Pelaksanaan Pendaftaran Merek Barang Berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografi

Erlangga Dana Arta^{1*}, Budi Santoso²

¹Program Studi Magister Kenotariatan, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Kota Semarang, Jawa Tengah

²Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Kota Semarang, Jawa Tengah

*erlangadanaa@gmail.com

ABSTRACT

Registering trademark rights for creative ideas in the clothing business is crucial for protecting brand identity and preventing unauthorized use. The aim of this research is to explore the trademark registration process for goods and services and to analyze the implementation of Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications in this context. The research employs a normative legal approach. Findings indicate that the trademark registration process in Indonesia provides significant legal protection for brand owners, helping them maintain their identity and exclusivity in a competitive market. The implementation of Law No. 20 of 2016 offers strong legal safeguards through registration, ensuring exclusive rights, preventing misuse, and fostering consumer trust in the marketplace.

Keywords: *Trademark Registration; Goods; Services*

ABSTRAK

Mendaftarkan hak merek (*trademark*) untuk ide kreasi dalam usaha pakaian adalah langkah penting untuk melindungi identitas brand dan mencegah penggunaan yang tidak sah. Tujuan penelitian untuk mengetahui pendaftaran merek untuk produk barang dan jasa, serta implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam pendaftaran merek untuk produk barang dan jasa. Metode penelitian menggunakan yuridis normatif. Hasil penelitian menunjukkan Proses pendaftaran merek produk barang dan jasa di Indonesia memberikan perlindungan hukum yang penting bagi pemilik merek untuk menjaga identitas dan eksklusivitas produk mereka di pasar yang kompetitif. Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi pemilik merek melalui pendaftaran, yang memastikan hak eksklusif, mencegah penyalahgunaan, dan mendukung kepercayaan konsumen di pasar.

Kata Kunci : *Pendaftaran Merek; Barang; Jasa*

A. PENDAHULUAN

Pembangunan nasional merupakan wujud konkret pengamalan nilai-nilai Pancasila, khususnya dalam upaya menciptakan keadilan sosial dan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia. Pembangunan ini mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa, meliputi bidang ekonomi, sosial, politik, budaya, hukum, dan lingkungan. Proses pembangunan tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga melibatkan peran aktif masyarakat sebagai pelaku utama. Masyarakat di sini tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai aktor yang aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pembangunan. Pemerintah berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing, melindungi, serta mendorong partisipasi masyarakat melalui kebijakan yang inklusif dan partisipatif. Sinergitas antara pemerintah dan masyarakat sangat penting untuk

memastikan bahwa pembangunan berjalan efektif, berkelanjutan, dan merata di seluruh wilayah. Dengan demikian, pembangunan nasional dapat berjalan secara menyeluruh dan berkelanjutan, menciptakan kesejahteraan yang adil dan merata bagi seluruh rakyat Indonesia, sesuai dengan cita-cita kemerdekaan dan dasar negara Pancasila.

Pembangunan nasional mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa dan negara, berfungsi sebagai upaya untuk mencapai tujuan nasional yang telah diamanatkan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUDNRI 1945). Pembukaan UUDNRI 1945 menekankan pentingnya menciptakan masyarakat yang adil dan makmur, serta menjaga keutuhan negara dan kesejahteraan rakyat. Dalam konteks ini, pembangunan nasional harus dilakukan secara terencana dan berkelanjutan, sehingga dapat memberikan manfaat maksimal bagi seluruh rakyat Indonesia.

Sesuai dengan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, pembangunan nasional didefinisikan sebagai “upaya yang dilaksanakan oleh semua komponen bangsa dalam rangka mencapai tujuan bernegara.” Definisi ini menegaskan bahwa pembangunan tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga melibatkan peran serta masyarakat, swasta, dan semua elemen bangsa lainnya. Dengan demikian, setiap individu dan kelompok memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi dalam proses pembangunan.

Pentingnya sinergi antar semua komponen bangsa dalam pembangunan ini memastikan bahwa tujuan nasional dapat dicapai dengan lebih efektif, adil, dan merata. Dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat, pembangunan dapat dilakukan secara inklusif, mengakomodasi kebutuhan dan aspirasi berbagai kelompok dalam masyarakat. Ini juga berkontribusi pada stabilitas sosial dan politik, serta menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) saat ini, serta di masa yang akan datang, memiliki peran yang sangat penting dalam mempercepat pembangunan nasional, terutama dalam konteks era globalisasi. HKI meliputi berbagai bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada hasil karya cipta, inovasi, dan penemuan, yang dihasilkan oleh individu atau entitas dalam masyarakat. Dalam dunia yang semakin terhubung dan kompetitif, perlindungan terhadap HKI menjadi krusial untuk mendorong kreativitas, inovasi, dan investasi dalam berbagai sektor, seperti teknologi, seni, dan budaya. HKI berfungsi untuk memberikan hak eksklusif kepada pencipta atau pemiliknya, sehingga mereka dapat menikmati manfaat ekonomi dari karya yang telah mereka hasilkan. Dengan adanya perlindungan hukum, para inovator dan pencipta akan lebih termotivasi untuk mengembangkan produk dan layanan baru, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing bangsa di kancah

global. Hal ini juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Istilah Hak Kekayaan Intelektual sendiri merupakan terjemahan dari istilah dalam bahasa Inggris, *Intellectual Property Rights* (IPR), dan dalam bahasa Belanda, disebut sebagai *Intellectueel Eigendom*. Pemahaman yang baik mengenai HKI sangat penting, baik bagi masyarakat, pelaku usaha, maupun pemerintah, untuk memastikan bahwa hak-hak pencipta dan inovator terlindungi secara optimal. Keberadaan sistem HKI yang kuat dan efektif akan mendukung upaya pembangunan nasional, mendorong kolaborasi internasional, dan memastikan bahwa Indonesia dapat bersaing dalam perekonomian global yang semakin kompleks (Sinaga, 2020).

