Septianto, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017 Skripsi	Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Home Industries Alat Musik Gitar Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Dan Indikasi Geografis	Penelitian tersebut membahas tentang perlindungan hukum terhadap pengrajin gitar yang ada di Desa Ngrombo Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo yang masih rendah dikarenakan para pengrajin menjual tanpa menggunakan merek, sehingga para pengrajin beranggapan bahwa merek tidak terlalu penting. Dan rendahnya pemahaman mengenai perlindungan merek akibat kurangnya sosialisasi dengan Disperindag.	Persamaan : Dalam skripsi ini sama-sama membahas mengenai perlindungan hukum yaitu merek pada sebuah gitar yang asli di Desa Ngrombo  Perbedaan : Perbedaan disini adalah objek yang belum mempunyai merek dan menjual

				tanpa merek
3	Safira Maharani, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,2016  Skripsi	Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Pertama Merek Dalam Tindakan Passing Off	Penelitian tersebut membahas tentang perlindungan hukum terhadap merek dari tindakan <i>passing off</i> dalam konstitusi Indonesia belum diatur dalam peraturan perundangan merek di Indonesia secara spesifik begitu juga terhadap merek terkenal, karena <i>passing off</i> pada suatu merek biasa dikenal dengan sistem <i>Common Law</i> hanya untuk merek terkenal yang telah memiliki reputasi.	Persamaan :  Persamaan disini yaitu membahas tentang perlindungan hukum terhadap sebuah merek  Perbedaan :  Berbeda dalam skripsi ini membahas tentang merek dalam tindakan <i>passing off</i>
4	Meti Indah Sari, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,2018  Skripsi	Perlindungan Hukum Terhadap Merek Bereputasi Asing Yang Belum Terdaftar Di Indonesia	Penelitian tersebut membahas tentang pendaftaran pada suatu merek perlindungan hukum kekayaan intelektual bersifat territorial, dimana merek tersebut didaftarkan disitulah merek tersebut mendapatkan perlindungan hukum. Apabila merek terdaftar diluar negeri tetapi tidak terdaftar di Indonesia maka merek tersebut tidak ada perlindungan hukumnya di Indonesia.	Persamaan :  Dalam skripsi ini sama-sama membahas mengenai perlindungan hukum terhadap merek yang belum terdaftar  Perbedaan :  Perbedaan dalam skripsi ini yaitu tidak ada suatu produknya yang dibahas melainkan lebih meluas tentang pendaftaran pada suatu merek
5	Muhammad Dany Setiawan, Fakultas Hukum Universitas Lampung,2016  Skripsi	Perlindungan Hukum Merek Di Indonesia (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 264 K/Pdt.sus-HKI/2015 antara PT Inter IKEA System BV Swedia	Pada penelitian ini membahas tentang pengaturan hukum merek di Indonesia adalah berawal dari Undang-Undang Nomor 21 tahun 1961 tentang merek perusahaan dan merek perniagaan. Secara khusus pengaturan tentang merek terkenal asing di Indonesia diatur	Persamaan :  Dalam skripsi ini sama-sama membahas tentang pengaturan hukum merek di Indonesia

		Dengan PT Ratania Khatulistiwa	dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 1992 tentang merek dan diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 tahun 1997 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 19 tahun 1992 tentang merek. Merek IKEA Surabaya belum memiliki kepentingan dalam gugatannya dikarenakan pendaftaran merek IKEA yang dilakuka di Surabaya belum pernah diperiksa oleh Dirjen HKI.	Perbedaan :  Perbedaan dalam skripsi ini yaitu tidak adanya objek dan tidak membahas tentang perlindungan hukum pada merek yang belum terdaftar di DJKI
--	--	--------------------------------	--	---

Berbeda dengan penelitian ini, pertama peneliti membahas mengenai kendala apa yang dihadapi masyarakat dalam mendaftarkan sebuah produk ataupun merek. pembahasan yang kedua yaitu tentang upaya perlindungan hukum yang dilakukan oleh Desa maupun Pemerintah terhadap potensi atau produk kekayaan intelektual di Desa Mlandi Kecamatan Garung Kabupaten Wonosobo. Kemudian Pembahasan yang ketiga dalam penelitian ini, membahas tentang manfaat apa saja yang diperoleh jika merek sudah terdaftar di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.

## **2.2. Landasan Teori**

### **a. Teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto**

Persoalan efektivitas hukum mempunyai hubungan sangat erat dengan persoalan penerapan, pelaksanaan dan penegakan hukum dalam masyarakat demi tercapainya tujuan hukum. Artinya hukum benar-benar berlaku secara filosofis, yuridis dan sosiologis.

