

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan nasional sebagai salah satu pengamalan Pancasila yang mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa yang di selenggarakan pemerintah dan masyarakat. Pelaku utama pembangunan adalah masyarakat dan menjadi kewajiban bagi pemerintah untuk mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan sinergitas untuk menciptakan pembangunan secara menyeluruh.

Pembangunan meliputi seluruh aspek kehidupan bangsa dan negara untuk melaksanakan tujuan nasional yang tertuang dalam pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, selaras dengan Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 25 tahun 2004 tentang system perencanaan pembangunan nasional, berbunyi sebagai berikut

“Pembangunan nasional adalah upaya yang dilaksanakan oleh semua komponen bangsa dalam rangka mencapai tujuan bernegara “.

Hak kekayaan intelektual saat ini dan dimasa yang akan datang memiliki epran yang penting terhadap laju percepatan pembangunan nasional, terutama dalam era globalisasi. Hak Kekayaan Intelektual adalah terjemahan dari *Intellectual Property Rights* atau dalam bahasa Belanda di sebut *Intellectual Eigendom*.¹

Hak kekayaan intelektual adalah hak kebendaan hak atas sesuatu yang bersumber dari hasil kerja otak, dan hasil kerja rasio.²

¹ Hutagalung, Sophar Maru, 1956, *Hak Cipta Kedudukan dan Perannya di dalam Pembangunan*, Sinar Grafika, Jakarta, Hlm. 87

² Ok. Saidin, 2010, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Propert)*, Rajawali Pers, Jakarta, Hlm. 9

Mengingat hak kekayaan intelektual terbagi dalam beberapa bagian, ternyata hal ini berimplikasikan pada lingkup pemberian hak hukum atas kekayaan intelektual.³

Kemajuan teknologi membawa hal baik dan buruk dalam hal penegakan hukum hak cipta. Hal baik yang dapat diambil dari kemajuan teknologi ini yaitu masyarakat dengan mudah nya membeli barang atau jasa. Perlindungan Hak Cipta Kekayaan Intelektual pada sebagian besar masyarakat tidak di mengerti oleh sebab itu sangat perlu untuk disosialisaikan pentingnya Hak Cipta Kekayaan Intelektual (HAKI).

Hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan hak-hak secara hukum yang berhubungan dengan hasil penemuan dan kreatifitas seseorang atau suatu kelompok. Hal ini berhubungan dengan perlindungan permasalahan reputasi dalam bidang koemrisal dan juga Tindakan jasa di bidang komersial.⁴

Penggunaan istilah hak milik sesuai dengan konsep hukum perdata Indonesia. Diantara kata “milik” dan “kekayaan”, dalam kedua istilah tersebut akan lebih tepat jika menggunakan kata “milik” atau kepemilikan. Ditinjau dari definisi Hak Milik yang memiliki ruang lingkup lebih khusus daripada kekayaan. Dalam sistem hukum perdata, hukum harta kekayaan meliputi hukum kebendaan dan hukum perikatan. IPR merupakan kebendaan materiil yang juga menjadi objek dari suatu hak milik yang sebagaimana telah diatur dalam hukum kebendaan.⁵

Pada awalnya HKI merupakan hak yang lahir dari kreasi hasil kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada masyarakat dalam bentuk beragam, yang memiliki manfaat serta dapat menunjang kehidupan manusia, serta memiliki nilai ekonomi. Bentuk nyata dari HKI ini dapat berupa kemampuan karya intelektual manusia dan bisa juga berbentuk teknologi ilmu pengetahuan, maupun seni, dan sastra. Dan

³ Sudargo Gautama, 1993, *Hukum Merek Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, Hlm.5

⁴ [Hak Kekayaan Intelektual Serta Dasar Hukumnya \(hukumonline.com\)](http://hukumonline.com) diakses 21 Agustus 2024 pukul 13.05 WIB.

⁵ Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung , Hlm. 1

apabila kemampuan intelektual manusia tersebut telah dapat membentuk sesuatu yang dapat dilihat dan dibaca oleh mata, didengar oleh telinga, serta dapat digunakan oleh manusia, maka HKI tersebut baru dianggap ada.

HKI merupakan hak eksklusif yang terdapat pada ruang lingkup kehidupan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, maupun sastra. Dari setiap bagian hak milik intelektual ini adalah adanya suatu hasil ciptaan tertentu dan hal tersebut merupakan titik utamanya. Hasil ciptaan ini dapat berupa dalam bidang kesenian, industri, pengetahuan, dan bisa juga merupakan kombinasi dari ketiga bidang tersebut. HKI ini dapat dipertahankan terhadap siapapun serta yang memiliki hak tersebut dapat menuntut terhadap adanya pelanggaran yang dilakukan oleh siapapun, oleh karena itu HKI ini bersifat eksklusif dan mutlak. Pemegang hak atas kekayaan intelektual ini juga mempunyai hak monopoli untuk dapat menggunakan dengan tidak mengizinkan siapapun tanpa persetujuan pemilik untuk membuat serta menggunakan ciptaan atau penemuannya tersebut. Dalam pemahaman terkait HKI ini merupakan hal mendasar yang dibutuhkan oleh semua pihak yang mempunyai ketertarikan dalam hal pemanfaatan dan penggunaan HKI bagi kegiatan usaha. Hal itu dilakukan agar pihak yang akan melakukan pemanfaatan dan pengembangan atas HKI mengerti secara keseluruhan tentang seluk beluk HKI ini dan tidak akan melakukan kesalahan yang fatal. Pemanfaatan dan pengembangan HKI tersebut bertujuan untuk meningkatkan nilai produktifitas usaha. Secara konseptual HKI mempunyai arti sebagai suatu sarana terhadap bentuk perlindungan dalam penuangan ide dan gagasan yang telah diwujudkan secara nyata, dimana penuangan ide ini berimplikasi pada munculnya nilai ekonomi dari hasil penuangan ide dan gagasan.

