

**KESADARAN HUKUM PARA PELAKU USAHA  
TENTANG PENDAFTARAN MEREK  
(Studi Pada Sentra Industri Keripik Di Jalan Pagar Alam Bandar Lampung)**

**(Skripsi)**

**Oleh  
AZKA GILANG RIFARDI**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2019**

## **ABSTRAK**

### **KESADARAN HUKUM PARA PELAKU USAHA TENTANG PENDAFTARAN MEREK (Studi Pada Sentra Industri Keripik Di Jalan Pagar Alam Bandar Lampung)**

**Oleh**

**AZKA GILANG RIFARDI**

Merek memiliki beragam peran penting bagi pelaku usaha baik dalam perdagangan maupun jasa. Semua pelaku usaha dapat menggunakan merek apapun bagi produknya, namun perlindungan hak atas merek tidak akan ada jika tidak dilakukan upaya pendaftaran merek. Pelaku usaha yang terdapat di Kawasan Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung telah menggunakan merek untuk produk dagangannya, tetapi sebagian besar pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam belum mendaftarkan merek dagangannya. Permasalahan hukum dalam penelitian ini adalah pertama, bagaimana kesadaran hukum para pelaku usaha keripik tentang kewajiban pendaftaran merek, dan kedua apa faktor-faktor penghambat terhadap pendaftaran merek di kalangan pelaku usaha keripik.

Penelitian Hukum yang digunakan adalah penelitian hukum normatif-terapan dengan tipe penelitian deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara dan data sekunder yang terdiri dari bahan primer, sekunder, dan tersier. Pengolahan data dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa pertama, tingkat kesadaran hukum tentang pendaftaran merek pada pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung masih tergolong rendah, karena parapelaku usaha tersebut belum memahami arti penting pendaftaran merek bagi usahanya. Pada kenyataannya dilapangan, rendahnya kesadaran mengenai arti penting pendaftaran merek sebesar 80% (delapan puluh persen) pelaku usaha belum menyadari pentingnya pendaftaran merek dan sebesar 20% (dua puluh persen) yang telah menyadari akan arti penting pendaftaran merek, diukur berdasarkan jumlah pelaku usaha yang telah mendaftarkan mereknya. Kedua, faktor-faktor penghambat terhadap pendaftaran merek bagi pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung adalah adanya faktor anggapan bahwa merek tidak penting untuk didaftarkan.

**Azka Gilang Rifardi**

Para pelaku usaha keripik masih beranggapan bahwa produknya ditandai dengan penggunaan merek yang turun temurun sehingga apabila ada kesamaan dengan merek lain ketika didaftarkan, maka para pelaku usaha keripik tidak mau mengganti dengan merek alternatif lain.

**Kata Kunci: Pendaftaran Merek, Kesadaran Hukum, Pelaku Usaha**

**KESADARAN HUKUM PARA PELAKU USAHA TENTANG  
PENDAFTARAN MEREK  
(Studi Pada Sentra Industri Keripik Di Jalan Pagar Alam Bandar Lampung)**

**Oleh  
AZKA GILANG RIFARDI**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
SARJANA HUKUM**

**Pada**

**Bagian Hukum Keperdataan  
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2019**

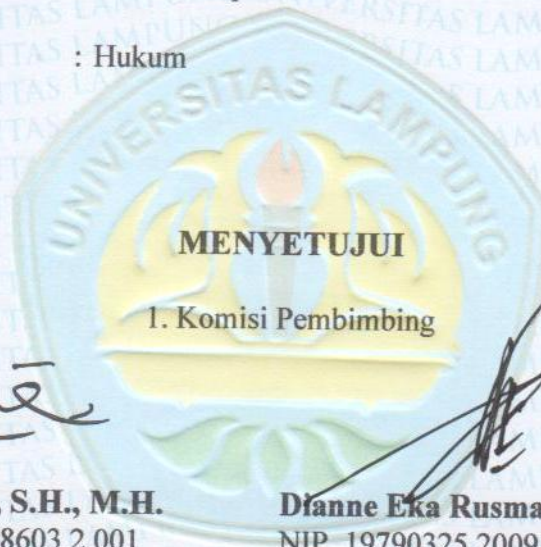
Judul Skripsi : **KESADARAN HUKUM PADA PELAKU USAHA  
TENTANG PENDAFTARAN MEREK  
(Studi pada Sentra Industri Keripik di Jalan Pagar  
Alam Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : **Azka Gilang Rifardi**

No. Pokok Mahasiswa : 1412011065

Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum



**Lindati Dwiatin, S.H., M.H.**  
NIP 19600421 198603 2 001

**Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.**  
NIP 19790325 200912 2 001

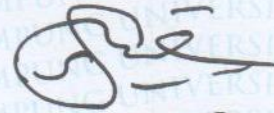
2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan

**Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**  
NIP 19601228 198903 1 001

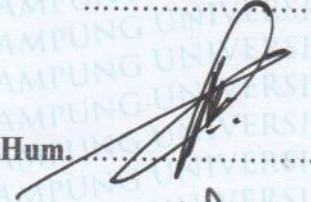
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua : **Lindati Dwiatin, S.H., M.H.**

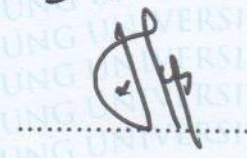


Sekretaris/Anggota : **Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.**



Penguji

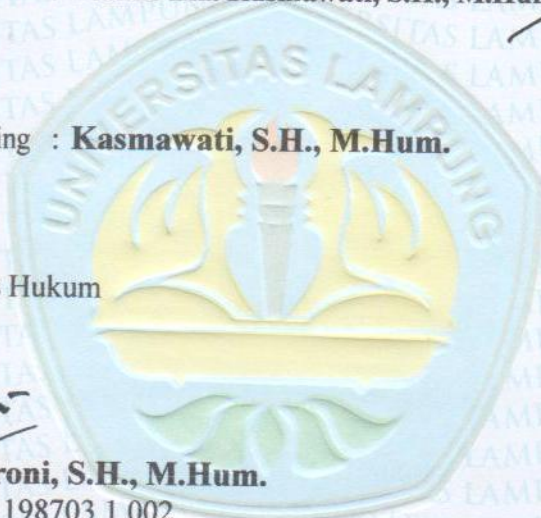
Bukan Pembimbing : **Kasmawati, S.H., M.Hum.**



2. Dekan Fakultas Hukum

**Prof. Dr. Maroni, S.H., M.Hum.**

NIP 19600310 198703 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **10 Desember 2019**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azka Gilang Rifardi

NPM : 1412011065

Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Kesadaran Hukum Para Pelaku Usaha Keripik Tentang Pendaftaran Merek di Bandar Lampung”** benar-benar hasil karya bukan plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Keputusan Rektor Nomor 3187/H26/2010.

Bandar Lampung, 10 Desember 2019



Azka Gilang Rifardi  
NPM. 1412011065

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 5 Juni 1996, dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari Bapak Oki Pambudi dan Ibu Arif Fadhilah. Penulis melaksanakan pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyiyah Kota Bandar Lampung (2001 sampai 2002), Sekolah Dasar (SD) Tunas Harapan Kota Bandar Lampung (2002-2008), Sekolah Menengah Pertama (SMP) ITAr-Raihan Bandar Lampung (2008-2011), MAN 1 Bandar Lampung (2011-2014). Pada tahun 2014, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN.

Selama mengikuti perkuliahan penulis aktif mengikuti organisasi internal kampus, yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa-Fakultas Hukum Untuk Seni (UKM-F Persikusi).



## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Puji Syukur kepada Allah SWT. atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, maka  
dengan segala jerih payah dan kerja keras,  
kupersembahkan sebuah karya ini kepada:

Ayahanda (Oki Pambudi) dan Ibunda (Arif Fadhilah)  
tercinta yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang tiada henti.

dan Almamater tercinta Universitas Lampung

## **MOTO**

“Saya tidak mau pengalaman dan pengetahuan yang saya miliki terkubur bersama  
tubuh saya ketika mati kelak.”

**(Bob Sadino)**

“Kurang cerdas dapat diperbaiki dengan belajar, kurang cakap dapat dihilangkan  
dengan pengalaman. Namun tidak jujur itu sulit diperbaiki.”