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak kebendaan yang berkaitan dengan sesuatu yang bersumber dari hasil kerja otak dan hasil kerja rasio manusia. HKI meliputi berbagai jenis perlindungan hukum yang diberikan kepada hasil kreasi dan inovasi, seperti karya sastra, seni, penemuan, merek, dan desain industri. Konsep ini sangat penting dalam mendorong inovasi dan kreativitas, karena memberikan hak eksklusif kepada pencipta atau pemilik karya untuk memanfaatkan dan mengendalikan hasil ciptaannya.

HKI dibagi menjadi beberapa kategori, termasuk hak cipta, paten, merek dagang, desain industri, dan rahasia dagang. Masing-masing kategori memiliki karakteristik dan ruang lingkup perlindungan yang berbeda, sehingga memberikan berbagai manfaat dan perlindungan hukum bagi para pencipta dan pemilik karya. Misalnya, hak cipta melindungi karya seni dan literatur, sementara paten melindungi penemuan baru dan inovasi teknis. Merek dagang memberikan perlindungan terhadap identitas suatu produk atau jasa, sedangkan desain industri melindungi bentuk atau penampilan suatu barang (Andrias, Gani, & Upara, 2024).

Pemisahan ini berimplikasi pada lingkup pemberian hak hukum atas kekayaan intelektual, di mana setiap kategori HKI memerlukan prosedur pendaftaran dan perlindungan yang spesifik. Dengan adanya sistem HKI yang terstruktur, para pencipta dan inovator dapat dengan mudah memahami dan mengajukan hak-hak mereka, serta melindungi hasil karya mereka dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Selain itu, keberadaan HKI juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi kreatif dan inovatif, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan kemajuan suatu bangsa. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat dan pemerintah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai HKI, serta mendukung perlindungan dan penegakan hak-hak tersebut di tingkat nasional dan internasional.

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.

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. 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 (Wahyuni, 2022).

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 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.

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 pengenal yang menunjukkan asal barang dan jasa, sekaligus menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya (Djumhana, & Djubaidillah, 2003). 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.

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. Merek juga sebagai alat kegiatan promosi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan barang atau jasa, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Karena merek dapat mewakili image serta kualitas barang yang diproduksi oleh pengusaha.

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 (Pratama, Dharmawan, & Sukihana, 2014).

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 (Zakaria, & Hidayah, 2016). 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 yang (selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografis). Merek dan Indikasi Geografis (Wirayuda, Sudiarmaka, Sudika, 2020).

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

Mendaftarkan hak merek (*trademark*) untuk ide kreasi dalam usaha pakaian adalah langkah penting untuk melindungi identitas brand dan mencegah penggunaan yang tidak sah. Berikut adalah beberapa langkah dan tips tentang bagaimana mengembangkan ide kreasi dalam industri pakaian dan memastikan hak merek. Banyaknya usahawan yang saat ini berlomba untuk berkreasi dan mendaftarkan produk hasil barang dan jasanya untuk melindungi melindungi identitas bisnis dan memastikan eksklusivitas penggunaan nama, logo, atau simbol produknya.

Artikel ini membahas pelaksanaan pendaftaran merek untuk barang dan jasa berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografi, dengan fokus pada dua teori penting: teori kepastian hukum dan perlindungan hukum. 1. Teori Kepastian Hukum. Teori Kepastian Hukum ini berfokus pada pentingnya kepastian dan konsistensi dalam penerapan hukum. Dalam konteks pendaftaran merek, teori ini menekankan bahwa proses pendaftaran harus dilakukan secara transparan dan dapat diprediksi, memberikan jaminan bagi pemilik merek bahwa hak-haknya akan diakui dan dilindungi oleh negara. Kepastian hukum ini penting untuk menciptakan kepercayaan di antara pelaku usaha, sehingga mereka dapat berinvestasi dan mengembangkan merek mereka tanpa khawatir akan adanya sengketa yang tidak jelas. Dalam hal ini, undang-undang yang mengatur pendaftaran merek harus dapat memberikan prosedur yang jelas dan tegas mengenai hak dan kewajiban pemilik merek, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien. 2. Teori Perlindungan. Teori Perlindungan berfokus pada perlindungan hak-hak individu dan kepentingan pemilik atas karya atau inovasi mereka. Dalam konteks pendaftaran merek, teori ini menjelaskan bagaimana undang-undang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan dan mengontrol penggunaan merek tersebut, serta melindungi mereka dari pelanggaran oleh pihak ketiga. Perlindungan ini tidak hanya mencakup hak untuk menuntut pelanggaran, tetapi juga mencakup upaya untuk menjaga integritas merek di pasar. Teori ini menyoroti pentingnya dukungan hukum dalam menjaga keberlanjutan dan reputasi merek, yang pada gilirannya akan mendorong inovasi dan pengembangan produk di pasar. Dengan memadukan kedua teori ini, artikel ini bertujuan untuk

memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pelaksanaan pendaftaran merek serta kontribusinya terhadap pengembangan ekonomi dan perlindungan hak-hak pemilik merek di Indonesia (Yarsina, 2023).

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang meneliti tentang Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dalam perdagangan Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek antara lain yang ditulis oleh Alis Yulia dengan judul Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dalam Perdagangan Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, yang membahas mengenai pelaksanaan pendaftaran merek dalam perdagangan berdasarkan Pasal 7 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Artikel tersebut fokus membahas Pasal 7 undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, dimana pendaftaran merek masih berdasar Undang-undang yang lama (Yulia, 2015).