Secara historis, peraturan perundang-undangan di bidang HKI di Indonesia telah ada sejak tahun 1840-an. Pemerintah Kolonial Belanda memperkenalkan undang-undang pertama mengenai perlindungan HKI pada tahun 1844. Selanjutnya, Pemerintah Belanda

mengundangkan UU Merek (1885), UU Paten (1910), dan UU Hak Cipta (1912). Indonesia yang pada waktu itu masih bernama Netherlands East-Indies telah menjadi anggota Paris Convention for the Protection of Industrial Property sejak tahun 1888 dan anggota Berne Convention for the Protection of Literary and Aristic Works sejak tahun 1914. Pada jaman pendudukan Jepang yaitu tahun 1942 s.d. 1945, semua peraturan perundang-undangan di bidang HKI tersebut tetap berlaku.

Pada tahun 1953 Menteri Kehakiman RI mengeluarkan pengumuman yang merupakan perangkat peraturan nasional pertama yang mengatur tentang paten, yaitu Pengumuman Menteri Kehakiman No. J.S. 5/41/4, yang mengatur tentang pengajuan semetara permintaan paten dalam negeri, dan Pengumuman Menteri Kehakiman No. J.G. 1/2/17 yang menga Perusahaan dan Merek Perniagaan (UU Merek 1961) untuk menggantikan UU Merek kolonial Belanda. UU Merek 1961 yang merupakan undang-undang Indonesia pertama di bidang HKI. Berdasarkan pasal 24, UU No. 21 Th. 1961, yang berbunyi "Undang-undang ini dapat disebut Undang-undang Merek 1961 dan mulai berlaku satu bulan setelah undang-undang ini diundangkan". Undang-undang tersebut mulai berlaku tanggal 11 November 1961. Penetapan UU Merek 1961 dimaksudkan untuk melindungi masyarakat dari barang-barang tiruan/bajakan. Saat ini, setiap tanggal 11 November yang merupakan tanggal berlakunya UU No. 21 tahun 1961 juga telah ditetapkan sebagai Hari HAKI Nasional.

Di penghujung tahun 2000, disahkan tiga UU baru di bidang KI, yaitu UU No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, UU No. 31 tahun 2000 tentang Desain Industri dan UU No 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu. Dalam upaya untuk menyelaraskan semua peraturan perundang-undangan di bidang KI dengan Persetujuan TRIPS, pada tahun 2001 Pemerintah Indonesia mengesahkan UU No. 14 tahun 2001 tentang Paten, dan UU No. 15 tahun 2001 tentang Merek. Kedua UU

ini menggantikan UU yang lama di bidang terkait. Pada pertengahan tahun 2002 tentang Hak Cipta yang menggantikan UU yang lama dan berlaku efektif satu tahun sejak diundangkannya.⁶

Dalam lalu lintas perdagangan barang dan jasa, setiap barang dan jasa yang diperdagangkan selalu menggunakan merek dagang, sebab sebagaimana diketahui bahwa fungsi dasar merek dagang adalah menjadi pembeda antara produk barang atau jasa dari satu produsen dengan produsen lainnya. Merek berfungsi sebagai tanda pengenalan yang menunjukkan asal barang dan jasa, sekaligus menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya.⁷

Merek merupakan definisi hukum yang memberikan upaya pemulihan jika suatu tanda perdagangan digunakan oleh pihak yang tidak memiliki kewenangan untuk itu. Merek pada dasarnya adalah tanda untuk mengidentifikasi dan membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lain.⁸

Merek itu sendiri yang merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual sangat mendasar perannya dalam perdagangan barang ataupun jasa, baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Selain memiliki fungsi sebagai pembeda terhadap barang atau jasa, merek juga digunakan sebagai penjamin kualitas suatu barang berdasarkan merek itu sendiri. Dalam hal lain merek dalam perdagangan juga mempunyai fungsi ganda yaitu sebagai alat kompetensi dan alat monopoli.⁹

Merek juga sebagai alat kegiatan promosi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan barang atau jasa, baik dalam jangka pendek maupun

⁶ <https://www.dgip.go.id/tentang-djki/sejarah-djki> di akses pada tanggal 27 oktober 2024 pukul 13.30 WIB.