**(Bung Hatta)**

## SANWACANA

Alhamdulillahrabbi'l'alamiin. Segala puji syukur hanyalah untuk Allah SWT, Tuhan seluruh alam yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: “**Kesadaran Hukum Para Pelaku Usaha Keripik Tentang Pendaftaran Merek di Bandar Lampung.**”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari partisipasi, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maroni, S.H., M.Hselaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Ibu Lindati Dwiatin, S.H., M.H selaku Pembimbing I yang telah mencurahkan segenap pemikirannya, memberikan bimbingan baik kritik maupun saran dan meluangkan waktunya sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan baik;

4. Ibu Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing II yang telah mencurahkan segenap pemikirannya, memberikan bimbingan baik kritik maupun saran dan meluangkan waktunya sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan baik;
5. Ibu Kasmawati, S.H.,M.Hum., sebagai Pembahas I yang telah banyak memberikan kritik, koreksi, dan masukan yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini;
6. Ibu Dwi Rimadona, S.H., M.Kn.,sebagai Pembahas II yang telah banyak memberikan kritik, koreksi, dan masukan yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini;
7. BapakProf. Dr. Muhammad Akib, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
8. Segenap Dosen beserta staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Lampung yang telah banyak membantu dan memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada Penulis selama menyelesaikan studi;
9. Para Narasumber di kawasan Sentra Industri Keripik Jalan Pagar AlamBandar Lampung, terima kasih atas segala bantuan, pengetahuan dan informasi yang diberikan demi kelancaran penyelesaian skripsi ini;
10. Para Narasumber di Kantor Wilayah Kementrian Hukum dan HAM Kota Bandar Lampung, terima kasih atas segala bantuan, pengetahuan dan informasi yang diberikan demi kelancaran penyelesaian skripsi ini;

11. Teristimewa Untuk Kedua Orangtuaku Tercinta PapaOki Pambudi dan MamaArif Fadhilah terimakasih atas segala kasih sayang, doa dan dukungan selama ini yang tak ada henti-hentinya.
12. Teristimewa Untuk Eyang Fathonah Tercinta terimakasih atas segala kasih sayang, doa dan dukungan selama ini yang tak ada henti-hentinya.
13. Adik-adikku Tersayang Khalisa Yusufina Rifardi dan M Delshady Shairafi terimakasih sudah menjadi pemicu semangat agar skripsi ini cepat terselesaikan, semoga kelak kita bisa menjadi orang yang sukses agar dapat membahagiakan Ayah dan Ibu kelak.
14. Kakak sepupuku Harsa Wahyu Ramadhan, S.H., M.H. terimakasih atas segala bantuan dan semangat yang diberikan untuk kelancaran skripsi ini.
15. Nyi Ayu Ryanti F.R yang selalu ada dan meluangkan waktunya untuk mendengar keluh kesahku serta membantu dan mendampingiku dalam mengerjakan skripsi ini, dan juga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi yang luar biasa sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
16. Sahabat-sahabatku, Eldi Ermawan, Intan Rosiana, Adam Malik, Ridwan Erminda, Rezky Muhammad, M Rizky Saputra, Maharani Ari semoga kelak kita semua bisa menjadi orang yang sukses.
17. Teman-teman UKM-F Persikusi, yang telah memberikan pembelajaran, pengalaman serta kekeluargaan yang baik;
18. Almamaterku tercinta beserta seluruh Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung Angkatan 2014;

19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya.

Semoga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan pahala yang besar di sisi Allah SWT dan akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Bandar Lampung, 14 Oktober 2019  
Penulis

**Azka Gilang Rifardi**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>JUDUL DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>SANWACANA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	<b>1</b>
B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup .....	<b>6</b>
C. Tujuan Penelitian .....	<b>6</b>
D. Kegunaan Penelitian .....	<b>7</b>
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Tinjauan Umum Hak Kekayaan Intelektual .....	<b>8</b>
1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual .....	<b>8</b>
2. Bidang-bidang Hak Kekayaan Intelektual dan Pengaturannya ....	<b>9</b>
B. Tinjauan Umum Tentang Merek .....	<b>13</b>
1. Sejarah Pengaturan Merek dan Pengertian Merek .....	<b>13</b>
2. Jenis Merek, Kelas Barang Atau Jasa .....	<b>19</b>
C. Syarat dan Prosedur Pendaftaran Merek .....	<b>21</b>
D. Akibat Hukum Pendaftaran Merek.....	<b>27</b>
E. Kerangka Pikir .....	<b>33</b>
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian .....	<b>35</b>
B. Tipe Penelitian .....	<b>36</b>
C. Pendekatan Masalah .....	<b>36</b>
D. Data dan Sumber Data .....	<b>37</b>
E. Metode Pengumpulan Data .....	<b>39</b>
F. Pengolahan Data .....	<b>40</b>
G. Analisis Data .....	<b>40</b>

<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	42
A. Gambaran Umum Kawasan Sentra Industri Keripik Di Jalan Pagar Alam Bandar Lampung .....	42
B. Kesadaran Para Pelaku Usaha Keripik Di Kawasan Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung Tentang Pentingnya Pendaftaran Merek .....	45
C. Faktor-Faktor Penghambat Pendaftaran Merek Di Kalangan Pelaku Usaha Keripik Pada Sentra Industri Keripik Bandar Lampung .....	54
<b>V. PENUTUP</b> .....	60
A. Simpulan .....	60
B. Saran .....	61

## **DAFTAR PUSTAKA**



## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri pangan sekarang ini sangat ketat dengan berbagai macam strategi yang diunggulkan oleh masing-masing industri. Persaingan seperti ini yang menjadi hambatan untuk industri pangan baru masuk ke pasar, apabila industri baru tersebut tidak memiliki keunggulan tertentu atau produknya sama dengan produk yang sudah ada di pasar. Keunggulan produk bisa dilihat lewat aspek harga, kualitas, kuantitas, promosi, dan sebagainya.

Kegiatan usaha adalah berbagai jenis usaha di bidang perekonomian, yang meliputi bidang perindustrian, perdagangan, perjasaaan, dan keuangan (pembiayaan). Usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apa pun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pengusaha dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba. Sedangkan yang dimaksud dengan pengusaha adalah setiap orang perseorangan, persekutuan atau badan hukum yang menjalankan suatu jenis kegiatan usaha. Suatu kegiatan dapat disebut usaha dalam arti hukum perusahaan apabila memenuhi unsur-unsur yaitu dalam bidang perekonomian, dilakukan oleh pengusaha, bertujuan memperoleh keuntungan dan laba.

Organisasi usaha atau badan usaha yang menjadi wadah penggerak dari setiap jenis kegiatan usaha adalah bentuk usaha, yang disebut bentuk hukum perusahaan. Bentuk hukum perusahaan tersebut diatur oleh undang-undang, baik yang bersifat perseorangan, persekutuan, atau badan hukum. Bentuk hukum perusahaan perseorangan, misalnya, Perusahaan Otobis (PO) dan Perusahaan Dagang (PD) milik swasta perseorangan. Bentuk hukum perusahaan perseorangan belum ada pengaturannya dalam undang-undang, tetapi berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pengusaha dalam praktiknya dibuat tertulis di muka notaris berupa akta pendirian perusahaan perseorangan.

Bentuk hukum perusahaan persekutuan dan badan hukum sudah diatur dengan Undang-Undang, Firma (Fa) dan Persekutuan Komanditer (CV) diatur dalam KUHD, Perseroan Terbatas (PT) diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Perusahaan Umum (Perum) dan Perusahaan Perseorangan (Persero) diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003. Firma (Fa) dan Persekutuan Komanditer (CV) adalah bukan badan hukum. Perseroan terbatas (PT) dan koperasi adalah Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), sedangkan perusahaan umum (perum) dan perusahaan perseorangan (persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN).<sup>1</sup>

Dalam perkembangan ekonomi dan industri yang sudah demikian *modern*, dapat dipastikan bahwa setiap perusahaan atau industri barang atau jasa itu akan memiliki nama perusahaan sebagai identitas usahanya. Nama perusahaan itu

---

<sup>1</sup> Abdulkadir Muhammad, 2010, Hukum Perusahaan Indonesia, Bandung, Citra Aditya Bakti, Hlm 1-2

selanjutnya disebut sebagai merek yang akan menjadi identitas bagi barang atau jasa dari perusahaan tersebut.