Artikel penelitian yang kedua ditulis Acep Cahyadi, Aminah, Novira Maharani Sukma dengan judul “Perlindungan Hukum Merek Jasa di dalam Perjanjian Waralaba Alfamart”. Artikel ini membahas mengenai implementasi perlindungan hukum milik alfamart dalam perjanjian waralaba alfamart, dan perjanjian waralaba (PT. Sumber Al Faria Trijaya dan CV. Putra Mas) sesuai dengan PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Cahyadi, & Aminah, 2020). Kemudian artikel yang ditulis oleh Isradi Maesa, Anggun Lestari Suryamizon, dan Jasman Nazar dalam artikel penelitiannya yang berjudul “Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bukittinggi”. Artikel ini membahas mengenai pelaksanaan dan hambatan pelaku UMKM di Bukittinggi dalam mendaftarkan merek dagangnya (Maesa, suryamizon, & Nazar, 2021). Artikel penelitian yang ditulis ini berbeda dengan beberapa peneltian yang sudah disebutkan di atas. Artikel ini lebih khusus membahas mengenai proses pendaftaran merek produk barang dan jasa, dan dan Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada pendaftaran merek produk Barang dan jasa.

Dalam analisis ini, terdapat gap yang perlu diidentifikasi, yaitu kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai prosedur pendaftaran merek serta tantangan yang dihadapi dalam implementasi undang-undang tersebut di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan mengeksplorasi berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas pendaftaran merek, termasuk kendala administratif, kesadaran hukum, dan dukungan dari pemerintah, sehingga dapat memberikan rekomendasi untuk perbaikan di masa depan. Adapun rumusan masalah ini mencakup dua aspek penting, yaitu: pertama, bagaimana proses pendaftaran merek untuk produk barang dan jasa?; dan kedua, bagaimana implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam pendaftaran merek untuk produk barang dan jasa? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pendaftaran merek untuk produk barang dan jasa. Selanjutnya juga ingin

mengetahui implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam pendaftaran merek untuk produk barang dan jasa.

B. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Pendekatan ini memahami hukum sebagai seperangkat norma dan peraturan yang mengatur perilaku masyarakat (Soekanto, & Mamudji, 2009). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Undang-Undang No. 29 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya dalam konteks pengaruhnya terhadap pelaku usaha dan perlindungan hak kekayaan intelektual di Indonesia. Spesifikasi penelitian ini mencakup analisis terhadap norma-norma hukum yang terkandung dalam undang-undang tersebut dan bagaimana penerapannya dalam praktik. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yang dikumpulkan melalui teknik studi pustaka, menganalisis dokumen hukum, peraturan, dan literatur yang relevan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi analisis dokumen hukum, di mana peneliti mengkaji isi Undang-Undang No. 29 Tahun 2016 serta peraturan terkait untuk memahami penerapan hukum dalam konteks yang lebih luas. Selain itu, analisis terhadap putusan-putusan pengadilan yang relevan juga akan dilakukan sebagai sumber data tambahan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari studi pustaka dan analisis dokumen akan diorganisir, dikelompokkan, dan dianalisis untuk menemukan pola-pola yang relevan serta untuk memahami dinamika dan konteks implementasi hukum. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas undang-undang, tantangan yang dihadapi, serta rekomendasi untuk perbaikan di masa depan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Proses Pendaftaran Merek Produk Barang dan Jasa

Menurut Pasal 1 ayat 1 UU Merek dan Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan merek 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 jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Definisi ini menunjukkan betapa luasnya cakupan merek dalam dunia perdagangan modern, tidak hanya terbatas pada kata atau logo, tetapi juga mencakup elemen-elemen visual, suara, dan bentuk tiga dimensi. Ini memberikan perlindungan yang komprehensif bagi para pelaku usaha agar dapat melindungi identitas produk mereka dari penggunaan oleh pihak lain yang tidak berhak.

Dengan demikian, merek berperan penting dalam membedakan produk dan jasa di pasar yang kompetitif, sekaligus menciptakan nilai tambah bagi pemiliknya dalam bentuk pengenalan dan kepercayaan konsumen.

Pendaftaran merek di Indonesia diatur secara rinci dalam Pasal 4 hingga Pasal 40 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Ketentuan ini menjelaskan prosedur yang harus diikuti oleh pemohon merek, baik melalui jalur elektronik maupun non-elektronik, yang dilakukan dalam bahasa Indonesia. Dalam Pasal 4 dijelaskan bahwa permohonan pendaftaran merek dapat diajukan oleh pemilik merek atau kuasanya kepada Menteri. Permohonan ini harus memenuhi syarat-syarat administratif yang diatur secara jelas, termasuk: a. Tanggal, bulan, dan tahun permohonan: Ini untuk memastikan kejelasan waktu pengajuan permohonan; b. Identitas pemohon: Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon harus dicantumkan secara akurat; c. Alamat kuasa hukum (jika ada): Apabila permohonan diajukan melalui kuasa hukum, alamat lengkap kuasa juga harus disertakan; d. Warna merek (jika ada): Jika merek yang diajukan pendaftarannya menggunakan unsur warna tertentu, maka warna tersebut harus dicantumkan dengan jelas; dan e. Hak prioritas: Jika permohonan diajukan dengan hak prioritas (dalam konteks internasional), harus dicantumkan nama negara dan tanggal pertama kali merek didaftarkan. Setelah itu, pemohon juga harus menentukan kelas barang dan/atau jasa yang akan didaftarkan sesuai dengan klasifikasi yang berlaku, serta melampirkan uraian rinci mengenai jenis barang atau jasa tersebut.

Permohonan pendaftaran merek harus ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya dan disertai dengan label merek serta bukti pembayaran biaya pendaftaran. Biaya pendaftaran ditentukan berdasarkan kelas barang atau jasa yang akan dilindungi. Jika merek yang didaftarkan berbentuk tiga dimensi, label yang dilampirkan harus mencerminkan karakteristik tiga dimensi tersebut. Untuk merek yang berupa suara, label yang dilampirkan harus mencakup notasi musik serta rekaman suara yang relevan.