⁷ Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah, "Hak Milik Intelektual Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia Edisi Revisi", Cetakan Ketiga, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2003, Hlm.170

⁸ Fathanudien, Anthon, 2016, *Alternatif Perlindungan Hukum atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi guna Mengurangi Persaingan Usaha di Kabupaten Majalengka*. Jurnal Unifikas, Universitas Kuningan, Kuningan Vol. 3, No. 2, Juli Hlm 18

⁹ Meilala, Adrianus, 1993, *Praktik Bisnis Surat*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, Hlm.89

jangkan panjng. Karena merek dapat mewakili image serta kualitas barang yang diproduksi oleh pengusaha.¹⁰

Dalam dunia perdagangan, Merek sebagai salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) telah digunakan ratusan tahun yang lalu dan mempunyai peranan yang penting karena merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu image, kualitas dan reputasi barang dan jasa dengan Merek tertentu. Sebuah Merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali Mereklah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut.¹¹

Perdagangan bebas seperti sekarang ini, merek mempunyai peranan sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, sehingga dibutuhkan perlindungan dari segi hukum. Merek akan mendapat perlindungan dari segi hukum apabila merek tersebut terdaftar pada Dirjen Kekayaan intelektual.¹²

Banyaknya peniruan terhadap desain, logo, brand maupun merek maka Indonesia sudah mempunyai Undang-Undang yang mengatur tentang hak merek yaitu Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek dan Indikasi Geografis.¹³

Usaha pakaian memang merupakan salah satu industri yang terus berkembang pesat, terutama dengan adanya perubahan tren dan teknologi yang cepat. Banyak industri

¹⁰ Lindsley, Tim, 2002. *HKI : Suatu Pengantar*, PT.Alumni, Bandung Hlm. 78

¹¹Putu Hendra Pratama, et al., “*Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar Dan Relevansinya Terhadap Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat*”, Jurnal Kertha Semaya Hukum, Volume 02, Nomor 02. April 2014, Hlm. 2.

¹² Hafid Zakariya, Nurul Hidayah, 2016, *Keberpihakan Pemerintah dalam Mendukung Daya Saing UMKM Melalui Pendaftaran Merek Kolektif*, Jurnal Serambi Huku, UNIBA, Surakarta. Vol. 10, No. 02, Agustus Hlm 198

¹³ Ketut Bayu Wirayuda , Ketut Sudiarmaka, Dewa Gede Sudika Mangku, 2020, *Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Tentang Merek dan Indikasi Georafis, Terkait Adanya Peniruan Logo Merek Terdaftar di kota Singaraja* , e-Journal Komunitas Yustisia, Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum (Volume 3 Nomor 2 Tahun 2020)

pakaian dan model yang berkembang, tren baru yang muncul setiap musim menciptakan peluang bagi bisnis pakaian untuk menawarkan koleksi terbaru dan menarik perhatian konsumen. Konsumen semakin mencari produk yang dapat dipersonalisasi sesuai dengan preferensi mereka. Teknologi *print-on-demand* dan *custom design* memungkinkan personalisasi produk dengan mudah.

Bukan hanya usaha pakaian tetapi di era digitalisasi ini diuntut semakin maju bidang teknologi apapun, bahkan banyak nya konsultan *online* saat ini, bagi penerima jasa konsultasi juga membutuhkan media dalam memberikan informasi. Tumbuh pesatnya konsultasi melalui online ini menjadikan peluang bagi masyarakat untuk memberikan informasi bidang apapun melalui media internet dengan platform masing-masing.

Konsumen yang semakin peduli terhadap isu lingkungan mencari produk yang berkelanjutan, yang memacu *brand* untuk berinovasi dalam hal material dan proses produk, untuk itu sangat diperlukan menciptakan ide kreasi dengan di berikan hak merek.

Mendaftarkan hak merek (*trademark*) untuk ide kreasi dalam usaha baik barang dan jasa adalah langkah penting untuk melindungi identitas produk dan mencegah penggunaan yang tidak sah karena Merebaknya usaha jasa secara *online* baik penjualan barang atau pun penjualan jasa. Penjualan yang saat ini sedang berkembang adalah penjualan melalui online baik dengan platform yang sedang hits seperti tiktok dan shoppie.

Penjualan online rawan dengan barang palsu , karena tidak dapat di sentuh tetapi hanya dilihat melalui layar handphone yang saat ini banyak fitur – fitur yang membuat cantik atau lebih bagus benda-benda yang di ambil gambarnya melalui alat komunikasi tersebut. Hal tersebut mendorong para penjual untuk menipu konsumen dengan produk yang bukan dari merek sah atau disebut dengan barang KW. Sehingga banyak

masyarakat tertipu dengan produk yang dijual tersebut yang mirip dengan produk aslinya. Bentuk mengantisipasi penyalahgunaan merek dan memberikan perlindungan terhadap merek maka, merek atau desain dan rahasia dagang harus di daftarkan.

PT Kotak Kreatif adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa. Pada produksi barang PT Kotak Kreatif Indonesia mendaftarkan merek produknya yaitu pada produksi kaos grafis, pakaian, yaitu jaket, kemeja sweater, akos yang menyerap keringat, t-shirt, atasan, celana, celana panjang, bawahan, alas kaki, topi dan tutup kepala, baju kaos (t-shirt). Sedangkan pada produk jasa dari PT Kotak Kreatif Indonesia yaitu dalam hal penyediaan informasi produk dan jasa untuk penjualan komersial, transaksi komersial yang dapat di lakukan melalui aplikasi program komputer, penyediaan informasi, termasuk *on-line* mengenai periklanan, manajemen bisnis dan fungsi administrasi dan kantor. PT Kota Kreatif Indonesia menjual jasa dalam hal penyediaan informasi perjalanan atau *travelling*. Untuk keamanan produknya maka Pt Kotak Kreatif Indonesia mendaftarkan merek pada produknya kepada Ditjen DJKI.