Identitas perusahaan yang diwujudkan dalam merek merupakan pengenal dan sekaligus pembeda antara merek suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebelum pemilik usaha atau industri barang atau jasa berpikir tentang *marketing*, maupun cara atau mutu *service* yang akan diberikan kepada konsumennya, tentu harus memikirkan tentang merek yang akan dicantumkan pada usahanya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografis 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 jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Proses berpikir ini tentu akan berkaitan pada pertimbangan dan harapan bahwa Merek yang digunakan atau dilekatkan dalam usahanya itu akan membentuk citra sendiri bagi konsumennya. Sekali dinyatakan merek tertentu dalam pemasaran maka akan terbayang identitas, citra dengan segenap mutu pelayanan suatu perusahaan jasa tertentu. Merek itulah sebagai citra yang sekaligus membedakan dengan perusahaan jasa lainnya.

Para pengusaha di negara-negara industri maju berpendapat bahwa merek pun merupakan bagian dari strategi bisnis. Pengusaha-pengusaha tersebut mempunyai divisi hak milik intelektual yang tidak hanya mengurus masalah permintaan paten

saja tetapi juga mengurus permintaan pendaftaran mereknya. Masalah strategi bisnis tidak lagi persoalan tentang bagaimana memasarkan suatu produk barang atau jasa dengan baik atau menentukan kualitas yang memiliki standar yang tetap, tetapi juga bagaimana suatu merek barang atau jasanya dapat diproteksi dari kompetitor lainnya. Setiap produk barang atau jasa yang akan dihasilkan maka akan segera pula diajukan permintaan pendaftaran mereknya.<sup>2</sup>

Jalan Pagar Alam, Kelurahan Segala Mider, Kecamatan Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung yang biasa disebut Gang PU oleh masyarakat sekitar, dikenal sebagai Sentra Industri Keripik sebagai penghasil makanan ringan yang berasal dari singkong, pisang, talas dan ubi yang diolah menjadi keripik dengan beraneka macam rasa.

Kegiatan usaha dalam bidang perindustrian rumahan di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam dalam memasarkan produk Keripik ini, memberi merek produknya dengan nama yang beraneka ragam dan variatif. Pengusaha produk Keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam selama ini telah memakai merek seperti “Askha Jaya”, “Aneka Sari Rasa”, “Keripik Shinta”, “Rona Jaya”. Yang artinya para pelaku usaha tersebut sudah sadar akan pentingnya merek bagi produk-produknya guna memberikan identitas dan perbedaan bagi kompetitor usaha yang sejenis.

---

<sup>2</sup> Yoshihiro Sumida, Insan Budi Maulana, *Perlindungan Bisnis Merek Indonesia – Jepang*, Pustaka Sinar Harapan, 1994, hal 28

Pada dasarnya konsep tentang merek pada kalangan pelaku usaha Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam sudah dipahami oleh masing-masing pelaku usaha tersebut. Akan tetapi dari sekian merek yang terdapat pada Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam, belum diketahui secara pasti apakah para pelaku usaha tersebut sudah melakukan pendaftaran terhadap merek yang telah mereka gunakan.

Pendaftaran merek bertujuan untuk memberi hak atas merek, hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas merek hanya bisa didapatkan setelah merek tersebut didaftarkan.<sup>3</sup> Siapa pun berhak memakai merek dengan nama apapun, didaftar ataupun tidak didaftar, sepanjang tidak sama dengan merek terdaftar milik orang lain di kelas dan jenis barang/jasa yang sama. Pemilik merek dagang terdaftar memiliki hak eksklusif untuk mencegah semua pihak ketiga yang tidak memiliki izin pemilik, untuk menggunakan dalam kegiatan perdagangan<sup>4</sup>

Berdasarkan uraian di atas, maka cukup alasan dan dasar pertimbangan penulis untuk meneliti tentang pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul **“Kesadaran Hukum Para Pelaku Usaha Keripik Tentang Pendaftaran Merek di Bandar Lampung”**.

---

<sup>3</sup> Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 angka (5) & Pasal 3

<sup>4</sup> Rahmi Jened, 2015, Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi, Jakarta, Prenamedia Group, hlm 6

## **B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup**

### **1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kesadaran hukum para pelaku usaha keripik tentang kewajiban pendaftaran merek?
- b. Apa faktor-faktor penghambat terhadap pendaftaran merek di kalangan pelaku usaha keripik?

### **2. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penelitian ini terdiri dari lingkup bidang ilmu hukum dan lingkup kajian. Lingkup bidang ilmu hukum dalam penelitian ini adalah hukum kekayaan intelektual, khususnya hukum merek. Sedangkan lingkup kajian penelitian ini adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dengan adanya penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui kesadaran para pelaku usaha keripik tentang kewajiban pendaftaran merek dagangnya.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat tentang pendaftaran merek di kalangan pelaku usaha keripik.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang pendaftaran merek dagang, khususnya ilmu di bidang Hukum Perdata yang terkait dengan Hukum Kekayaan Intelektual.

### **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini pun memberikan kegunaan praktis pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis, masyarakat luas dan pelaku usaha apabila ingin mendaftarkan merek dagangnya.
- b. Sebagai bahan rujukan dan informasi bagi pihak yang memerlukan khususnya untuk menyusun penulisan hukum guna melengkapi persyaratan dalam mencapai gelar kesarjanaan di bidang Ilmu Hukum, bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
- c. Sebagai salah satu syarat akademis bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Tinjauan Umum Hak Kekayaan Intelektual

#### 1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Berdasarkan substansinya, Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI) berhubungan erat dengan benda tidak berwujud serta melindungi karya intelektual yang lahir dari cipta, rasa, dan karsa manusia. Meskipun substansinya jelas, mencari sebuah definisi yang tepat untuk HKI yang bersifat komprehensif dan mencakup semua aspek.

WIPO (*World Intellectual Property Organization*) sebuah lembaga internasional di bawah PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) yang menangani masalah HKI mendefinisikan HKI sebagai “kreasi yang dihasilkan dari pikiran manusia yang meliputi: invensi, karya sastra dan seni, simbol, nama, citra dan desain yang digunakan di dalam perdagangan. Definisi WIPO ini merupakan contoh yang paling nyata bahwa HKI memang tidak dapat dilepaskan dari cabang-cabang ilmu yang melingkupinya.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Tomi Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Di Era Global*, Yogyakarta, Graha Ilmu, Hlm 1



Secara kategoris, HKI mencakup bidang-bidang penting yaitu hak cipta, perlindungan varietas tanaman, rahasia dagang, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, paten, dan merek.<sup>6</sup> Salah satu bidang HKI yang berkaitan dengan kegiatan usaha perindustrian adalah merek.

## **2. Bidang-Bidang Hak Kekayaan Intelektual dan Pengaturannya**

Secara umum HKI mencakup 2 bagian yaitu:

- a. Hak cipta (*Copyrights*)
- b. Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*), yang mencakup:
  - 1) Paten (*Patent*)
  - 2) Merek (*Trademark*)
  - 3) Desain industri (*Industrial Designs*);
  - 4) Desain tata letak sirkuit terpadu (*Integrated Circuits*);
  - 5) Rahasia dagang (*Trade Secret*),
  - 6) Indikasi Geografis (*Geographical Indication*) dan
  - 7) Perlindungan Varietas Tanaman (PVT).

Jenis-jenis HKI tersebut, hanya PVT yang berada dibawah pengelolaan Kementerian Pertanian RI, sedangkan bidang-bidang HKI lainnya dikelola oleh Ditjen Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum dan HAM RI. Dari berbagai jenis HKI tersebut, saat ini di Indonesia baru memiliki 7 (tujuh) buah Undang-undang (UU), yaitu:

---

<sup>6</sup> Ikha Retno, “*Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual*”, Diakses pada tanggal 25 Oktober 2018 Pukul 00.32 WIB. <https://ikharetno.wordpress.com/2012/04/10/ruang-lingkup-haki/>

1. UU No. 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman (PVT)
2. UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
3. UU No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri
4. UU No.32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
5. UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
6. UU No. 13 Tahun 2016 tentang Paten
7. UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Secara umum pengertian dan ruang lingkup jenis-jenis HKI tersebut sebagai berikut:

- a. Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya;
- b. 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 jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang, yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.