Selain itu, permohonan wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan atas merek yang dimohonkan pendaftarannya. Hal ini merupakan bentuk deklarasi dari pemohon bahwa merek tersebut adalah miliknya yang sah dan berhak untuk didaftarkan. Adapun ketentuan mengenai biaya pendaftaran yang lebih lanjut diatur dalam Peraturan Pemerintah, memastikan transparansi dalam proses pembayaran. Dalam proses ini dapat diidentifikasi pada aspek teknis dan administratif pendaftaran merek, seperti kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap klasifikasi barang dan jasa yang tepat, serta kesulitan dalam memenuhi syarat formal, terutama untuk merek yang melibatkan elemen suara atau tiga dimensi. Selain itu, masih ada kendala dalam hal kecepatan pelayanan serta penanganan sengketa merek yang sering memerlukan perhatian khusus.

Pendaftaran merek bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap hak atas merek yang dimiliki oleh individu atau badan usaha. Melalui pendaftaran ini, pemilik merek mendapatkan hak eksklusif untuk menggunakan mereknya dalam aktivitas perdagangan barang atau jasa, serta mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama atau serupa tanpa izin. Proses pendaftaran merek dilakukan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), yang merupakan lembaga resmi di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia yang bertanggung jawab atas pendaftaran, pengelolaan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual, termasuk merek. DJKI bertugas memastikan bahwa setiap permohonan yang diajukan oleh pemilik merek sesuai dengan peraturan yang berlaku, sehingga merek tersebut mendapatkan pengakuan hukum serta perlindungan yang sah di Indonesia.

Dengan mendaftarkan merek, pemilik tidak hanya memperkuat posisi hukumnya dalam menghadapi potensi pelanggaran, tetapi juga dapat meningkatkan nilai komersial dari mereknya melalui lisensi atau penjualan hak atas merek. Adanya pendaftaran merek juga memudahkan pemilik untuk menegakkan haknya secara hukum jika terjadi sengketa.

Tata cara pendaftaran merek secara online melalui website Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dapat dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah berikut: a. Registrasi akun. Pemohon harus membuat akun di website DJKI dengan mengisi data yang diperlukan; b. Pilih permohonan baru. Setelah berhasil masuk ke akun, pemohon dapat memilih menu "Permohonan Baru" untuk memulai proses pendaftaran; c. Isi formulir permohonan. Pemohon akan diarahkan untuk mengisi formulir pendaftaran merek yang mencakup informasi tentang pemilik merek, jenis merek, klasifikasi barang/jasa, dan lain-lain; d. Upload data yang diperlukan. Setelah mengisi formulir, pemohon harus mengunggah dokumen-dokumen yang diperlukan, seperti label merek, surat kuasa (jika menggunakan kuasa), dan pernyataan kepemilikan merek; e. Pesan kode billing. Setelah formulir lengkap dan dokumen diunggah, pemohon harus memesan kode billing untuk pembayaran biaya pendaftaran; f. Bayar billing. Setelah kode billing keluar, pemohon harus membayar biaya pendaftaran dalam waktu 24 jam di hari yang sama melalui kanal pembayaran yang tersedia; g. Klik konfirmasi. Setelah pembayaran selesai, pemohon perlu mengonfirmasi dengan mengklik tombol yang menunjukkan semua data telah benar dan pembayaran telah dilakukan; dan h. Unduh tanda bukti permohonan. Setelah semua proses selesai, pemohon dapat mengunduh tanda bukti permohonan pendaftaran merek sebagai bukti sah pengajuan.

Syarat umum yang harus dipenuhi dalam permohonan pendaftaran merek untuk perlindungan produk barang dan jasa meliputi beberapa dokumen penting, yaitu: a. Etiket atau label yang menggambarkan merek yang akan didaftarkan, baik berupa gambar, logo, atau tanda lainnya yang relevan; b. Tanda tangan dari pemohon, yang dapat berupa individu atau badan hukum, sebagai

pengesahan atas permohonan yang diajukan; c. Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM), diperlukan surat rekomendasi asli dari UKM binaan atau surat keterangan dari dinas terkait sebagai bentuk pengakuan; dan d. Surat pernyataan resmi yang menyatakan bahwa pemohon adalah Usaha Mikro, Kecil (UMK) yang sah, dan harus dibubuhi dengan materai.

Setelah semua syarat tersebut terpenuhi, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) akan melanjutkan ke tahap pemeriksaan substantif, sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Pasal 18 hingga Pasal 23 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pemeriksaan substantif ini bertujuan untuk memastikan bahwa merek yang didaftarkan memenuhi semua persyaratan hukum, tidak melanggar hak pihak lain, dan layak untuk dilindungi secara hukum. Jika lolos pemeriksaan ini, merek tersebut akan didaftarkan secara resmi dan mendapatkan perlindungan hukum (Wirayuda, Sudiatmaka, & Sudika, 2020).

Pemeriksaan substantif bertujuan untuk menentukan apakah merek yang diajukan layak untuk didaftarkan. Proses ini mencakup analisis mendalam terhadap merek tersebut, memastikan tidak ada kesamaan dengan merek lain yang telah terdaftar, serta memeriksa kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku. Setelah pemeriksaan substantif selesai, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) akan menyimpulkan apakah merek tersebut dapat disetujui atau ditolak.

Jika merek disetujui, maka merek tersebut akan mendapatkan persetujuan resmi dari Direktur Jenderal HKI. Setelah itu, merek yang telah disetujui akan diumumkan dalam Berita Resmi Merek, sebagai langkah akhir sebelum mendapatkan perlindungan hukum yang sah. Pengumuman ini juga memungkinkan pihak lain untuk mengajukan keberatan, jika ada, sebelum merek tersebut secara resmi terdaftar.

2. Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pendaftaran Merek Produk Barang dan Jasa.

Hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya, sehingga hanya pemilik merek yang berhak menggunakan merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk memanfaatkannya (Arifin & Iqbal, 2020). Pendaftaran merek dagang atau jasa memiliki peran penting dalam melindungi merek dari penyalahgunaan oleh pihak lain tanpa izin. Dengan pendaftaran ini, pemilik merek memperoleh hak monopoli atas penggunaan merek tersebut, yang berarti pihak lain tidak dapat mendaftarkan atau menggunakan merek yang sama.