Banyaknya usahawan yang saat ini berlomba untuk berkreasi dan mendaftarkan produk nya, agar mendapatkan perlindungan secara hukum atas produk yang dihasilkan, seperti PT. Kotak Kreatif Indonesia yang segera mendaftarkan hasil barang dan jasanya untuk melindungi identitas usaha dan memastikan eksklusivitas penggunaan nama, logo, atau simbol produknya. Demi keamanan atau menghindari sengketa dikemudian hari maka sangat di perlukan hal yang dilakukan oleh PT Kotak Kreatif Indonesia adalah melakukan pendaftaran merek dari barang dan jasa yang dihasilkan dari perusahaanya.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis untuk melakukan penelitian tesis dengan tema merek yang berjudul : “ **Pelaksanaan Pendaftaran Merek Untuk Barang dan Jasa Sebagai Upaya Perlindungan dan Identifikasi Terhadap kekayaan Intelektual Pada PT.Kotak Kreatif Indonesia**”

B. Perumusan Masalah

Pentingnya pendaftaran merek untuk melindungi barang dan jasa hasil dari produksi perusahaan seperti halnya yang dilakukan PT. Kotak Kreatif Indonesia dalam memberikan perlindungan terhadap produk barang dan jasa merek “Lelana”. Hal ini menjaga dari niat buruk pihak ketiga yang akan meniru produk perusahaan sehingga mengantisipasi kerugian akibat pemalsuan produk perusahaan. Merek merupakan aset atau kekayaan dalam perusahaan karena dengan adanya merek maka perusahaan akan memudahkan untuk mempromosikan produk dan memberikan identitas produk yang akan di salurkan kepada masyarakat selaku konsumen.

Sebagaimana yang telah diuraikan tersebut, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai dasar penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana Potensi dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang telah didaftarkan oleh PT. Kotak Kreatif Indonesia?
2. Bagaimana pelaksanaan dan akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada pendaftaran merek produk Barang dan jasa PT. Kotak kreatif Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis Potensi dan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang telah didaftarkan oleh PT. Kotak Kreatif Indonesia.
2. Untuk menganalisis pelaksanaan dan akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada pendaftaran merek produk Barang dan jasa PT. Kotak kreatif Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian yang disusun ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

- a. Memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan di bidang hukum dalam kaitannya dengan pengaturan di bidang haki, khususnya mengenai pendaftaran merek.
- b. Menambah wawasan mengenai Perlindungan hukum atas produk barang dan jasa serta wacana akademik di bidang ilmu hukum yang perlu ditindaklanjuti melalui pengembangan lebih mendalam agar dapat diaplikasikan pada masyarakat luas

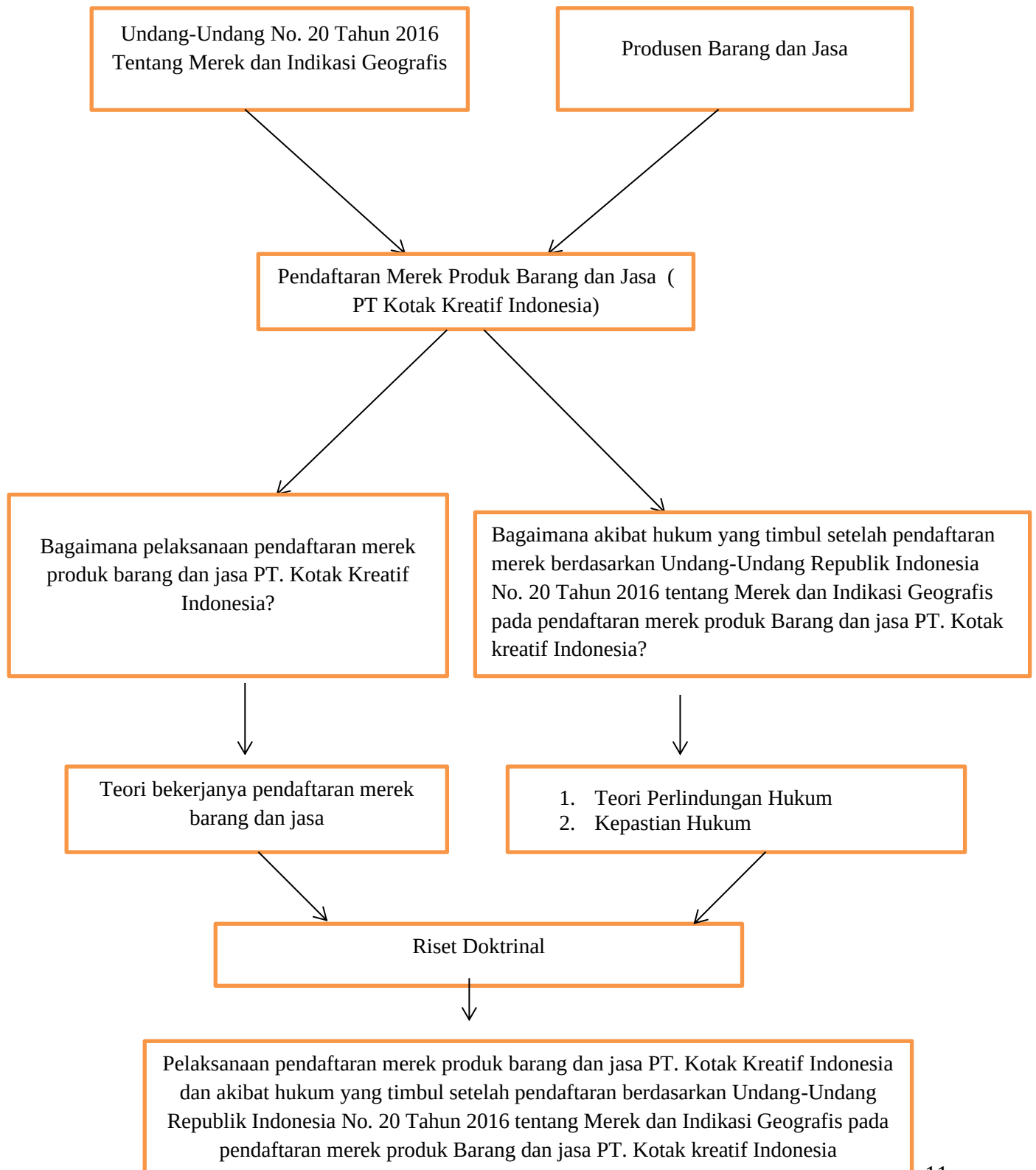
2. Manfaat Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan lebih dan manfaat bagi penulis serta pembaca untuk menambah wawasan ilmu hukum tentang implementasi hukum pendaftaran merek.

E. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Konseptual

Konsep dari pemikiran penulisan ini jika dilihat dalam bagan akan terbentuk seperti di bawah ini



2. Kerangka Teoretik

Kerangka Teoretik merupakan kerangka pikir yang intinya mencerminkan seperangkat proposisi yang berisi konstruksi pikir ketersalinghubungan atau kerangka pikir yang mencerminkan hubungan antar variabel penelitian. Seperti halnya kerangka konseptual, kerangka teori diperoleh peneliti setelah melakukan penelusuran bahan-bahan pustaka yang berkaitan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Baik kerangka konseptual maupun kerangka teoritik adalah hasil kontemplasi penelitian setelah melakukan penelusuran bahan-bahan pustaka dan atas pertimbangan pikirnya ditetapkan konsep-konsep dasar dan teori-teori yang dianggap relevan dengan penelitiannya. Guna menghindari perbedaan interpretasi mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan definisi operasional mengenai istilah-istilah berikut:

a) Konsep Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) adalah merupakan kepanjangan dari Hak Kekayaan Intelektual ternyata adalah hasil terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *Intellectual Property Right* (IPR). Pengertian Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu hak yang asalnya dari kegiatan intelektual yang dilakukan oleh manusia dan memiliki manfaat ekonomi bagi masyarakat luas pada umumnya.¹⁴ HaKI ini didasarkan pada pemikiran bahwa suatu karya intelektual itu membutuhkan suatu pengorbanan mulai dari biaya, waktu dan tenaga yang besar, maka dari itu, HaKI membutuhkan kekuatan perlindungan serta kekuatan hukum.

¹⁴ Uma, *Hak Kekayaan Intelektual*, <https://patendo.com/> Diakses 8 Agustus 2024 Pukul 09.00 WIB.

Hak kekayaan intelektual adalah bentuk baru dari pengembangan hak milik konvensional atas suatu benda bergerak yang tidak berwujud. Keberadaan hak kekayaan intelektual timbul sebagai bentuk penghargaan atas kegiatan intelektual manusia dalam mewujudkan sesuatu yang baru, baik di bidang teknologi, sastra, dan ilmu pengetahuan, maupun di bidang industri.¹⁵

Kekayaan Intelektual adalah hak yang timbul dari hasil olah pikir yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Pada intinya Kekayaan Intelektual adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada kreator, inventor, desainer, dan pencipta berkaitan dengan kreasi atau karya intelektual mereka.¹⁶

Kekayaan intelektual dibagi menjadi dua kategori yaitu Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri yang terbagi menjadi 5 jenis yaitu Paten, Merek, Desain Industri, Rahasia Dagang dan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu. Dari karya-karya intelektualitas itu pula kita dapat mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan, seni, sastra bahkan teknologi, yang sangat besar artinya bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban dan martabat manusia.¹⁷

HaKI menurut Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah yaitu HaKI berasal timbul dari aktivitas manusia yang diekspresikan pada masyarakat umum dalam wujud yang beragam, mempunyai manfaat dan berguna bagi kehidupan manusia serta memiliki nilai ekonomi.¹⁸ Sedangkan menurut

¹⁵ Elyta Ras Ginting, 2012, *Hukum Hak Cipta Indonesia*, PT. Citra Aditya bakti, Hlm. 4.

¹⁶ Kemenkumham Jambi, <https://jambi.kemenkumham.go.id/layanan-publik/pelayanan-hukum-umum/panduan-kekayaan-intelektual> diakses 21 Agustus 2024 pukul 09.28 WIB.

¹⁷ Ibid diakses 2 Agustus 2024 pukul 15.00

¹⁸ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, 1993, *Hak milik intelektual: sejarah, teori dan prakteknya di Indonesia*) cet. 1, Citra Aditya Bakti: Bandung, Hlm 18.