- c. Desain industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan. Hak desain industri adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada pendesain atas hasil kreasinya untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut.
- d. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu adalah kreasi berupa rancangan peletakan tiga dimensi dari berbagai elemen, sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, serta sebagian atau semua interkoneksi dalam suatu sirkuit terpadu dan peletakan tiga dimensi tersebut dimaksudkan untuk persiapan pembuatan sirkuit terpadu. Disini Sirkuit Terpadu dimaksudkan sebagai suatu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi, yang di dalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu di dalam sebuah bahan semikonduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik. Hak desain tata letak sirkuit terpadu merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh Negara Republik Indonesia kepada pendesain atas hasil kreasinya, untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut.

- e. Perlindungan Varietas Tanaman adalah perlindungan khusus yang diberikan negara, yang dalam hal ini diwakili oleh Pemerintah dan pelaksanaannya dilakukan oleh Kantor Perlindungan Varietas Tanaman, terhadap varietas tanaman yang dihasilkan oleh pemulia tanaman melalui kegiatan pemuliaan tanaman. Hak Perlindungan Varietas Tanaman adalah hak khusus yang diberikan negara kepada pemulia dan/atau pemegang hak Perlindungan Varietas Tanaman untuk menggunakan sendiri varietas hasil pemuliaannya atau memberi persetujuan kepada orang atau badan hukum lain untuk menggunakannya selama waktu tertentu. Sedangkan yang dimaksud dengan Varietas tanaman yang selanjutnya disebut varietas, adalah sekelompok tanaman dari suatu jenis atau spesies yang ditandai oleh bentuk tanaman, pertumbuhan tanaman, daun, bunga, buah, biji, dan ekspresi karakteristik genotipe atau kombinasi genotipe yang dapat membedakan dari jenis atau spesies yang sama oleh sekurang-kurangnya satu sifat yang menentukan dan apabila diperbanyak tidak mengalami perubahan.
- f. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- g. Rahasia dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang, yang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau

informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.<sup>7</sup>

## **B. Tinjauan Umum Tentang Merek**

### **1. Sejarah Pengaturan Merek dan Pengertian Merek**

Ketentuan tentang merek yang pertama kali berlaku di Indonesia ditetapkan oleh Pemerintah Belanda. Diberlakukannya *Reglement Indrustrieele Eigendom Kolonien 1912* (Peraturan Hak Milik Industri Kolonial 1912), ketentuan tentang merek ini diberlakukan untuk wilayah-wilayah yaitu Indonesia, Suriname, dan Curacao. Penyusunan peraturan merek mengikuti sistem Undang-Undang Merek Belanda dan menerapkan sistem konkordinasi yaitu ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan yang diberlakukan untuk diterapkan pada negara jajahan Belanda.

*Reglement Indrustrieele Eigendom 1912* terdiri dari 27 (dua puluh tujuh) pasal. Sistem yang dianut dari *Reglement Indrustrieele Eigendom 1912* adalah menganut sistem deklaratif.<sup>8</sup> Kemudian sebagai pengganti dan memperbaharui hukum merek lama, yang diatur dalam *Reglement Indrustrieele Eigendom S. 1912 No. 545*, berlakunya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (yang selanjutnya disebut UU No.21/1961) ternyata tidak terdapat pembaharuan yang berarti. UU No.21/1961 dapat dikatakan

---

<sup>7</sup> Dadan Samsudin, 2016, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Manfaatnya Bagi Lembaga Litbang*, Jakarta, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia, Hlm 6.

<sup>8</sup> Julius Rizaldi, 2009, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, Bandung, PT Alumni, Hlm 45

sebagai pengalihan secara mutlak ketentuan-ketentuan dalam Peraturan Milik Perindustrian dari tahun 1912.

UU No.21/1961 hanya terdiri dari 24 Pasal. Sistem yang dianut adalah sistem deklaratif. Konsep perlindungan merek terkenal tidak diatur sama sekali dalam undang-undang ini dan pada saat berlakunya undang-undang ini praktik pelanggaran terhadap merek terkenal sudah sering terjadi.<sup>9</sup>

Maka dari itu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek (yang selanjutnya disebut UU No.19/1992) diundangkan pada tanggal 28 Agustus 1992 dan berlaku efektif pada tanggal 1 April 1993. Secara umum, No. 19/1992 banyak berorientasi pada Konvensi Paris tanggal 14 Juli 1967, revisi Stockholm tahun 1967 dan banyak persamaannya dengan *Model Law* tahun 1966. Dalam upaya mewujudkan terbinanya sistem merek yang seragam serta standar hukum merek yang sama di semua negara di bidang merek. Secara umum, dapat dikemukakan bahwa No.19/1992 jauh lebih luas dan sempurna dibandingkan UU No.21/1961.

Pada tahun 1997 terdapat revisi pada UU No.19/1992, sehingga digantikan oleh Undang-Undang No 14 Tahun 1997 Tentang Merek (selanjutnya disebut UU No.14/1997) yang disahkan pada tanggal 7 Mei 1997. Untuk membedakan UU No.14/1997 dengan UU No.19/1992, diantaranya adalah memberikan perlindungan yang luas terhadap merek terkenal termasuk memberikan ukuran-ukuran untuk menentukan suatu keterkenalan merek dan memberikan perlindungan terhadap indikasi geografis dan indikasi asal.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, Hlm 46

<sup>10</sup> *Ibid.*, Hlm 47

Pertimbangan untuk menjaga persaingan usaha yang sehat dalam era perdagangan global dan sejalan dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, UU No.19/1992 sebagaimana telah diubah dengan UU No.14/1997, dinyatakan tidak berlaku lagi dan diubah dengan Undang-Undang Merek yang baru yaitu Undang-Undang No 15 Tahun 2001 Tentang Merek yang berlaku tanggal 1 Agustus 2001. Undang-Undang Merek 2001 ini disusun sebagai manifestasi atas konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia. *Agreement Establishing the World Trade Organization* 1994 (lebih lanjut disebut *WTO Agreement*) merupakan perjanjian perdagangan multilateral. Pada dasarnya, bertujuan menciptakan perdagangan bebas, perlakuan yang sama, menciptakan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan guna mewujudkan kesejahteraan manusia. Perubahan ini diperlukan mengingat kemajuan teknologi yang cukup pesat dan perkembangan dalam dunia usaha serta tuntutan untuk meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat.<sup>11</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Merek 2001 Pasal 1 angka 1 Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Merek merupakan suatu tanda pembeda atas barang atau jasa bagi satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebagai tanda pembeda maka merek dalam satu klasifikasi barang/jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu dan lainnya, baik pada keseluruhan maupun pada pokoknya.

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, Hlm 48

Pengertian persamaan pada keseluruhannya yaitu apabila mempunyai persamaan dalam hal asal, sifat, cara pembuatan, dan tujuan pemakaiannya. Pengertian persamaan pada pokoknya yaitu apabila memiliki persamaan pada persamaan bentuk, persamaan cara penempatan, persamaan bentuk dan cara penempatan, persamaan bunyi ucapan.

Merek atas barang lazim disebut sebagai merek dagang, yaitu merek yang digunakan/ditempelkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang, atau badan hukum. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang, atau badan hukum. Merek sebagai tanda pembeda dapat berupa nama, kata, gambar, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.<sup>12</sup>

Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (“**UU Merek dan Indikasi Geografis**“) memberikan pengertian bahwa; 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 jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Pada awalnya dasar hukum Indikasi Geografis terdapat pada Pasal 56 ayat (1) Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yang selanjutnya diatur dengan petunjuk pelaksanaannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun

---

<sup>12</sup> Adrian Sutedi, 2009, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Sinar Grafika, hal 91



2007 tentang Indikasi Geografis. Sampai saat ini sejarah hukum Indikasi Geografis tersebut masih berjalan hingga akhirnya Indikasi Geografis diatur dalam Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, Indikasi Geografis juga memiliki pengaturan khusus oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan juga diakui oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia yang dituangkan dan diterbitkan pada Buku Indikasi Geografis Indonesia.

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 memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.

Indikasi geografis dapat merujuk pada nama tempat atau kata-kata yang berkaitan dengan suatu tempat yang digunakan untuk mengidentifikasi produk-produk yang berasal dari tempat-tempat tersebut dan memiliki karakteristik tersebut. Dengan kata lain, indikasi geografis memiliki empat komponen penting, yaitu nama, produk, asal geografis, dan kualitas, reputasi atau karakteristik lainnya.