Pendaftaran merek memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dalam hal perlindungan terhadap potensi pelanggaran atau pemalsuan. Selain itu, pemilik merek juga dapat memberikan lisensi kepada pihak ketiga untuk menggunakan merek terdaftar, yang pada akhirnya dapat

memberikan keuntungan komersial tambahan. Hal ini penting terutama dalam dunia bisnis yang kompetitif, di mana merek merupakan aset berharga bagi perusahaan atau individu.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur pendaftaran dan perlindungan merek di Indonesia. Undang-undang ini memastikan bahwa merek yang telah terdaftar mendapatkan perlindungan hukum yang kuat, dan memberikan mekanisme bagi pemilik merek untuk menegakkan hak mereka terhadap pelanggaran, termasuk penyalahgunaan atau penggunaan tidak sah oleh pihak lain. Dengan adanya perlindungan ini, pemilik merek dapat menjaga reputasi dan nilai ekonomis merek mereka di pasar.

Hak atas merek supaya mendapatkan perlindungan dan pengakuan hukum dari negara, pemilik merek harus mendaftarkan mereknya secara resmi. Jika merek tidak didaftarkan, negara tidak akan memberikan perlindungan hukum, dan merek tersebut dapat digunakan oleh siapa saja tanpa ada hak eksklusif bagi pemilik aslinya (Yulianto, 2023). Hal ini berarti pemilik merek tidak memiliki hak monopoli, sehingga potensi terjadinya peniruan atau penggunaan oleh pihak lain sangat tinggi.

Merek berfungsi sebagai tanda pengenal dalam perdagangan barang dan jasa, yang membedakan produk dari satu pelaku usaha dengan produk serupa dari pelaku usaha lain. Lebih dari sekadar identitas, merek juga mencerminkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Merek yang terkenal dan terdaftar memberikan jaminan mutu, karena konsumen sering kali mengasosiasikan merek tertentu dengan kualitas yang konsisten. Sebaliknya, produk atau jasa dari pihak lain yang tidak memiliki merek yang sama tidak dapat memberikan jaminan kualitas yang serupa.

Dengan mendaftarkan merek, pemilik merek juga mendapatkan hak eksklusif yang melindungi mereka dari penggunaan tidak sah atau pelanggaran yang dilakukan oleh pihak lain. Perlindungan ini penting dalam menjaga reputasi dan integritas merek, serta memberikan keunggulan kompetitif di pasar. Produsen, pengusaha, atau pedagang harus memiliki jaminan perlindungan hukum atas hak merek barang dagangannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mewajibkan merek didaftarkan untuk mendapatkan perlindungan hukum. Dengan mendaftarkan merek, pemilik akan diakui secara sah oleh negara sebagai pemegang hak eksklusif atas merek tersebut.

Pasal 3 Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa dengan terdaptarnya merek, pemilik mendapatkan hak monopoli untuk menggunakan merek dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Hal ini berarti tidak ada pihak lain yang berhak menggunakan merek yang sama atau serupa tanpa izin, yang pada akhirnya melindungi pemilik merek dari pelanggaran atau penyalahgunaan. Perlindungan ini tidak hanya melindungi merek secara hukum, tetapi juga membantu menjaga

reputasi produk atau jasa, memberikan kepercayaan kepada konsumen, dan mendorong kompetisi yang sehat di pasar.

Pada pendaftaran merek, penerapan UU Merek dan Indikasi Geografis terintegrasi dalam setiap tahap prosesnya. Beberapa langkah penting dari penerapan undang-undang tersebut dalam pendaftaran merek meliputi: a. Pendaftaran merek dilakukan melalui DJKI, yang merupakan lembaga di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham). Pemohon diharuskan mengajukan permohonan secara resmi, baik melalui sistem online yang disediakan maupun melalui kantor DJKI secara langsung; b. Pemohon harus mengisi formulir permohonan pendaftaran merek dan melampirkan dokumen yang diperlukan, seperti identitas pemohon, contoh merek, dan daftar barang atau jasa yang terkait dengan merek tersebut. Pengisian formulir yang benar dan lengkap sangat penting untuk memperlancar proses pendaftaran; c. Pemeriksaan Formalitas. Setelah permohonan diajukan, DJKI akan melakukan pemeriksaan formalitas untuk memastikan bahwa semua dokumen yang disertakan lengkap dan memenuhi ketentuan administratif yang berlaku. Jika ada dokumen yang kurang atau tidak sesuai, DJKI akan meminta pemohon untuk memperbaikinya; d. Pemeriksaan Substantif. Setelah lulus pemeriksaan formalitas, DJKI akan melanjutkan dengan pemeriksaan substantif. Dalam tahap ini, DJKI akan menilai apakah merek yang diajukan memenuhi syarat substantif, seperti keunikan dan tidak adanya kesamaan dengan merek yang sudah terdaftar atau diajukan sebelumnya. Pemeriksaan ini penting untuk mencegah kebingungan di pasar dan menjaga keaslian merek; e. Pengumuman. Jika permohonan dinyatakan memenuhi syarat dalam pemeriksaan substantif, DJKI akan mengumumkan merek tersebut. Pengumuman ini memberikan kesempatan kepada pihak ketiga yang merasa dirugikan untuk mengajukan keberatan terhadap pendaftaran merek yang baru; f. Penerbitan Sertifikat. Apabila tidak ada keberatan yang diajukan atau jika keberatan tersebut tidak diterima, DJKI akan menerbitkan sertifikat merek. Sertifikat ini menjadi bukti bahwa merek tersebut telah terdaftar dan hak-hak eksklusif pemohon diakui secara hukum; g. Pemeliharaan Merek. Setelah merek terdaftar, pemilik merek memiliki kewajiban untuk melakukan pemeliharaan merek. Hal ini termasuk melakukan pembaruan pendaftaran secara berkala dan membayar biaya tahunan agar status hukum merek tetap terjaga; dan h. Hak dan Kewajiban. Pemilik merek yang terdaftar memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan. Selain itu, pemilik berhak untuk menuntut pelanggaran hak merek jika terjadi penyalahgunaan atau penggunaan tanpa izin dari pihak lain. Kewajiban pemilik juga mencakup upaya aktif dalam menjaga dan melindungi merek agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang. Dengan mengikuti prosedur yang diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis, pemilik merek dapat memastikan

perlindungan hukum terhadap merek dagang mereka, yang pada gilirannya dapat mendorong kepercayaan konsumen dan menciptakan iklim bisnis yang sehat.