Soerjono Soekanto mengemukakan bahwa efektivitas hukum berkaitan erat dengan faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Usaha menanamkan hukum di dalam masyarakat, yaitu penggunaan tenaga manusia, alat-alat, organisasi, mengakui, dan menaati hukum.
- b. Reaksi masyarakat yang didasarkan pada sistem nilai-nilai yang berlaku. Artinya masyarakat mungkin menolak atau menentang hukum karena takut pada petugas atau polisi, menaati suatu hukum hanya karena takut terhadap sesama teman, menaati hukum karena cocok dengan nilai-nilai yang dianutnya.
- c. Jangka waktu penanaman hukum yaitu panjang atau pendek jangka waktu dimana usaha-usaha menanamkan itu dilakukan dan diharapkan memberikan hasil. (Soekanto 1985 : 45) Teori ini menjelaskan mengenai bekerjanya suatu aturan Perundang-Undangan ketika diterapkan dalam masyarakat, termasuk di dalamnya adalah penjelasan mengenai hambatan-hambatan (Dewata dan Achmad, 2017: 141). Efektivitas hukum berarti bahwa orang benar-benar berbuat sesuai dengan norma-norma hukum sebagaimana mereka harus berbuat, bahwa norma-norma diterapkan dan dipatuhi (Kelsen, 2014: 53) Teori efektivitas hukum menurut Soerjono Soekanto (2008:8) adalah bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 faktor, yaitu;

1. Faktor Hukum

Hukum mengandung unsur keadilan, kepastian dan kemanfaatan. Dalam praktik penerapannya tidak jarang terjadi pertentangan antara kepastian hukum dan keadilan. Kepastian Hukum sifatnya konkret berwujud nyata, sedangkan keadilan

bersifat abstrak sehingga ketika seorang hakim memutuskan suatu perkara secara penerapan Undang-Undang saja, maka ada kalanya nilai keadilan itu tidak tercapai. Maka, ketika melihat suatu permasalahan mengenai hukum setidaknya keadilan menjadi prioritas utama, karena hukum tidak semata-mata dilihat dari sudut hukum tertulis saja, melainkan juga ikut mempertimbangkan faktor-faktor lain yang berkembang dalam masyarakat. Sementara dari sisi lain, keadilan pun masih menjadi perdebatan disebabkan keadilan mengandung unsur subyektif yang sangat tergantung pada nilai-nilai intrinsik subyektif dari masing-masing orang.

## 2. Faktor Penegak Hukum

Penegakan hukum berkaitan dengan pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum (*law enforcement*). Bagian-bagian *law enforcement* itu adalah aparaturnya penegak hukum yang mampu memberikan kepastian, keadilan, dan kemanfaatan hukum secara proporsional. Aparaturnya penegak hukum melingkupi pengertian mengenai institusi penegak hukum dan aparat penegak hukum, sedangkan aparat penegak hukum dalam arti sempit dimulai dari kepolisian, kejaksaan, kehakiman, penasehat hukum, dan petugas sipil lembaga pemasyarakatan. Setiap aparat dan aparaturnya diberikan kewenangan dalam melaksanakan tugasnya masing-masing yang meliputi kegiatan penerimaan laporan, penyelidikan, penyidikan, penuntutan, pembuktian, penjatuhan vonis, dan pemberian sanksi serta upaya pembinaan kembali terpidana.



Ada tiga elemen penting yang memengaruhi mekanisme bekerjanya aparat dan aparatur penegak hukum, antara lain: (a) institusi penegak hukum beserta berbagai perangkat sarana dan prasarana pendukung dan mekanisme kerja kelembagaannya; (b) budaya kerja yang terkait dengan aparatnya, termasuk mengenai kesejahteraan aparatnya; dan (c) perangkat peraturan yang mendukung baik kinerja kelembagaannya maupun yang mengatur materi hukum yang dijadikan standar kerja, baik hukum materilnya maupun hukum acaranya. Upaya penegakan hukum secara sistematis haruslah memperhatikan ketiga aspek itu secara simultan, sehingga proses penegakan hukum dan keadilan secara internal dapat diwujudkan secara nyata.

### 3. Faktor sarana atau fasilitas hukum

Fasilitas pendukung secara sederhana dapat dirumuskan sebagai sarana untuk mencapai tujuan. Ruang lingkupnya terutama adalah sarana fisik yang berfungsi sebagai faktor pendukung. Fasilitas pendukung mencakup tenaga manusia yang berpendidikan dan terampil, organisasi yang baik, peralatan yang memadai, keuangan yang cukup, dan sebagainya. Selain ketersediaan fasilitas, pemeliharaan pun sangat penting demi menjaga keberlangsungan. Sering terjadi bahwa suatu peraturan sudah difungsikan, padahal fasilitasnya belum tersedia lengkap. Kondisi semacam ini hanya akan menyebabkan kontra-produktif yang harusnya memperlancar proses justru mengakibatkan terjadinya kemacetan.

### 4. Faktor masyarakat

Penegakan hukum bertujuan untuk mencapai kedamaian dalam masyarakat. Masyarakat mempunyai pendapat-pendapat tertentu mengenai hukum. Artinya, efektivitas hukum juga bergantung pada kemauan dan kesadaran hukum masyarakat. Kesadaran yang rendah dari masyarakat akan mempersulit penegakan hukum. Adapun langkah yang bisa dilakukan adalah sosialisasi dengan melibatkan lapisan-lapisan sosial, pemegang kekuasaan dan penegak hukum itu sendiri. Perumusan hukum juga harus memerhatikan hubungan antara perubahan-perubahan sosial dengan hukum yang pada akhirnya hukum bisa efektif sebagai sarana pengatur perilaku masyarakat.