Berdasarkan 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.<sup>13</sup>

Sebuah merek dapat disebut merek apabila memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*). Maksudnya tanda yang dipakai (*sign*) tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi sesuatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Agar mempunyai daya pembeda ini, maka merek itu harus dapat memberikan penentuan atau "*individualisering*" pada barang atau jasa yang bersangkutan.<sup>14</sup> Sesuatu merek agar memenuhi tujuannya, serta untuk mendapatkan perlindungan hukum maka perlu didaftarkan.

---

<sup>13</sup>Wikipedia, "*Indikasi Geografis*", diakses dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Indikasi\\_geografis#cite\\_note-3](https://id.wikipedia.org/wiki/Indikasi_geografis#cite_note-3), Pada Tanggal 02 Juli 2019 Pukul 23.27.

<sup>14</sup>Muhamad Djumhana, R. Djubaedilah, 2003, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, Bandung, Hal 166

## 2. Jenis Merek, Kelas Barang atau Jasa

Mengenai jenis-jenis merek sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 2, angka 3 dan angka 4 UU Merek dan Indikasi Geografis ada 3 (tiga) yaitu;

### 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 sejenis lainnya.

### b. Merek Jasa

Merek Jasa adalah Merek yang digunakan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

### c. Merek Kolektif.

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.

Merek dagang lebih mengarah pada produk perdagangan berupa barang, contohnya kebutuhan pokok sembako, pakaian, elektronik dan lain lain, sedangkan merek jasa lebih terkait dengan produk perdagangan berupa jasa seperti jasa *laundry*, transportasi umum, konveksi dan lain lain.

Sedangkan merek kolektif berarti merek dagang atau merek jasa yang digunakan oleh anggota dari suatu koperasi, suatu asosiasi atau kelompok kolektif lainnya atau organisasi atau merek dimana koperasi tersebut, asosiasi atau kelompok lain tersebut atau organisasi tersebut memiliki bonafiditas secara sengaja untuk menggunakannya dalam perdagangan, dan menerapkan pendaftaran atas prinsipalnya berdasarkan UU Merek & Indikasi Geografis dan termasuk merek mengindikasikan keanggotaan dalam kelompok, dalam suatu asosiasi, atau organisasinya.<sup>15</sup> Contoh dari merek kolektif yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi PT Blue Bird Group.

Kelas barang atau jasa adalah kelompok jenis barang atau jasa yang mempunyai persamaan dalam sifat, cara pembuatan, dan tujuan penggunaannya. Pada prinsipnya suatu permohonan pendaftaran bagi suatu barang atau jasa tertentu hanya dapat diajukan untuk 1 (satu) kelas barang atau jasa, tetapi dalam hal dibutuhkan pendaftaran untuk lebih dari 1 (satu) kelas, maka terhadap setiap kelas yang diinginkan harus diajukan permohonan pendaftarannya.

Berdasarkan ketentuan yang ada pada peraturan perundang-undangan di bidang merek, pada dasarnya pendaftaran merek dapat dimintakan untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang dan atau jasa secara bersamaan. Prosedur pendaftaran merek seperti itu memberikan kemudahan kepada pemilik merek dan pemeriksa merek, karena administrasinya lebih sederhana. Meskipun demikian, hal itu tidaklah menyebabkan pertentangan dengan esensi ketentuan yang mengatur, bahwa perlindungan hukum diberikan untuk barang dan atau jasa yang berada pada jenis yang bersangkutan.

---

<sup>15</sup> Rahmi Jened, *Op cit.*, Hlm. 279

Pendaftaran merek untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang maka permohonan pendaftaran merek untuk setiap kelasnya harus menyebutkan dengan jelas jenis-jenis barang atau jasa yang diinginkan dalam kelas yang bersangkutan. Sebagai acuan kelas barang atau jasa tersebut telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek, yaitu kelas barang terdiri dari 34 (tiga puluh empat) kelas dan kelas jasa terdiri dari 8 (delapan) kelas.<sup>16</sup>

### **C. Syarat dan Prosedur Pendaftaran Merek**

Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis dalam sistem pendaftarannya menganut sistem konstitutif yang berarti hak atas merek tercipta karena pendaftaran dan bukan karena pemakaian pertama, bahwa perlindungan hukum atas merek hanya akan berlangsung apabila hal tersebut dimintakan pendaftaran. Jadi pendaftaran adalah mutlak untuk terjadinya hak atas merek, tanpa pendaftaran tidak ada hak atas merek, juga tidak ada perlindungan, tetapi sekali telah didaftarkan dan memperoleh sertifikat merek maka ia akan dilindungi dan orang lain tidak dapat memakai merek yang sama. Lain perkataan, hanya dianggap sebagai “hak khusus” atau “hak eksklusif”. Hanya orang yang didaftarkan sebagai pemilik yang dapat memakai dan memberikan orang lain hak untuk memakai (dengan sistem lisensi). Jika tidak didaftar, tidak ada perlindungan sama sekali karena tidak ada hak atas merek.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, Hlm. 169-170

<sup>17</sup> Saidin, 1995, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, hlm 362-367

Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Kehakiman Hukum dan Hak Asasi Manusia selanjutnya disebut Direktorat Jenderal HKI. Direktorat Jenderal HKI adalah instansi pendaftaran merek yang ditugasi untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek. Melakukan pendaftaran merek perlu dimohonkan pendaftaran lebih dahulu berdasarkan syarat-syarat dan prosedur yang ditentukan oleh UU Merek dan Indikasi Geografis.

Syarat dan ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak pada dasarnya hampir sama dengan peraturan yang termuat dalam undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek, namun dengan UU Merek dan Indikasi Geografis terdapat beberapa tambahan sebagaimana dapat dikenali, yaitu pada Pasal 20 dan Pasal 21 sebagai berikut:

- a. Merek tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur seperti:
  - 1) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.
  - 2) Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
  - 3) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/jatau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan atau jasa yang sejenis.
  - 4) Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/jatau jasa yang diproduksi

- 5) Tidak memiliki daya pembeda; dan / atau.
- 6) Merupakan nama umum dan./atau lambang milik umum.

b. Merek harus ditolak apabila:

- 1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
  - a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan atau jasa sejenis;
  - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dari/ataujasa sejenis;
  - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
  - d. Indikasi Geografis terdaftar.
- 2) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:
  - a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
  - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
  - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- 3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beriktikad tidak baik.

- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan Permohonan Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri.

Ketentuan persyaratan suatu merek agar dapat didaftarkan tersebut dapat disimpulkan bahwa, sesuatu dapat dikategorikan dan diakui sebagai merek, bila;<sup>18</sup>

- a. Mempunyai fungsi pembeda
- b. Merupakan tanda pada barang dagang atau jasa (unsur-unsur; atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut)
- c. Tidak memenuhi unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.
- d. Bukan menjadi milik umum.
- e. Tidak merupakan keterangan, atau berkaitan dengan barang, atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

Prosedur dalam permohonan merek dapat dilihat pada bagan dibawah ini:<sup>19</sup>