Peter Mahmud Marzuki, HaKI adalah suatu hal yang datang dari suatu karya intelektual yang berasal dari seseorang dan dari karya tersebut mendatangkan suatu keuntungan materiil.¹⁹

Definisi HKI yang dirumuskan oleh para ahli, selalu dikaitkan dengan tiga elemen penting berikut ini:

1. Adanya sebuah hak eksklusif yang diberikan oleh hukum;
2. Hak tersebut berkaitan dengan usaha manusia yang didasarkan pada kemampuan intelektual;
3. Kemampuan intelektual tersebut memiliki nilai ekonomi.²⁰

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak atas kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia dan dalam perkembangannya, hasil dari karya-karya intelektual tersebut akan menjadi suatu produk barang atau jasa yang memiliki sifat komersial.

b) Merek

Hak cipta, merek dagang, paten dan rahasia dagang merupakan jenis-jenis kekayaan intelektual (HKI) yang berbeda.²¹

Salah satu ruang lingkup dalam hak kekayaan intelektual adalah hak merek. Merek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Pasal 1, Angka (1) adalah Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau

¹⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2008, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana, Jakarta, Hlm.174.

²⁰ Tomi Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual di Era Global*, Graha Ilmu, Yogyakarta, Hlm. 2.

²¹ Willie, *Difference CopyRight Patent*, <https://copyrightalliance.org/faqs/difference-copyright-patent-trademark/> diakses 21 Agustus 2024

jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Merek” dalam konteks bisnis dan pemasaran merujuk pada nama, simbol, desain, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut yang membedakan produk atau layanan satu perusahaan dari perusahaan lain. Merek memiliki peran penting dalam menciptakan identitas perusahaan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Selain itu, merek dapat mencerminkan reputasi, kualitas, dan nilai-nilai dari produk atau layanan yang ditawarkan.

Secara lebih luas, merek juga dapat mencakup berbagai elemen seperti logo, slogan, warna, dan gaya komunikasi yang digunakan untuk menciptakan kesan yang konsisten pada sebuah produk.

Merek merupakan unsur atau tanda pembeda dari produk-produk yang dihasilkan guna menunjukkan asal-usul atau identitas barang dan atau jasa. Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan akan perlindungan merek sangat diperlukan seiring dengan tumbuhnya lintas perniagaan dan perindustrian sehingga mengakibatkan hukum hak atas kekayaan intelektual masuk kedalam sistem hukum negara Indonesia karena hak-hak tersebut sangat penting dalam menunjang sasaran pembangunan nasional.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis membedakan merek kedalam 3 (tiga) jenis, yaitu sebagai berikut:

1. 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.²²

2. 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.
3. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Pada prinsipnya pendaftaran atas merek merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum. Perlindungan merek di Indonesia menganut prinsip first to file yang dianut dalam Stelsel Konstitutif.²³

c) Hak- Hak Pemegang Merek Dagang

Merek Sebagai Kekayaan Intelektual merupakan salah satu bentuk kekayaan industri. Suatu produk tidak akan dapat terlepas dari suatu Merek karena Merek merupakan identitas suatu produk atau jasa. Merek adalah asset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar tentunya apabila digunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemennya yang baik.

²² Ahmadi Miru, 2005, *Hukum Merek*, Rajawali Pers, Jakarta, Hlm.11

²³ Khoirul Hidayah,, 2017, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, SetaraPress, Jakarta, Hlm.. 54

Keberadaan Hak Atas Kekayaan Intelektual tidak terlepas dari kegiatan ekonomi dan industri serta perdagangan. Era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi telah mendorong efisiensi dan efektifitas bagi para produsen untuk memasarkan produk-produknya ke luar negeri melalui pasar bebas. Oleh karena itu salah satu kunci agar dapat bertahan dalam perdagangan bebas terletak pada penguasaan teknologi dan kemampuan melakukan inovasi di bidang teknologi²⁴

Hak atas merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek terdaftar.

Pasal 41 ayat (1) Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan Hak Atas Merek terdaftar dapat dialihkan karena adanya pewaris, wasiat, wakaf, hibah dan perjanjian atau sebab lain yang dibenarkan oleh ketentuan peraturan perundang-undangan.

d) Tujuan dan Bentuk Perlindungan Merek

Tujuan perlindungan merek adalah untuk memastikan bahwa pemilik merek dapat melindungi identitas, reputasi, dan hak eksklusif mereka terhadap merek tersebut. Berikut adalah beberapa tujuan utama perlindungan merek:

1. Hak Eksklusif

Memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan dan bisnis,

²⁴ Tommy Hendra Purwaka, 2020, "*Perlindungan Merek*", Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, Cet Ke-1, Hlm. 142

sehingga menghindari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain.

2. Melindungi Reputasi

Menghindari kemungkinan kebingungan atau kesalahan identifikasi oleh konsumen dengan memastikan bahwa hanya pemilik merek yang berwenang dapat menggunakan merek tersebut.

3. Menghindari Penipuan

Melindungi konsumen dari penipuan dengan memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka beli sesuai dengan kualitas dan reputasi yang diasosiasikan dengan merek tersebut.

4. Mendorong Inovasi

Memberikan insentif kepada perusahaan untuk berinovasi dan berinvestasi dalam pengembangan produk dan layanan dengan memberikan perlindungan terhadap hasil usaha .