#### 5. Faktor kebudayaan

Faktor kebudayaan yang sebenarnya bersatu padu dengan faktor masyarakat sengaja dibedakan, karena di dalam pembahasannya diketengahkan masalah sistem nilai-nilai yang menjadi inti dari kebudayaan spiritual atau nonmaterial. Hal ini dibedakan sebab sebagai suatu sistem (atau subsistem dari sistem kemasyarakatan), hukum mencakup struktur, substansi, dan kebudayaan. Struktur mencakup wadah atau bentuk dari sistem tersebut, umpamanya, mencakup tatanan lembaga-lembaga tersebut, hak-hak dan kewajiban-kewajibannya, dan seterusnya

Kelima faktor di atas saling berkaitan dengan erat, karena merupakan esensi dari penegak hukum, juga merupakan tolak ukur dari pada efektivitas hukum.

## **2.3. Landasan Konseptual**

### **2.3.1. Sejarah Perkembangan merek**

Undang-undang yang tertua di Indonesia ditetapkan oleh Pemerintah jajahan melalui *Reglement Industriële Eigendom Kolonien 1912* (Peraturan Hak Milik Industri Kolonial 1912). Peraturan ini diberlakukan untuk wilayah-wilayah Indonesia, Suriname, dan Curacao. Peraturan ini disusun dan mengikuti sistem Undang-Undang Merek Belanda dan menerapkan prinsip konkordansi yaitu ketentuan perundang-undangan yang dibuat, disahkan oleh dan berasal dari negara penjajah yang juga diterapkan pada negara jajahannya. Dalam peraturan itu, perlindungan merek diberikan selama 20 tahun dan tidak mengenal penggolongan kelas barang seperti yang diatur dalam Perjanjian Nice (*Nice Agreement*) tentang Klasifikasi Barang (*Goods Classification*). Selain itu, dalam Undang-Undang Merek tersebut tidak terdapat sanksi pidana terhadap pelanggar merek. Undang-Undang Merek tersebut berjumlah 27 pasal dan proses pendaftaran merek dilakukan oleh suatu lembaga bernama *Hulpbureau*.(Maulana, 1999:7)

Aturan merek tersebut berlaku sampai dengan Indonesia merdeka sebagai hukum positif, ketentuan ini berdasarkan pada Pasal 2 Aturan Peralihan Undang-Undang Dasar 1945 yang menjelaskan bahwa segala badan negara dan peraturan yang ada masih tetap berlaku selama belum diadakan yang baru menurut Undang-Undang Dasar. Berangkat dari hal itu maka setelah Indonesia merdeka pada tanggal 17 Agustus 1945, RIE dinyatakan terus berlaku hingga ketentuan tersebut diganti dengan Undang-Undang Nasional yang memuat ketentuan-ketentuan tentang Merek

yang pertama di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan.(Kansil 1997 :30)

Sejarah merek dapat ditelusuri bahkan mungkin berabad-abad sebelum Masehi. Sejak zaman kuno, misalnya periode *Minoan*, orang sudah memberikan tanda untuk barang-barang miliknya, hewan bahkan manusia. Di era yang sama bangsa Mesir sudah menerakan namanya untuk batu bata yang dibuat atas perintah Raja. Perundang-undangan tentang Merek dimulai dari *Statute of Parma* yang sudah mulai memfungsikan merek sebagai pembeda untuk produk berupa pisau, pedang, atau barang dari produk tembaga lainnya.

Penggunaan merek dagang dalam pengertian yang kita kenal sekarang ini mulai dikenal tidak lama setelah Revolusi Industri pada pertengahan abad XVIII. Pada saat itu sistem produksi yang berasal dari abad pertengahan yang lebih mengutamakan keterampilan kerja tangan, berubah secara radikal sebagai akibat digunakannya mesin-mesin dengan kapasitas produksi yang tinggi. Akibatnya terkumpul hasil produksi dalam unit-unit besar dan membutuhkan sistem distribusi baru guna penyaluran barang-barang tersebut dalam masyarakat.

Bersamaan dengan berkembangnya industri, berkembang pula penggunaan iklan untuk memperkenalkan produk. Sejalan dengan berkembang dan meningkatnya penggunaan iklan, maka meningkat pula penggunaan merek dalam fungsinya yang modern, yaitu sebagai tanda pengenal akan asal atau sumber produsen dari barang-barang yang bersangkutan. Pada masa itu, telah dikenal penggunaan merek perniagaan (*marques de commerce, trademark, merk*) dalam pengertian sendiri

sebagai tandingan merek perusahaan (*marques de febrique, manufacture's mak, fabrieksmerekem*). Asal muasal perbedaan ini karena di Perancis pada waktu itu merek dari pedagang sutra lebih penting dari pada merek yang berasal dari perusahaan kain sutranya, sehingga para pedagang sutra yang bersangkutan merasa berkepentingan untuk dapat menggunakan atau melindungi merek mereka, seperti halnya para pengusaha pabrik dengan merek perusahaannya.