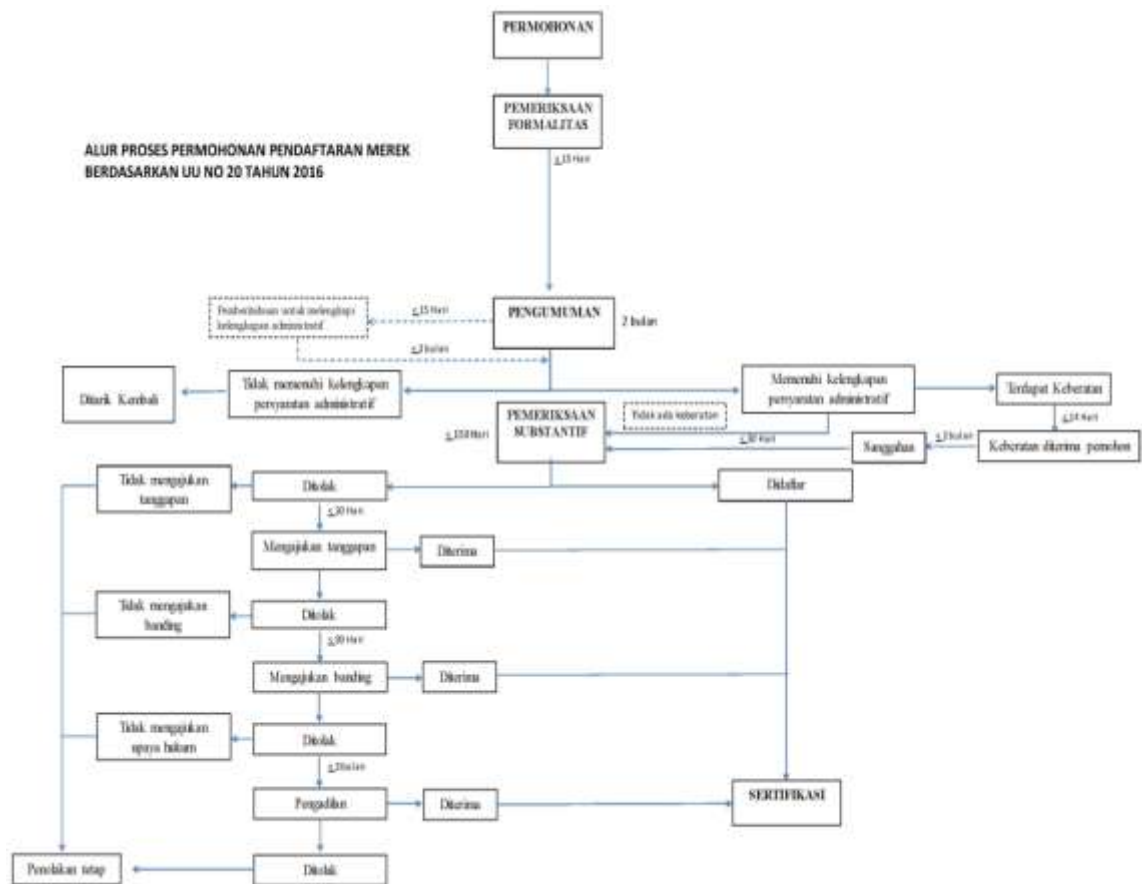
---

<sup>18</sup>Muhamad Djumhana, R. Djubaedilah, *Op. Cit.* Hlm 169

<sup>19</sup> <http://www.dgip.go.id/prosedur-diagram-alir-permohonan-merek>. Diakses pada 7 Maret 2018, Pukul 22.00 WIB



Bagan prosedur permohonan merek.



Sumber: <http://www.dgip.go.id/prosedur-diagram-alir-permohonan-merek>

Tentang tata cara pendaftaran merek di Indonesia menurut UU Merek dan Indikasi Geografis diatur dalam Pasal 4 yang menentukan bahwa:

1. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.
2. Dalam Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:
  - a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
  - b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;

- c. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
  - d. warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna; .
  - e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
  - f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/ atau jenis jasa.
3. Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
  4. Permohonan sebagaimana dimaksud Pasal 4 ayat (1) dilampiri dengan label Merek dan bukti pembayaran biaya.
  5. Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
  6. Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut.
  7. Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
  8. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pendaftarannya.
  9. Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 35 UU Merek dan Indikasi Geografis: (1) Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan. (2) Jangka waktu perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.

Jangka waktu perlindungan merek adalah sama dengan jangka waktu perlindungan untuk desain industri dan desain tata letak sirkuit terpadu. Perbedaannya adalah merek dapat terus diperpanjang untuk periode 10 (sepuluh) tahun berikutnya. Sepanjang jangka waktu tersebut terus diperpanjang sebelum periode perlindungan berakhir dan sepanjang merek tersebut terus dipergunakan dalam perdagangan barang dan jasa, perpanjangan merek terus dapat dilakukan tanpa ada batas waktu.<sup>20</sup>

#### **D. Akibat Hukum Pendaftaran Merek**

Dalam 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.

Pendaftaran merek merupakan alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis. Hak atas merek merupakan hak khusus yang

---

<sup>20</sup> Tomi Suryo Utomo, *Op.Cit.* Hal 216

diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar berdasarkan sistem konstitutif, dimana perlindungan hak Merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan. Dalam hal ini, hak eksklusif atas penggunaan Merek diberikan karena adanya pendaftaran (*required by registration*), guna mencegah pihak-pihak lain untuk memasarkan produk-produk yang identik atau mirip dengan produk dari pengusaha yang bersangkutan dengan menggunakan Merek yang sama dengan pengusaha, atau yang dapat membingungkan konsumen karena suatu kemiripan atau kesamaan pada Merek tersebut, hal ini tidak saja mengurangi keuntungan pelaku usaha dan membuat bingung konsumen, tetapi dapat juga merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan, khususnya jika produk pesaing kualitasnya lebih rendah.<sup>21</sup>

Adapun hak-hak yang dimiliki oleh pemegang hak atas merek antara lain:

- a. Pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek mempunyai hak eksklusif untuk menggunakan sendiri merek tersebut dalam jangka waktu tertentu. Dengan adanya hak eksklusif, orang lain dilarang untuk menggunakan merek yang terdaftar untuk barang atau jasa yang sejenis, kecuali sebelumnya mendapatkan izin dari pemilik merek terdaftar. Apabila hal ini dilanggar, maka pemilik merek terdaftar berhak menuntut pengguna merek terdaftar tanpa izin tersebut baik secara perdata maupun pidana. Pemilik merek terdaftar berhak untuk mendapat perlindungan hukum selama merek yang dimilikinya masih terdaftar dalam Kantor Merek dalam jangka 10 tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang.

---

<sup>21</sup> Agus Sardjono, Brian Amy Prastyo, dan Desrezka Gunti Larasati, 2013, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha UKM Batik Di Pekalongan, Solo, Dan Yogyakarta*, Jakarta, Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-44 No.4 Oktober-Desember, Hlm 502

- b. Pemilik merek terdaftar berhak memberi izin dengan cara mengalihkan hak atas merek tersebut baik melalui pewarisan, wasiat, hibah, lisensi, dan perjanjian maupun sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh perundang-undangan. Pemilik merek terdaftar berhak memberikan lisensi kepada pihak lain berdasarkan perjanjian lisensi bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa. Pemilik merek terdaftar dalam hal pemberian lisensi pada pihak lain berhak menerima royalti dari penerima lisensi dan penerima lisensi berhak menggunakan merek terdaftar tersebut sampai berakhir jangka waktu perjanjian lisensi.
- c. Pemilik merek berhak melarang orang lain yang tanpa izin menggunakan merek terdaftar berdasarkan sertifikat merek yang diperoleh dari pendaftaran merek sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain.

Indonesia menganut sistem konstitutif dalam sistem pendaftaran mereknya, sehingga yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Pendaftaran itu menciptakan suatu hak atas merek tersebut, pihak yang mendaftarkan adalah satu-satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak ketiga harus menghormati haknya pendaftar sebagai hak mutlak.

Sistem konstitutif dipilih karena dirasa lebih menjamin kepastian hukum daripada sistem deklaratif. Hal tersebut timbul dari fungsi pendaftaran merek yaitu:<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia*, Bandung: Alumni, Hlm 332-333

- a. Sebagai alat bukti kepemilikan hak atas merek yang didaftarkan.
- b. Sebagai dasar pemberian izin pengalihan merek melalui pewarisan, wasiat, hibah, lisensi, dan perjanjian maupun sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh perundang-undangan.
- c. Sebagai dasar untuk melarang orang lain memakai merek yang sama tanpa seizin pemilik merek terdaftar pada keseluruhannya atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang atau jasa sejenisnya.