5. Mengendalikan Penggunaan

Memberikan kontrol kepada pemilik merek terhadap bagaimana dan di mana merek mereka digunakan, sehingga menjaga integritas dan citra merek.

6. Pencegahan Persaingan Tidak Sehat

Menghindari kompetitor dari penggunaan merek yang dapat menyesatkan konsumen atau merugikan pemilik merek melalui praktik bisnis yang tidak etis.

7. Hak Hukum

Memberikan dasar hukum untuk menuntut tindakan hukum terhadap pihak yang melanggar hak merek, termasuk pelanggaran dan peniruan.

Perlindungan merek sangat penting untuk membangun dan menjaga kepercayaan masyarakat serta memastikan persaingan yang baik pada pemasaran.

e) Teori Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Rahardjo, Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang di berikan oleh hukum. ²⁵

Teori perlindungan dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum baik itu yang bersifat Preventif maupun dalam bentuk yang berifat represif baik secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum. Pada penelitian ini menerapkan peraturan hukum tentang merek pada produk barang dan jasa pada PT. Kotak Kreatif Indonesia.

f) Teori Kepastian Hukum

²⁵ Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, Hlm.53

Teori Hukum menurut Gustav Radbruch , hukum memiliki tujuan yang beorientasi pada 3 hal yaitu adanya kepatian hukum, keadilan dan kemanfaat. Teori kepastian hukum menyatakan bahwa hukum yang berlaku pada dasarnya tidak boleh menyimpang. Kepastian hukum merupakan perlindungan yustisiabel terhadap tindakan sewenang-wenang yang berarti bahwa seseorang akan dapat memperoleh sesuatu yang di harapkan dalam keadaan tertentu.²⁶

Teori kepastian hukum ini dimaksudkan untuk membahas dan menganalisa, melengkapi dan menjawab kepastian hukum terkait perlindungan merek.

Kepastian hukum dapat diartikan sebagai sebuah peraturan perundang-undangan yang dibuat serta diundangkan dengan pasti. Hal ini dikarenakan kepastian hukum dapat mengatur dengan jelas serta logis sehingga tidak menimbulkan keraguan apabila ada multitafsir. Sehingga tidak terjadi benturan serta tidak menimbulkan konflik dalam norma yang ada di masyarakat. Peraturan yang di buat tersebut menjamin para pihak yang berkepentingan dapat melakukan suatu perilaku yang sesuai dengan ketentuan dalam hukum yang berlaku dan begitu pula sebaliknya. Tanpa adanya kepastian hukum, maka tidak dapat memiliki suatu ketentuan baku untuk menjalankan suatu hal. Pendaftaran merek di beri kepastian hukum dengan Undang- Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan indikasi Geografis.

²⁶ Achmad Ali, 2012, *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) & Teori Peradilan (Judicialprudence)*, Kencana Prenanda Media Group, Jakarta. Hlm. 287

F. Metode Penelitian

Metode adalah proses, prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati, tekun dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia, maka metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian²⁷

Penelitian ini memerlukan data yang akurat sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Seorang peneliti di dalam melakukan penelitian biasanya menggunakan metode tertentu. Karena tanpa adanya suatu metode, peneliti tidak akan menemukan, merumuskan, menganalisis serta memahami permasalahan yang dihadapinya.

Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa langkah dalam melakukan metode penelitian ini agar memperoleh hasil yang yang maksimal, antara lain:

a. Metode Pendekatan

Metode pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis yang dimaksudkan adalah hukum dilihat sebagai norma atau *das sollen*, karena dalam melakukan pembahasan masalah dalam penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum. Sedangkan pendekatan normative adalah dengan melihat hukum sebagai kenyataan sosial, kultural atau *das sein* karena dalam penelitian ini data yang digunakan data primer yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Sehingga pendekatan yuridis normative yang dimaksudkan dalam penelitian ini bahwa dalam menganalisis permasalahan yang telah dirumuskan dilakukan dengan memadukan bahan-bahan hukum dengan data primer yang diperoleh di lapangan

²⁷ Soerjono Soekanto, 2015, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press, Depok, Hlm 67

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

Penelitian Hukum Normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder”.²⁸ Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.²⁹

Metode pendekatan yang dipergunakan dalam penyusunan tesis ini adalah penelitian yuridis normatif (metode penelitian hukum normatif).

Metode penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau data sekunder belaka.³⁰ Dengan demikian objek yang dianalisis dengan pendekatan yang bersifat kualitatif adalah metode penelitian yang mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan.

Pendekatan masalah yang diteliti dengan berdasar Undang-Undang berlaku sebagai hukum positif di Indonesia di bidang merek yakni Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

b. Spesifikasi penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud memberikan gambaran atau melukiskan fakta-fakta atau keadaan-keadaan ataupun gejala yang tampak dalam kenyataannya secara sistematis, faktual dan akurat mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan

²⁸ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2003, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, Hlm. 13

²⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada, Jakarta, Hlm. 35.

³⁰ Bambang Sunggono, 2003, *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada: Jakarta, Hlm. 27-28

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

Pengertian Metode Deskriptif adalah suatu metode yang memberikan gambaran atau berfungsi untuk mendeskripsikan terhadap obyek yang diteliti melalui data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, dengan kata lain bahwa penelitian deskriptif kualitatif mengambil data-data sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan dan hasil penelitian tersebut di olah menjadi suatu kesimpulan.³¹

c. Sumber dan Jenis Data

Sebagaimana dipahami bahwa dalam penelitian hukum memerlukan sumber hukum dan jenis data. Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Merupakan suatu data yang telah diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau sumber asal dari lapangan atau data yang diperoleh secara langsung yang melalui wawancara terhadap narasumber yang berkompeten.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan melakukan penelitian kepustakaan terhadap bahan penelitian yang digunakan, meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yaitu

1. **Bahan Hukum Primer**, adalah bahan hukum yang mengikat, mencakup peraturan perundang-undangan terkait dengan permasalahan yang akan dibahas yaitu: Undang-Undang Dasar Negara Republik

³¹ Ibid

Indonesia Tahun 1945; Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

2. **Bahan Hukum Sekunder**, bahan hukum yang tidak mengikat, memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yaitu meliputi buku-buku, artikel ilmiah, laporan penelitian, atau bahan-bahan lain yang semacamnya.
3. **Bahan Hukum Tersier**, bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier berupa buku-buku.

Pengumpulan bahan hukum dimaksudkan untuk memperoleh bahan hukum dalam penelitian. Selanjutnya bahan hukum di catat secara sistematis dan konsisten sehingga bahan hukum yang diperoleh dapat ditulis dengan penatalaksanaan secara kritis, logis dan sistematis sehingga dapat mengungkapkan suatu norma dari suatu permasalahan.³²

d. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yuridis normatif sebagaimana tersebut di atas merupakan penelitian dengan melakukan analisis terhadap permasalahan dalam penelitian melalui pendekatan terhadap asas-asas hukum serta mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia dan menggunakan jenis data dari bahan pustaka yang lazimnya dinamakan data sekunder.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen, studi kepustakaan dalam hal ini penulis mengambil acuan dari buku-buku, tulisan-tulisan,

³² Djulaeka, Devi Rahayu, 2020, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, Scopindo Media Putaka, Surabaya, Hlm 37

peraturan perundang-Undangan yang berkaitan dengan penulisan tesis ini. Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pihak terkait dengan produsen barang dan jasa.

e. Teknik Analisis Data

Penelitian belum dapat ditarik kesimpulan bagi tujuan penelitiannya, sebab data itu masih merupakan data mentah dan masih diperlukan usaha atau upaya untuk mengolahnya. Proses yang dilakukan adalah dengan memeriksa, meneliti data yang telah diperoleh untuk menjamin apakah data dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan kenyataan. Setelah data terkumpul lengkap maka selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Sehingga dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis kualitatif. Analisis data kualitatif adalah suatu teknik yang menggambarkan data-data yang telah terkumpul sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan yang sebenarnya.

Data yang diperoleh dari hasil penelitian disusun secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis kualitatif di mana data yang diperoleh dari penelitian dikelompokkan dan dipilih, kemudian dihubungkan dengan masalah yang akan diteliti menurut kualitas dan kebenarannya, sehingga akan dapat menjawab permasalahan yang ada. Ketika analisis data telah selesai, maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif, dengan menuturkan dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Dari hasil tersebut akan ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

G. Jadwal Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan											
	Bulan Ke											
	1				2				3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan dan Persiapan												
Penyusunan Proposal												
Review proposal												
Pengumpulan Data												
Analisis Data												
Penyusunan Tesis												
Ujian Tesis												
Perbaikan Tesis												

H. Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, sistematika penulisan, dan orisinalitas penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini adalah upaya penulis untuk menemukan konsep dan teori yang akan diterapkan sebagai pedoman konseptual dan teoritik oleh penulis.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan yang sistematis subbab-subbabnya dituangkan secara berurutan sesuai dengan urutan permasalahan dan tujuan penelitian. Dengan demikian jelas menggambarkan upaya penulis menjawab permasalahan dan tujuan penelitian ini.

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini, penulis akan menyajikan suatu kesimpulan dari masalah yang diteliti dan mencoba memberikan saran sebagai suatu jalan keluar dan dari permasalahan yang terdapat dalam penulisan tesis ini.

I. Orisinalitas Penelitian

Dari penelusuran penulis yang berkaitan dengan obyek penelitian ini baik dalam bentuk laporan, skripsi, tesis maupun disertasi telah banyak dilakukan. Penelitian ini tidak sama substansinya dengan penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya sebagai contoh berikut:

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Permasalahan	Metode Penelitian
1	Erlangga Dana Arta	Pelaksanaan Pendaftaran Merek Untuk Barang dan Jasa Pada PT.Kotak Kreatif Indonesia”	1) Bagaimana Pelaksanaan pendaftaran merek produk barang dan jasa PT. Kotak Kreatif Indonesia? 2) Bagaimana akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada pendaftaran merek produk Barang dan jasa PT. Kotak kreatif Indonesia?	Yuridis Normatif
2	Alis Yulia	Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dalam perdagangan Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek	Bagaimanakah pelaksanaan pendaftaran merek dalam perdagangan berdasarkan Pasal 7 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.	Yuridis Normatif
3	Bambang Jatmiko	Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan indikasi Geografis	1.Implementasi undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis	Yuridis Normatif

		Terhadap perjanjian Waralaba	terhadap perjanjian waralaba 2.Kendala Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Perjanjian Waralaba Dan Bagaimana Solusinya	
--	--	------------------------------	--	--