Pembedaan ini kemudian diakui secara resmi dalam hukum Perancis pada 1857. Pembedaan itu juga dianut oleh banyak Negara didunia, termasuk di Inggris pada 1962, Amerika Serikat pada 1870 dan 1876, sedangkan di Belanda tertuang dalam *Merkenwet* 1893. Dari sejarah perkembangannya, diketahui bahwa hukum merek yang berkembang pada pertengahan abad XIX, sebagian sebagai dari hukum yang mengatur masalah persaingan curang dan pemalsuan barang. Norma dasar perlindungan merek bahwa tidak ada seorang pun berhak menawarkan barangnya kepada masyarakat seolah-olah sebagai barang pengusaha lainnya, yaitu dengan menggunakan merek yang sama yang dikenal oleh masyarakat sebagai merek pengusaha lainnya. Lambat laun perlindungan diberikan sebagai suatu pengakuan bahwa merek tersebut sebagai milik dari orang yang telah memakainya sebagai tanda pengenal dari barang-barangnya dan untuk membedakannya dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut. Pengakuan tersebut didasarkan pada pengenalan atau pengetahuan masyarakat bahwa merek dagang itu berfungsi sebagai ciri pembeda. Pengenalan tersebut mendorong masyarakat untuk membeli barang yang memakai merek tertentu itu, sehingga menjadikannya sebagai objek hak milik

dari pemilik merek yang bersangkutan, sebagaimana telah dikutipkan dalam buku yang berjudul Hukum Merek Trademark Law.(Jened, 2015: 2).

### **2.3.2 Faktor pendaftaran Indikasi Geografis**

Indikasi Geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor alam, faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Hal itu berarti bahwa indikasi geografis adalah suatu indikasi atau identitas dari suatu barang yang berasal dari suatu tempat, daerah atau wilayah tertentu yang menunjukkan adanya kualitas, reputasi, dan karakteristik termasuk faktor alam dan faktor manusia yang dijadikan atribut dari barang tersebut. Tanda yang digunakan sebagai indikasi geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan, sedangkan tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Pengertian nama tempat dapat berasal dari nama yang tertera dalam peta geografis atau nama yang karena pemakaian secara terus-menerus sehingga proses pendaftaran indikasi geografis ini pada umumnya sama dengan pendaftaran merek. Demikian halnya dengan ketentuan mengenai pengumuman permohonan pendaftaran indikasi geografis.

Walaupun indikasi geografis hanya menunjukkan daerah asal suatu barang yang karena faktor geografis memberikan ciri atau kualitas tertentu, tidak semua

permohonan pendaftaran indikasi geografis dapat diterima untuk didaftarkan karena permohonan pendaftaran indikasi geografis ditolak oleh Direktorat Jendral apa bila tanda tersebut :

- a. bertentangan dengan moralitas agama, kesusilaan, ketertiban umum, atau dapat memperdayakan atau menyesatkan masyarakat mengenai sifat, ciri, kualitas, asal sumber, proses pembuatan, dan atau kegunaanya.
- b. tidak memenuhi syarat untuk didaftarkan sebagai indikasi geografis.

Walaupun ada kemungkinan pendaftaran indikasi geografis ditolak oleh Direktorat Jendral, terhadap penolakan tersebut dapat dimintakan banding kepada komisi Banding Merek. Sementara itu, ketentuan mengenai banding terhadap penolakan permohonan pendaftaran indikasi geografis. ( Miru, 2005:75)

### **2.3.3. Pengertian Merek dan Ruang Lingkup**

#### **A. Pengertian merek**

Merek adalah salah satu asset yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan. Dengan merek yang diseleksi dan dipelihara secara baik, sebuah perusahaan dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Perlindungan hukum yang memadai di bidang merek akan sangat berpengaruh bagi kelangsungan sebuah perusahaan dan sekaligus meningkatkan daya saing di pasar global dan nasional.(Utomo, 2009:209)

Istilah merek sejauh ini diartikan dengan berbagai cara, tergantung pada perspektif pemahaman atas fenomena merek itu sendiri. Dalam arti klasik, merek dihubungkan dengan identifikasi sebuah produk dan pembedaannya dari produk-produk para

pesaing, baik dalam bentuk pemakaian nama tertentu, logo spesifik, desain khusus, maupun tanda dan simbol visual lainnya.(Casavera, 2009:3)

Sesuai dengan pasal 1 Undang-Undang Merek disebutkan bahwa merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa, dalam pengertian diatas telah dituliskan dalam buku yang berjudul Hak Kekayaan Intelektual di Era Globalisasi.

Sedangkan menurut komentar dari Tomi Suryo Utomo, SH., LL.M., Ph.D mengemukakan bahwa, Merek adalah salah satu asset yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan. Dengan merek yang diseleksi dan dipelihara secara baik, sebuah perusahaan dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Perlindungan hukum yang memadai di bidang merek akan sangat berpengaruh bagi kelangsungan sebuah perusahaan dan sekaligus meningkatkan daya saing di pasar global dan nasional. Di samping itu, melalui perlindungan hukum yang memadai, pihak konsumen akan terlindungi dari kegiatan-kegiatan yang dapat merugikan akibat pelanggaran merek. Dalam konteks ini, UU Merek adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing di pasar global dan nasional dan untuk melindungi konsumen. Secara umum, beberapa tanda yang dapat diklasifikasi sebagai merek adalah sebagai berikut:

1. Kata
2. Huruf
3. Angka



4. Gambar
5. Warna atau
6. Gabungan unsur-unsur tersebut

Penjelasan tersebut tertulis dalam komentar yang ada pada buku (Utomo, 2010 : 208). Secara karakteristik dalam jurnal hukum bisnis, Koloay (2011:90) berpendapat bahwa persoalan merek memiliki arti yang sangat penting dalam rangka memudahkan penawaran dan pembelian barang atau jasa. Merek digunakan untuk membedakan barang dan jasa berdasarkan asal muasalnya, kualitas, keterjaminan bahwa produk itu original. Sering dijumpai bahwa suatu produk harganya mahal dikarenakan mereknya. Konsumen biasanya menghubungkan *image*, kualitas, dan reputasi barang dan jasa dengan mereknya. Selain itu merek dapat memberikan rasa percaya diri dan bahkan menentukan kelas sosial. Menurut karakteristik dari jurnal *lex Privatum* Mamahit (2013:90) menuliskan bahwa didalam dunia perdagangan, merek sebagai salah satu bentuk HKI telah digunakan ratusan tahun yang lalu dan mempunyai peranan yang penting karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali merek lah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut.

#### B. Ruang Lingkup Merek

Menurut Undang-Undang nomor 15 tahun 2001 dalam BAB II bagian pertama umum menuliskan bahwa :

- a. Merek sebagaimana diatur dalam undang-undang ini meliputi Merek Dagang dan Merek Jasa.
- b. 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. 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. (Djaja, 2009 : 194)

#### **2.3.4 Jenis dan Perlindungan Hukum Terhadap Merek**

##### **A. Jenis Merek**

Merek mempunyai beberapa jenis dalam pembagiannya ada tiga diantaranya adalah sebagai berikut :

##### **a. Merek Dagang**

Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

##### **b. Merek Jasa**

Merek jasa adalah 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.

c. Merek Kolektif

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.

Di samping merek dagang dan merek jasa, juga dikenal adanya merek kolektif. Merek kolektif dapat berasal dari suatu badan usaha tertentu yang memiliki produk perdagangan berupa barang dan jasa. Merek kolektif juga dapat berasal dari dua atau lebih badan usaha yang bekerja sama untuk memiliki merek yang sama. (Hariyani, 2010:88)

Adapun jenis merek lainnya, terutama merek kata dan merek judul kurang tepat untuk Indonesia, mengingat bahwa abjad Indonesia tidak mengenal beberapa huruf ph, sh. Dalam hal ini merek kata dapat juga fonetis (menurut pendengaran), menjadi “*Sfinks*” atau “*Svinks*”

Selanjutnya R.M. Suryodiningrat mengklasifikasikan meek dalam tiga jenis yaitu:

1. Merek kata yang terdiri dari kata-kata saja

Misalnya: Good Year, Dunlop, sebagai merek untuk ban mobil dan ban sepeda.

2. Merek lukisan adalah merek yang terdiri dari lukisan saja yang tidak pernah, setidaknya-setidaknya jarang sekali dipergunakan.
3. Merek kombinasi kata dan dan lukisan, banyak sekali dipergunakan.

Misalnya: rokok putih merek “*Escort*” yang terdiri dari lukisan iring-iringan kapal laut dengan tulisan dibawahnya “*Escort*”; Teh wangi merek “pendawa” yang terdiri dari lukisan wayang kulit pendawa dengan perkataan di bawahnya “Pendawa Lima”. Lebih lanjut Prof. R. Soekardono, S.H., mengemukakan pendapatnya bahwa, tentang bentuk atau wujud dari merek itu undang-ujndang tidak memerintahkan apa-apa, melainkan harus berdaya pembeda, yang diwujudkan dengan:

- a. Cara yang oleh siapa pun mudah dapat dilihat (*beel mark*).
- b. Merek dengan perkataan (*work mark*).
- c. Kombinasi dari merek atas penglihatan dan merek perkataan.

Disamping itu saat ini dikenal pula merek dalam bentuk tiga dimensi (*three dimensional trademark*) seperti merek pada produk minuman Coca-Cola dan Kentucky Fried Chicken. (Saidin, 2013:346)

## B. Perlindungan hukum merek yang ada di Indonesia

Secara umum perlindungan hukum terhadap merek hanya di berlakukan terhadap merek yang telah terdaftar. Secara internasional dibutuhkan terhadap

merek suatu produk yang diperdagangkan melampaui atau melintasi batas-batas Negara. Sebagaimana fungsi merek yaitu sebagai identitas dari suatu produk atau suatu perusahaan tertentu, sehingga konsumen dapat membedakan antara produk yang satu dan lainnya untuk jenis produk yang sama. Lebih lanjut Casper J. Werkman mengemukakan merek dagang mempunyai fungsi yaitu: “ *Their common function is to distinguish the identity of a particular company, service or product from that of this rivals and in general make it easily recognizable*”.

Dalam praktik perdagangan sering terjadi tindakan-tindakan peniruan atau pemalsuan ( *counterfeting*) terhadap merek-merek yang telah dikenal secara luas oleh konsumen masyarakat internasional. Sehubungan dengan proteksi atas merek yang dikenal secara luas oleh masyarakat konsumen internasional, Christoper Heath berpendapat: “*Protection of trade marks and second, to the similarity of goods or services offered by different enterprises*”. Pendapat yang dikemukakan oleh Christoper Heath ini (Rizaldi, 2009:49).

Secara garis besar, perlindungan hukum atas merek ditujukan kepada 2 kepentingan yang seolah-olah tidak ada hubungannya satu sama lain atau bahkan bertentangan, yaitu kepentingan pemilik merek (produsen) dan kepeningan konsumen. Sebenarnya, perlindungan atas merek dagang bertujuan untuk melindungi 2 kepentingan tersebut secara seimbang dan tidak berat sebelah. Secara menyeluruh, kepentingan-kepentingan yang hendak dilindungi oleh hukum merek dapat dipisahkan menjadi 4 kelompok berikut :

1. Kepentingan pemilik merek untuk tidak diganggu gugat dalam hubungan baiknya dengan para konsumen, yang telah dibina olehnya di pasar melalui penggunaan suatu merek tertentu, serta dalam harapan yang wajar untuk memperoleh langganan tetap pada masa datang, yang kesemuanya itu terjamin oleh pengenalan masyarakat kepada merek tersebut, yang menunjukkan bahwa pemilik merek itu adalah produsen dari barang yang bersangkutan.
2. Kepentingan para produsen atau para pedagang lainnya yang bersaing untuk bebas memasarkan barang-barangnya dengan memakai tanda-tanda umum yang dapat dipakai oleh siapa saja, dan yang seharusnya tidak boleh dimonopoli oleh siapa pun sehingga tidak merugikan kebebasan mereka untuk menjual barang-barangnya dalam persaingan jujur dan sah.
3. Kepentingan para konsumen untuk dilindungi terhadap praktik-praktik yang cenderung hendak menciptakan kesan-kesan yang dapat menyesatkan dan menipu atau membingungkan mereka, dengan cara memengaruhi pikiran mereka bahwa suatu perusahaan adalah sama dengan perusahaan lain, atau hasil-hasil dari suatu perusahaan itu juga berasal dari perusahaan yang lain tersebut.
4. Kepentingan umum untuk memajukan perdagangan yang jujur di pasar-pasar, serta untuk mencegah timbulnya praktik-praktik yang tidak jujur dan pula bertentangan dengan norma-norma kepatutan dalam perdagangan.(Margono, 2009:49).

Secara sistematis dalam *USU Law Jurnal Sinurat* (2014:12) berpendapat bahwa pendaftaran nama perusahaan saja tidak cukup untuk melindungi hak kepemilikan seseorang atas merek produk yang dihasilkan perusahaan yang bersangkutan dari tindakan *passing off* (pemboncengan reputasi) dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Dengan didaftarkannya suatu merek secara yuridis pemilik merek memperoleh perlindungan hukum atas merek yang didaftarkan tersebut. Perlindungan hukum dimaksud meletakkan hak kepemilikan yang sah bagi pihak yang mendaftarkan merek tersebut pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Hal ini berarti negara memberikan hak eksklusif kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek (DUM) untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

### **2.3.5. Pendaftaran Merek**

Syarat dan tata cara permohonan merek harus mengikuti urutan sebagai berikut :

1. Permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal HAKI dengan mencantumkan:
  - a. Tanggal, bulan, dan tahun
  - b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon
  - c. Nama lengkap dan alamat kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa

- d. Warna-warna apabila merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur-unsur warna-warna
  - e. Nama Negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.
2. Permohonan ditandatangani pemohon atau kuasanya
  3. Pemohon dapat terdiri dari suatu orang atau beberapa orang secara bersama, atau badan hukum
  4. Permohonan dilampiri dengan bukti pembayaran biaya
  5. Apabila permohonan diajukan oleh bersama-sama berhak atas merek tersebut, maka :
    - a. Semua nama pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagaimana alamat mereka dan
    - b. Permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu dari pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon yang mewakilkan
  6. Jika permohonan diajukan melalui kuasanya, maka surat kuasa ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas merek tersebut, kuasa adalah konsultan kekayaan intelektual.



7. Permohonan untuk 2 (dua) kelas barang atau lebih dan atau jasa dapat diajukan dalam suatu permohonan dengan menyebutkan jenis barang dan atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.
8. Permohonan yang diajukan oleh pemohon yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Republik Indonesia wajib diajukan melalui kuasanya di Indonesia. Syarat dan tata cara yang ada diatas tertuliskan dalam buku yang berjudul “Segala tentang HAKI Indonesia“ yang dikutip oleh Much. Nurachmad (Nurachmad, 2012:58).

## 2.4. KERANGKA BERPIKIR

1. Undang-Undang Dasar 1945
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
3. Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

1. Bagaimana efektivitas peraturan Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis kesadaran masyarakat Desa Mlandi untuk mendaftarkan merek ?
2. Apa kendala yang dihadapi masyarakat Desa Mlandi untuk memperoleh hak kekayaan intelektual dalam pendaftaran merek ?

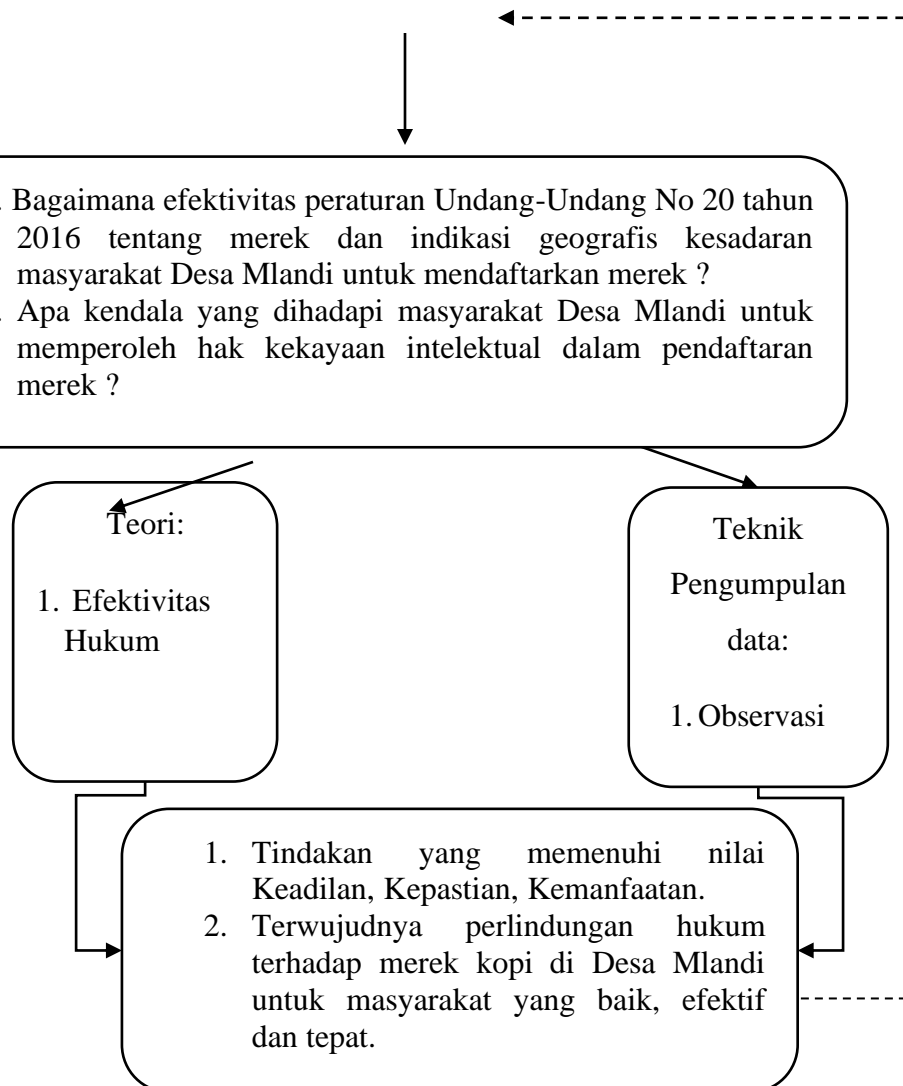
Teori:

1. Efektivitas Hukum

Teknik

- Pengumpulan data:
1. Observasi

1. Tindakan yang memenuhi nilai Keadilan, Kepastian, Kemanfaatan.
2. Terwujudnya perlindungan hukum terhadap merek kopi di Desa Mlandi untuk masyarakat yang baik, efektif dan tepat.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Efektivitas peraturan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yang ada di Desa Mlandi yaitu mayoritas pelaku usaha dan masyarakat Desa Mlandi belum mengetahui Peraturan Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang merek dan Indikasi geografis padahal sangat jelas bahwa peraturan tersebut sangatlah penting terutama para pelaku-pelaku usaha terkhusus para pelaku usaha kopi. Desa Mlandi merupakan desa yang kaya akan potensi dan sudah seharusnya para pelaku usaha untuk mengetahui akan pentingnya peraturan tersebut.

2. Kendala-kendala yang dihadapi Desa Mlandi membuat pembatas masyarakat untuk mengetahui tentang merek bisa didaftarkan, dan dengan kurangnya pendidikan dan kesadaran hukum masyarakat Desa Mlandi menjadi kesusahan dan kebingungan untuk menjangkau lebih luas tentang perlindungan terhadap merek. Selama di Desa Mlandi juga belum pernah ada sosialisasi tentang pendaftaran merek dari pemerintah Wonosobo juga belum pernah melakukan survey mengenai pendaftaran merek di wilayahnya sampai ke plosok-plosok desa. Padahal sangat jelas bahwa mayoritas masyarakat Desa Mlandi sangatlah butuh informasi pendaftaran merek terkhusus para petani dan para pelaku usaha lainnya.

## 5.2. Saran

Saran yang penulis dapat berikan dalam penelitian yang berjudul “Upaya Pemerintah Dalam Melindungi Merek Yang Menjual Kopi Mlandi Di Kabupaten Wonosobo Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”

1. Sebaiknya untuk masyarakat Desa Mlandi untuk lebih memperhatikan Undang-Undang No 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yaitu akan pentingnya untuk mendaftarkan merek terutama para pelaku usaha kopi-kopi yang ada di Desa Mlandi.
2. Desa Mlandi merupakan Desa yang kaya potensi dan sudah sepatutnya untuk masyarakat Desa Mlandi memiliki kesadaran akan pentingnya payung hukum untuk melindungi potensi-potensi yang ada terutama pada potensi kopi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ali, Zainuddin. 2009. *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Ashshofa, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashshofa, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Casavera. 2009. *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Djaja, Ermansyah. 2009. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Dewata, Mukti Fajar Nur dan Yulianto Achmad. 2017. *Dualisme penelitian hukum normatif dan empiris*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Insan Budi Maulana. 1999. *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dari Masa ke Masa*, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Iswi Hariyani. 2010, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Jakarta: Pustaka Yustisia.
- Janed, Rahmi. 2015. *Hukum Merek Trademark Law*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kansil, C.S.T. 1997. *Hak Milik Intelektual Hak Milik Perindustrian dan Hak Cipta*. Jakarta: Sinar Grafika
- Kelsen, Hans. 2014. *Teori umum tentang hukum dan Negara*, Terjemahan raisul muttaqien. Bandung: Nusa Media.

- Manalu, Paingot Rambe. 2000. *Hukum Dagang Internasional*, Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri.
- Miru, Ahmadi. 2005. *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya.
- Nurachmad, Much. 2012, *Segala tentang HAKI Indonesia*, Jogjakarta : Buku Biru.
- Patton, Michael Quinn. 1987. *Qualitative Education Methods*, Beverly Hills: Sage Publications.
- Rizaldi, Julius. 2009, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal*, Bandung : PT. ALUMNI.
- Suyud Margono. 2011, *Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suratman, dan H. Philips Dillah. 2013. *Metode Penelitian Hukum*, Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Dyah Ochterina dan A'an Efendi. 2014. *Penelitian Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Sorjono Soekanto, 1981, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta.
- Soekanto, soerjono. 2008. *Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Prasada.
- Soerjono Soekanto. 1985, *Beberapa Aspek Sosial Yuridis Masyarakat*, Bandung: Alumni.
- Saidin, OK. 2013. *Aspek hukum kekayaan intelektual (intellectual property rights)*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Utomo, Toni suryo. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

### **Jurnal Nasional**

Enny Mirfa. 2016. *Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar*. Vol. 11, Nomor 1, Juni

Achmad Irwan Hamzani. 2017. *Menggagas Indonesia sebagai Negara hukum yang membahagiakan rakyatnya*. Jurnal Yustisia Edisi .Nomor 90. Desember.

Fajar Alamsyah Akbar. 2016. *Perlindungan hukum terhadap hak cipta menurut pasal 12 Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang hak cipta di Indonesia*.Vol 3, Nomor 2, Oktober.

Koloay, Renuy N.S. 2011. *Fungsi Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Menjamin Kepastian Hukum Bagi Pemegang Hak Eksklusif Atas Merek*. Jurnal Hukum Bisnis. Volume XIX. Nomor 2, Maret.

Mamahit, Jisia. 2013. *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang Dan Jasa*. Lex Privatum. Volume I. Nomor 3, Juli.

### **Jurnal Internasional**

Maria Alfons. 2017. *Implementasi hak kekayaan intelektual dalam prespektif Negara hukum*. Jurnal Legislasi Indonesia. Vol. 14, Nomor 3, September.

Laina Rafianti. 2013. *Perkembangan Hukum Merek di Indonesia*. Fiat Justitia Jurnal Ilmu Hukum. Vol. 7, Nomor 1, April.

Niken Prasetyawati. 2011. *Perlindungan Hak Cipta Dalam Transaksi Dagang Internasional*. Jurnal Sosial Humaniora. Vol. 4. Nomor 1, Juni.

Devica Rusli Masrur. 2018. *Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Yang Telah Didaftarkan Sebagai Merek Berdasarkan Instrumen Hukum Nasional Dan Internasional*. Vol. 15. Nomor 2, Agustus.

Sinurat, Alimudin. 2014. *Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Pemalsuan Merek Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*. USU Law Journal. Volume 2. Nomor 2, September.

### **Peraturan Perundang-undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.