Fungsi pendaftaran merek di atas menunjukkan hak eksklusif yang timbul karena adanya pendaftaran merek. Hak eksklusif penggunaan merek tersebut berfungsi seperti suatu monopoli, hanya berlaku untuk barang atau jasa tertentu. Oleh karena suatu merek memberi hak eksklusif pada yang bersangkutan, maka hak itu dapat dipertahankan terhadap siapa pun. Termasuk terhadap permohonan pendaftaran merek oleh orang lain yang sama secara keseluruhan atau pada pokoknya. Pemegang hak merek sebagai pendaftar pertama (*first to file*) dapat menolak adanya pendaftaran merek tersebut karena lebih dahulu mendaftarkan mereknya.<sup>23</sup>

Oleh karena itu, pihak lain tidak dapat menggunakan merek terdaftar tanpa seizin pemiliknya.<sup>24</sup> Dengan melakukan pendaftaran merek maka resiko-resiko yang akan terjadi dari adanya permohonan merek yang sama oleh pihak lain dapat dihindari, perlindungan hukum yang diberikan adalah guna untuk melindungi

---

<sup>23</sup> Muhamad Djumhana, R. Djubaedilah, *Op Cit*, Hlm 232

<sup>24</sup> Jisia Mamahit, 2013, *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang Dan Jasa*, Manado, *Lex Privatum* Vol.I/No.3/Juli, Hlm 90

merek yang telah didaftarkan dijauhkan dari orang-orang yang tidak beritikad baik<sup>25</sup>

Adalah sesuatu yang wajar jika orang yang telah terlebih dahulu mendaftarkan mereknya kemudian mengajukan gugatan kepada pihak yang menggunakan merek yang sama tanpa hak (tanpa meminta izin kepada pemilik merek). Gugatan tersebut berupa gugatan ganti rugi dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut (**Pasal 83 ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis**). Gugatan tersebut diajukan kepada Pengadilan Niaga (**Pasal 83 ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis**).<sup>26</sup>

Selain mengajukan gugatan, bagi pelanggar merek dapat terkena sanksi pidana berdasarkan Ketentuan Pidana pada UU Merek dan Indikasi Geografis yang terdapat pada pasal 100-103:

*Pasal 100 UU Merek dan Indikasi Geografis*

(1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

(2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk

---

<sup>25</sup> Maria Oktoviani Jayapurwanti, 2013, *Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Yang Ada Di Indonesia*, Manado, *Lex Privatum* Vol.I/No.3/Juli, Hlm 138

<sup>26</sup> Hukum Online, "Adakah Hukuman Jika Tak Sengaja Menggunakan Merek Pihak Lain?", Diakses pada tanggal 11 September 2018 Pukul 11.42 WIB. <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt53e08e8a9f330/adakah-hukuman-jika-tak-sengaja-menggunakan-merek-pihak-lain>

barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). (3) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)

*Pasal 101 UU Merek Dan Indikasi Geografis*

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada keseluruhan dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan tanda yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Indikasi Geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau produk yang sama atau sejenis dengan barang dan/atau produk yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

*Pasal 102 UU Merek dan Indikasi Geografis*

Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam

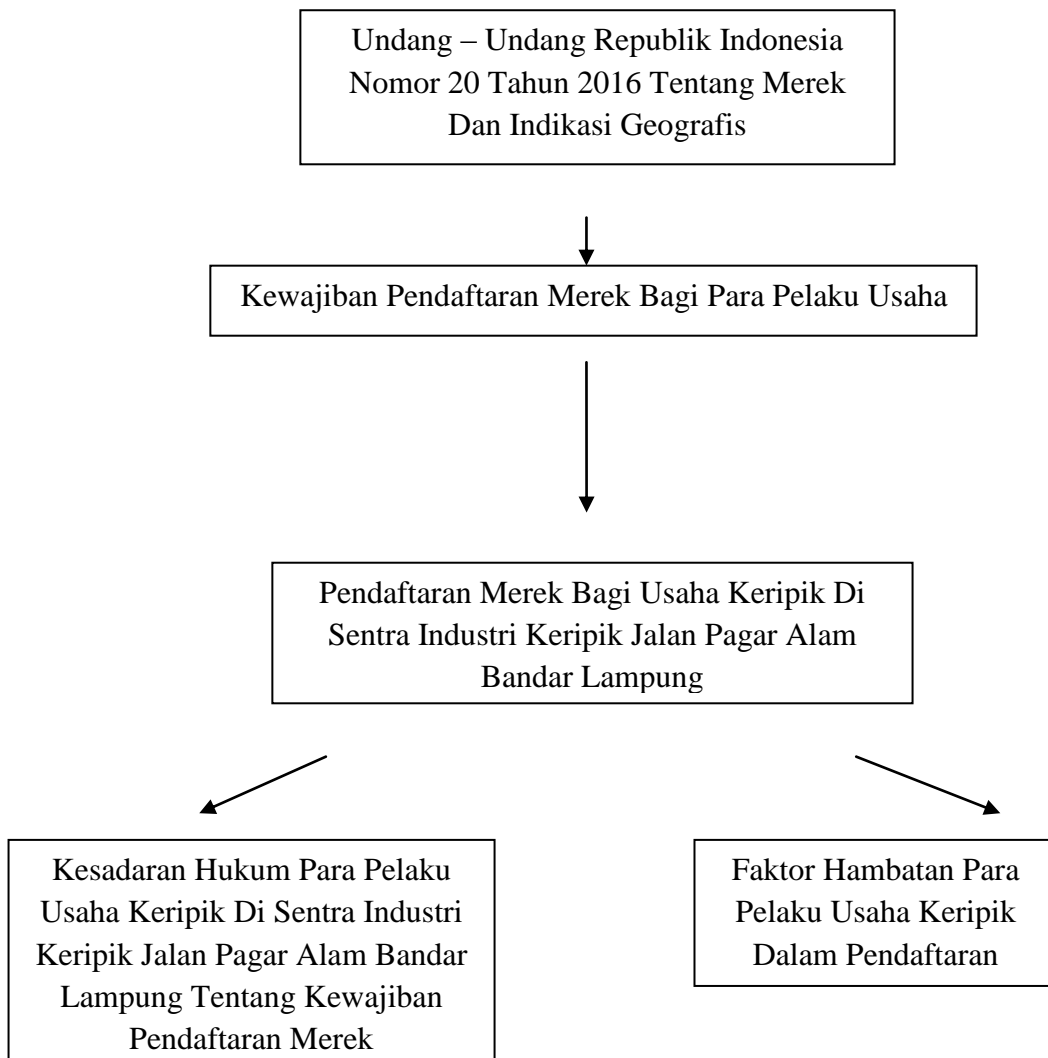


Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

*Pasal 103 UU Merek dan Indikasi Geografis*

Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 merupakan delik aduan.

**E. Kerangka Pikir**



Berdasarkan kerangka pikir diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Telah dijelaskan tentang pendaftaran merek oleh UU Merek Dan Indikasi Geografis yang bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum agar terhindar dari adanya pelanggaran merek, namun masih ada pelaku usaha yang belum menyadari akan arti pentingnya pendaftaran merek bagi merek dagangnya, salah satunya para pelaku usaha keripik yang berada di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung.

Sebuah merek baru akan mendapatkan perlindungan hukum, apabila merek tersebut dilakukan upaya pendaftaran melalui DJKI, merek yang tidak dilakukan upaya pendaftaran merek melalui DJKI maka tidak akan mendapatkan perlindungan hukum, maka dari itu sebuah merek bagi pelaku usaha yang masih berskala kecil dan menengah diwajibkan untuk dilakukan upaya pendaftaran merek melalui DJKI agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Secara khusus penelitian ini akan mengkaji dan membahas kesadaran hukum para pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung tentang kewajiban pendaftaran merek dan faktor-faktor hambatan para pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung dalam pendaftaran merek.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya.<sup>27</sup>

Adapun metode penelitian hukum yang digunakan dalam skripsi ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif-terapan. Penelitian normatif adalah mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif (perundang-undangan) secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan.<sup>28</sup> Penelitian hukum normatif-terapan mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pengkajian tersebut bertujuan untuk memastikan apakah hasil penerapan pada peristiwa hukum *in concreto* itu sesuai atau tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang. yang kemudian akan dibahas

---

<sup>27</sup> Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, hlm 10

<sup>28</sup> Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm 134

dan dianalisis melalui data informasi yang diperoleh untuk menemukan suatu hakekat dari penelitian.<sup>29</sup>

## **B. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif. Penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada saat tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara jelas dan rinci dalam memaparkan kewajiban pendaftaran merek serta faktor hambatan yang terjadi dalam potensi pendaftaran merek.<sup>30</sup>

## **C. Pendekatan Masalah**

Pendekatan masalah merupakan proses pemecahan atau penyelesaian masalah melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, sehingga mencapai tujuan penelitian. Penelitian merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris, yaitu *research*, yang berasal dari kata *re* (kembali) dan *to search* (mencari). Dengan demikian, secara bahasa berarti mencari kembali.<sup>31</sup>

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian skripsi ini yaitu pendekatan normatif-terapan. Pendekatan normatif bermaksud untuk mempelajari kaedah hukum, yaitu dengan cara mempelajari dan menelaah peraturan perundang-undangan, konsep-konsep, dan teori-teori yang berhubungan dengan penulisan

---

<sup>29</sup> *Ibid.* Hlm. 53

<sup>30</sup> *Ibid.* Hlm. 50

<sup>31</sup> Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001, hlm. 27

skripsi ini. Pendekatan empiris, yaitu suatu pendekatan yang dilakukan penelitian langsung di lokasi penelitian dengan cara melakukan pengamatan (*observation*) dan wawancara (*interview*) dengan pihak yang berkompeten guna memperoleh gambaran dari data yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

#### **D. Data dan Sumber Data**

Pada penelitian ini penelitian yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, yang terdiri dari:

##### **1. Data Primer**

###### **a. Responden**

Responden merupakan sumber data yang berupa narasumber, dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah para pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung. Diharapkan dari responden tersebut terungkap kata-kata atau tindakan dari orang yang diamati atau diwawancarai dapat dijadikan sebagai sumber data utama. Dari jumlah keseluruhan populasi pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung yang berjumlah 32, penulis akan mengambil sampel penelitian 15 pelaku usaha dari merek yang berbeda dengan pertimbangan bahwa dari 15 pelaku usaha tersebut yang paling kooperatif dalam memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.