UU Merek dan Indikasi Geografis mengatur perlindungan merek dan indikasi geografis, termasuk prosedur sengketa yang dapat ditempuh, jika terjadi perselisihan terkait hak merek. Berikut adalah penjelasan mengenai ketentuan Pasal 21 UU Merek dan Indikasi Geografis yang berkaitan dengan penolakan pendaftaran merek. Permohonan pendaftaran merek dapat ditolak jika memenuhi salah satu dari kriteria berikut: a. Merek Menyerupai Nama atau Singkatan Nama Orang Terkenal. Merek yang diusulkan dapat ditolak jika merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali pemohon mendapatkan persetujuan tertulis dari pemilik hak tersebut; b. Merek Menyerupai Identitas Negara atau Lembaga Resmi. Merek yang merupakan tiruan atau menyerupai nama, singkatan nama, bendera, lambang, atau simbol suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, akan ditolak, kecuali ada persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; dan c. Merek Menyerupai Tanda Resmi. Merek yang merupakan tiruan atau menyerupai tanda, cap, atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah juga akan ditolak, kecuali dengan persetujuan tertulis dari pihak berwenang (Semaun, 2016).

Ketentuan ini dirancang untuk melindungi hak-hak individu dan lembaga serta mencegah penyalahgunaan terhadap nama, simbol, atau identitas yang sudah ada. Penolakan ini bertujuan untuk menjaga integritas merek dan melindungi konsumen dari kebingungan di pasar. Dengan adanya ketentuan ini, pemohon merek diharapkan dapat lebih berhati-hati dalam memilih nama dan simbol yang akan digunakan agar tidak melanggar hak pihak lain. Jika terjadi sengketa terkait hak merek, pihak-pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan keberatan atau melakukan langkah hukum sesuai dengan prosedur yang diatur dalam undang-undang, termasuk mediasi atau pengadilan. Undang-Undang ini memberikan kerangka kerja yang jelas untuk perlindungan merek dan penyelesaian sengketa, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan transparan.

Pasal 24 ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh Menteri setelah permohonan pendaftaran merek dinyatakan dapat didaftar. Jika pemeriksaan permohonan pendaftaran merek memutuskan bahwa merek dapat didaftar, maka Menteri melakukan langkah-langkah sebagai berikut: a. Mendaftarkan Merek. Merek yang telah disetujui akan didaftarkan secara resmi dalam sistem pendaftaran merek yang dikelola oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI); b. Memberitahukan Pendaftaran Merek kepada Pemohon atau Kuasanya. Setelah pendaftaran dilakukan, Menteri wajib memberitahukan kepada pemohon atau kuasa pemohon mengenai status pendaftaran merek tersebut. Pemberitahuan ini penting untuk memastikan bahwa pemohon mengetahui bahwa merek mereka telah terdaftar; c.

Menerbitkan Sertifikat Merek. Sertifikat merek diterbitkan sebagai bukti hukum bahwa merek tersebut telah terdaftar. Sertifikat ini akan menjadi dokumen resmi yang membuktikan hak eksklusif pemilik atas merek yang terdaftar; dan d. Mengumumkan Pendaftaran Merek dalam Berita Resmi Merek. Pendaftaran merek akan diumumkan dalam Berita Resmi Merek, baik dalam format elektronik maupun non-elektronik. Pengumuman ini memberikan kesempatan kepada pihak ketiga untuk mengetahui tentang pendaftaran merek tersebut dan mengajukan keberatan jika merasa dirugikan.

Langkah-langkah yang diatur dalam Pasal 24 ayat (1) UU Merek dan Indikasi Geografis bertujuan untuk memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dan menjaga transparansi dalam proses pendaftaran. Dengan adanya pengumuman, pihak ketiga yang merasa dirugikan memiliki kesempatan untuk menanggapi, sehingga menciptakan keseimbangan antara hak pemilik merek dan kepentingan pihak lain di pasar. Proses ini penting dalam perlindungan merek, karena menciptakan kejelasan dan akuntabilitas dalam sistem pendaftaran merek yang diatur oleh undang-undang.

Sertifikat Merek adalah dokumen resmi yang diterbitkan oleh Menteri setelah merek terdaftar. Sertifikat ini berfungsi sebagai bukti pendaftaran dan memuat informasi penting terkait merek tersebut. Berikut adalah rincian informasi yang dicantumkan dalam sertifikat merek: a. Nama dan Alamat Pemilik Merek. Menyediakan informasi lengkap mengenai pemilik merek yang terdaftar; b. Nama dan Alamat Kuasa. Jika permohonan pendaftaran merek dilakukan melalui kuasa, informasi mengenai kuasa juga dicantumkan; c. Tanggal Penerimaan. Menunjukkan tanggal kapan permohonan pendaftaran merek diterima oleh pihak berwenang; d. Nama Negara dan Tanggal Penerimaan Permohonan Pertama Kali. Informasi ini diperlukan jika permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas dari negara lain; e. Label Merek yang Didaftarkan. Menyertakan gambar atau label merek yang terdaftar, termasuk keterangan mengenai warna jika merek tersebut menggunakan unsur warna; f. Terjemahan dan Pengucapan. Jika merek menggunakan bahasa asing, huruf selain huruf Latin, dan/atau angka yang tidak lazim, sertifikat harus mencantumkan terjemahannya dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapannya dalam ejaan Latin; g. Nomor dan Tanggal Pendaftaran. Menyediakan nomor pendaftaran unik yang menunjukkan status resmi merek tersebut; h. Kelas dan Jenis Barang dan/atau Jasa. Menyebutkan kelas dan jenis barang atau jasa yang dilindungi oleh merek tersebut, sesuai dengan sistem klasifikasi internasional; dan i. Jangka Waktu Berlaku. Sertifikat mencantumkan jangka waktu perlindungan merek, yang umumnya adalah 10 tahun sejak tanggal penerimaan, dengan kemungkinan perpanjangan (Kaligis, 2008).

Sertifikat Merek memberikan pemilik hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan dan menjadi bukti sah bahwa merek tersebut telah terdaftar. Informasi

yang lengkap dan akurat dalam sertifikat ini sangat penting untuk melindungi hak pemilik merek dari penyalahgunaan dan pelanggaran oleh pihak lain.

Dalam konteks perlindungan merek, UU Merek dan Indikasi Geografis memberikan ketentuan yang jelas mengenai prosedur perbaikan sertifikat merek dan jangka waktu perlindungan yang diberikan kepada pemilik merek terdaftar. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai ketentuan tersebut: a. Prosedur Perbaikan Sertifikat Merek. Berdasarkan Pasal 27 UU Merek dan Indikasi Geografis disebutkan bahwa jika terdapat kesalahan dalam sertifikat merek, pemilik merek terdaftar atau kuasanya dapat: 1). Mengajukan Permohonan Perbaikan. Permohonan ini harus diajukan secara tertulis kepada Menteri; dan 2). Permohonan perbaikan tidak dikenakan biaya jika kesalahan tersebut bukan akibat dari kelalaian pemohon. Namun, jika kesalahan dalam sertifikat disebabkan oleh kesalahan dari pemohon saat mengajukan permohonan pendaftaran merek, maka pemohon akan dikenakan biaya untuk perbaikan sertifikat tersebut. Hal ini mendorong pemohon untuk melakukan pengisian formulir pendaftaran dengan cermat dan teliti. b. Jangka Waktu Perlindungan. Merek terdaftar akan mendapatkan perlindungan hukum selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran. Setelah jangka waktu tersebut, pemilik merek dapat melakukan perpanjangan pendaftaran untuk menjaga hak eksklusif atas merek tersebut. c. Perlindungan Hak Eksklusif. Undang-Undang ini menegaskan bahwa hak atas merek adalah hak milik yang bersifat eksklusif. Dengan demikian, pemilik merek memiliki hak penuh untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan. Hukum memberikan jaminan perlindungan kepada pemilik merek terdaftar agar terhindar dari pelanggaran yang dapat mengganggu kegiatan bisnis mereka. Jika terjadi pelanggaran hak atas merek, pemilik berhak untuk mengambil tindakan hukum terhadap pihak yang melanggar (Semaun, 2016).

UU Merek dan Indikasi Geografis dirancang untuk memberikan perlindungan lebih kuat bagi merek lokal dari pembajakan atau pelanggaran oleh pihak yang tidak berwenang. Sebelum adanya undang-undang ini, banyak merek lokal rentan terhadap praktik plagiasi atau pencurian hak oleh pihak lain, baik dalam maupun luar negeri. Dengan pemberlakuan undang-undang ini, pelaku usaha lokal kini memiliki landasan hukum yang kokoh untuk melindungi hak atas merek mereka. Sejak diberlakukan, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah merek yang terdaftar. Data dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) menunjukkan bahwa setelah undang-undang ini diterapkan, jumlah pendaftaran merek meningkat setiap tahun, yang mencerminkan peningkatan kesadaran pelaku usaha lokal tentang pentingnya perlindungan merek. Undang-undang ini mempermudah proses hukum bagi pemilik merek untuk mengajukan gugatan atau meminta penyelesaian dalam kasus pelanggaran, sehingga kasus pencurian merek secara bertahap menurun (Manuaba, & Parsa, 2018).

Perlindungan yang diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis memberi rasa aman bagi pelaku usaha untuk berinovasi, terutama di sektor-sektor yang rentan terhadap penjiplakan, seperti industri makanan, fesyen, teknologi, dan lainnya. Dengan adanya kepastian hukum, pelaku usaha tidak hanya terdorong untuk menciptakan produk dan layanan baru, tetapi juga yakin bahwa inovasi mereka akan tetap aman dari penjiplakan.

Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM serta Ditjen Kekayaan Intelektual, ada tren peningkatan dalam jumlah produk dan layanan baru yang diluncurkan oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Mereka merasa lebih terlindungi dengan adanya aturan yang jelas. Partisipasi UMKM dalam Inovasi: Banyak UMKM kini secara aktif mendaftarkan merek dan mengembangkan identitas merek yang unik. Hal ini berdampak positif dalam kompetisi pasar, terutama karena UMKM semakin berani bersaing dengan merek internasional dengan perlindungan hukum yang dijamin undang-undang ini (Inayah, 2019).

Pemalsuan merek merupakan masalah yang sering dihadapi pelaku usaha di Indonesia, terutama bagi merek lokal yang belum mendapatkan perlindungan memadai. Dengan adanya UU Merek dan Indikasi Geografis, pemerintah melalui Ditjen Kekayaan Intelektual secara aktif memerangi pemalsuan merek dan memberikan sanksi lebih tegas bagi pelanggar, baik secara administratif maupun pidana. Data penurunan distribusi barang-barang palsu di pasar lokal menunjukkan keberhasilan dari penegakan UU ini. Laporan dari instansi terkait mencatat bahwa terdapat penurunan produk palsu, terutama di sektor-sektor yang memiliki jumlah pelanggaran tinggi seperti fesyen dan kosmetik. Undang-undang ini memberikan dasar hukum yang kuat bagi pihak berwenang untuk menyita produk palsu dan menindak pelaku pemalsuan. Data penindakan kasus-kasus pemalsuan merek, seperti razia terhadap barang palsu di pasar tradisional dan pusat perbelanjaan, menunjukkan bahwa penerapan UU ini berjalan efektif. Dengan ketentuan yang jelas mengenai perbaikan sertifikat dan jangka waktu perlindungan, UU Merek dan Indikasi Geografis bertujuan untuk memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dan melindungi kepentingan mereka dalam menjalankan kegiatan perdagangan. Perlindungan yang efektif terhadap hak merek akan mendukung kepercayaan konsumen dan mendorong inovasi dalam dunia bisnis.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Proses pendaftaran merek di Indonesia, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, mencakup langkah-langkah yang rinci dan ketat, mulai dari pengajuan permohonan hingga pemeriksaan substantif untuk memastikan bahwa merek memenuhi syarat hukum dan tidak melanggar hak pihak lain. Pendaftaran ini memberikan perlindungan hukum yang penting bagi pemilik merek, memungkinkan mereka untuk memperoleh hak eksklusif dalam menggunakan

merek tersebut dan mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama tanpa izin. Selain itu, prosedur pendaftaran yang tersedia secara elektronik meningkatkan aksesibilitas bagi pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam melindungi identitas produk mereka di pasar yang kompetitif.

Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menunjukkan pentingnya pendaftaran merek sebagai langkah awal dalam perlindungan hukum bagi pemilik merek. Proses pendaftaran yang diatur secara rinci memberikan kepastian hukum dan melindungi hak pemilik merek dari pelanggaran oleh pihak lain. Dengan demikian, UU ini tidak hanya melindungi pemilik merek tetapi juga memberikan kepercayaan kepada konsumen dalam memilih produk yang berkualitas.

Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan merek di Indonesia, perlu adanya peningkatan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pendaftaran merek, terutama bagi pelaku UMKM. Hal ini dapat dilakukan melalui penyelenggaraan seminar, workshop, dan penyediaan informasi yang mudah diakses secara daring. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan asosiasi industri dapat memperkuat pemahaman dan praktik terbaik dalam pendaftaran merek. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan semakin banyak pelaku usaha yang sadar akan pentingnya melindungi merek mereka, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrias, Maria Yeti., Gani, Najamuddin., & Upara, Abdul Rahman. (2024). Hak Milik Intelektual dalam Era Globalisasi: Tantangan Hukum dan Kebijakan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora, dan Politik (JIHHP)*, Vol. 4, (No. 4), p.747-761. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i4>.
- Arifin, Zaenal., & Iqbal, Muhammad. (2020). *Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar*, *Jurnal Ius Constituendum*, Vol. 5, (No. 1), p.47-63. <http://dx.doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>
- Cahyadi, Acep., Aminah., & Sukma, Novira Maharani. (2020). Perlindungan Hukum Merek Jasa di dalam Perjanjian Waralaba Alfamart. *Notarius*, Vol. 13, (No. 1), p.1-10. <https://doi.org/10.14710/nts.v13i1.29157>.
- Inayah. (2019). Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perlindungan Kekayaan Intelektual. *Law And Justice*, Vol. 4, (No. 2), p.120-136. <https://doi.org/10.23917/laj.v4i2.8942>

- Kaligis, OC. (2008). *Teori dan Praktik Hukum Merek Indonesia*. Bandung: Alumni
- Maesa, Isradi., Suryamizon, Anggun Lestari., & Nazar, Jasman. (2023). Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bukittinggi. *Unes Law Review*, Vol. 6, (No. 1), p.602-612. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>
- Manuaba, Ida Ayu Sintya Naraswari., & Parsa, I Wayan. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Pendaftaran Merek Asing dengan Hak Prioritas di Indonesia. *Kerta Semaya*, Vol. 6, (No. 12). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/53221?articlesBySameAuthorPage=3>
- Pratama, Putu Hendra., Dharmawan, Ni Ketut Supasti., & Sukihana, Ida Ayu. (2014). Perlindungan Hukum Pemilik Merek Terdaftar dan Relevansinya terhadap Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat, *Jurnal Kertha Semaya Hukum*, Vol. 02, (No. 02), p.1-6. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/8197>.
- Semaun, S. (2016). Perlindungan Hukum terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa. *Jurnal Hukum Diktum*, Vol. 14, (No. 1), p.107-123. <https://doi.org/10.35905/diktum.v14i1.227>
- Sinaga, N.A. (2020). Pentingnya Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Bagi Pembangunan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, Vol. 6, (No. 2), p.145-163. <https://doi.org/10.31599/sasana.v6i2.385>.
- Soekanto, Soerjono., & Mamudji, Sri. (2009). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Wahyuni, W. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual Serta Dasar Hukumnya*. Retrived from <https://www.hukumonline.com/berita/a/hak-kekayaan-intelektual-serta-dasar-hukumnya-lt623304dc7749d/>.
- Wirayuda, Ketut Bayu., Sudiatmaka, Ketut., & 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, Vol. 3, (No. 2), p.145-155.
<https://doi.org/10.23887/jatayu.v3i2.28844>

Yarsina, N. (2023). *Rekonstruksi Regulasi Pendaftaran Tanah Ulayat dalam Memberikan Kepastian Hukum Berupa Sertifikat Berbasis Nilai Keadilan*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Yulia, A. (2015). Pelaksanaan Pendaftaran Merek dalam Perdagangan Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi, Vol. 3, (No. 2), p.118-201.* <http://dx.doi.org/10.25157/jigj.v3i2.418>.

Yulianto. (2023). *Perlindungan Hukum atas Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi.

Zakariya, Hafid., & Hidayah, Nurul. (2016). Keberpihakan Pemerintah dalam Mendukung Daya Saing UMKM Melalui Pendaftaran Merek Kolektif. *Jurnal Serambi Hukum, Vol. 10, (No. 02), p.198.* Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/163553/keberpihakan-pemerintah-dalam-mendukung-daya-saing-umkm-melalu-pendaftaran-merek>.