## b. Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah badan atau instansi pemerintahan yang mengatur tentang pendaftaran merek dagang yaitu, Kanwil Kemenkumham Provinsi Lampung bersama dengan bapak Noviriyanto Kepala Sub Bidang Pelayanan Administrasi Hukum Umum.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari ketentuan perundang-undangan, yurisprudensi, dan buku literatur hukum atau bahan hukum tertulis lainnya yang berkaitan dengan pokok bahasan yang terdiri dari:

### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat, terdapat dalam peraturan perundang-undangan:

1. Konvensi Paris
2. Perjanjian TRIPs
3. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek
4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

#### b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang diperoleh dari studi kepustakaan, yang terdiri dari literatur-literatur, buku-buku ilmu pengetahuan hukum yang berkaitan dengan pokok bahasan.

#### c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan-bahan yang berguna untuk memberikan Penjelasan terhadap hukum primer maupun sekunder, seperti hasil penelitian, Kamus Besar Bahasa Indonesia, artikel-artikel dari internet dan bahan- bahan lain yang sifatnya karya ilmiah berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan diperoleh dengan menggunakan metode pengumpulan data:

#### **1. Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan (*library research*), yaitu pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber dan dipublikasikan secara luas serta dibutuhkan dalam penelitian hukum normatif. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder yaitu melakukan serangkaian kegiatan studi dokumentasi dengan cara membaca dan mengutip literatur- literatur, mengkaji peraturan perundangundangan yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

## **2. Wawancara**

Wawancara merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu, dalam suatu wawancara terdapat dua pihak yaitu responden dan informan. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber

## **F. Pengolahan Data**

Langkah selanjutnya setelah data terkumpul baik data primer maupun data sekunder dilakukan pengolahan data dilakukan dengan cara :

1. Seleksi Data, yaitu memilih mana data yang sesuai dengan pokok permasalahan yang akan dibahas.
2. Pemeriksaan Data, yaitu meneliti kembali data yang diperoleh mengenai kelengkapannya serta kejelasan.
3. Klasifikasi Data, yaitu pengelompokan data menurut pokok bahasan agar memudahkan dalam mendeskripsikannya.
4. Penyusunan Data, yaitu data disusun menurut aturan yang sistematis sebagai hasil penelitian yang telah disesuaikan dengan jawaban permasalahan yang diajukan.

## **G. Analisis Data**

Data yang telah diolah kemudian dikonstruksikan dengan analisis data yang dilakukan secara kualitatif, komprehensif, dan lengkap kemudian disajikan secara deskriptif, dengan cara menguraikan, menjelaskan dan menggambarkan permasalahan serta penyelesaiannya yang berkaitan dengan skripsi ini sehingga



menghasilkan produk penelitian hukum normatif-empiris yang lebih sempurna.<sup>32</sup> Dalam teknik analisis kualitatif ini mencakup semua data penelitian yang telah diperoleh dari hasil wawancara, agar membentuk deskripsi yang mendukung sehingga objek permasalahan yang diteliti dapat dipecahkan.

---

<sup>32</sup> Abdulkadir Muhammad, *Op Cit.*, Hlm 152

## **V. PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Kesadaran Hukum Para Pelaku Usaha Keripik Tentang Pendaftaran Merek di Sentra Industri Keripik Jalan Pagar Alam Bandar Lampung, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesadaran para pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Bandar Lampung tentang pendaftaran merek masih tergolong rendah, karena para pelaku usaha tersebut belum memahami arti pentingnya pendaftaran merek bagi usahanya. Para pelaku usaha keripik di Sentra Industri Keripik Bandar Lampung tersebut memilih untuk tidak mendaftarkan mereknya.
2. Faktor-faktor penghambat terhadap kesadaran hukum untuk pendaftaran merek di kalangan pelaku usaha pada Sentra Industri Keripik Bandar Lampung yaitu kurangnya pengetahuan mengenai arti penting pendaftaran merek, anggapan bahwa merek tidak penting untuk didaftarkan, mahalnya biaya pendaftaran merek, rendahnya peran pemerintah dalam sosialisasi arti penting pendaftaran merek.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan, maka penulis memberikan saran, yaitu:

1. Melihat dari beberapa faktor, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebagai lembaga yang berwenang perlu melakukan peninjauan kembali terhadap prosedur dan biaya pendaftaran merek. Memangkas proses birokrasi dengan jangka waktu yang tidak lama tentunya akan meningkatkan minat para pelaku usaha UMKM untuk mendaftarkan mereknya.
2. Kantor Wilayah Hukum & HAM dan Dinas Perdagangan sebagai pemerintah yang berwenang harus lebih meningkatkan intensitas sosialisasi mengenai arti penting pendaftaran merek dengan baik bagi para pelaku usaha yang masih berskala UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Djumhana Muhamad, R. Djubaedilah, 2003, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, Bandung.
- Firdaus, M. Aziz, 2012, *Metode Penelitian*, Tangerang: Jelajah Nusa.
- Jened, Rahmi, 2015, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Prenadamedia Group.
- Julius Rizaldi, 2009, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, Bandung, PT Alumni.
- Muhammad, Abdulkadir, 2010, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung, Citra Aditya Bakti.
- , 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti
- Saidin, O.K, 1995, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Sumardjono, Maria S.W, 2016, *Bahan Kuliah Metodologi Penelitian Ilmu Hukum*, Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada.
- Sumida Yoshihiro, Insan Budi Maulana, 1994, *Perlindungan Bisnis Merek Indonesia – Jepang*, Pustaka Sinar Harapan.
- Sunggono, Bambang, 2001, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Suryo Utomo, Tomi, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Di Era Global*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Sutedi, Adrian, 2009, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Sinar Grafika.

Usman, Rachmadi, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya Di Indonesia*, Bandung: Alumni.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Aspek Dagang yang Terkait dengan Hak atas Kekayaan Intelektual (TRIPs)

Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek Konvensi Paris

### **Laman (Websites)**

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. “*Diagram Alur Permohonan Merek.*” <http://www.dgip.go.id/prosedur-diagram-alur-permohonan-merek>.

Hukum Online, “*Adakah Hukuman Jika Tak Sengaja Menggunakan Merek Pihak Lain?*”, <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt53e08e8a9f330/adakah-h-hukuman-jika-tak-sengaja-menggunakan-merek-pihak-lain>.

Ikha Retno, “*Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual*”, <https://ikharetno.wordpress.com/2012/04/10/ruang-lingkup-haki/>,

Wikipedia, “*Indikasi Geografis*”, [https://id.wikipedia.org/wiki/Indikasi\\_geografis#cite\\_note-3](https://id.wikipedia.org/wiki/Indikasi_geografis#cite_note-3).

### **Jurnal**

Sardjono Agus, Brian Amy Prastyo, dan Desrezka Gunti Larasati, 2013, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha UKM Batik Di Pekalongan, Solo, Dan Yogyakarta*, Jakarta, Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-44 No.4 Oktober-Desember.

Mamahit, Jisia, 2013, *Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang Dan Jasa*, Manado, *Lex Privatum* Vol.I/No.3/Juli.

Oktoviani Jayapurwanty, Maria, 2013, *Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Dagang Asing Yang Ada Di Indonesia*, Manado, *Lex Privatum* Vol.I/No.3/Juli.

Samsudin, Dadan, 2016, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Manfaatnya Bagi Lembaga Litbang*, Jakarta, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia