Fakultas Hukum Universitas Riau, Jalan Pattimura Nomor 9 Gobah, Kel. Cinta Raja, Kec. Sail, Pekanbaru, Riau,
Kode Pos 28127. Telp: (+62761)-22539, Fax : (+62761)-21695
E-mail: jihfhur@gmail.com / jih.fh@unri.ac.id
Website: <https://jih.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIH/index>

Optimalisasi Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam Pendaftaran Merk Usaha Keripik Nenas Di Desa Rimbo Panjang

Dasrol^{a*}, Meriza Elpha Darnia^b

^a Fakultas Hukum, Universitas Riau, Indonesia, Email: dasrol@lecturer.unri.ac.id

^b Fakultas Hukum, Universitas Riau, Indonesia, Email: meriza.elpha@lecturer.unri.ac.id

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Diterima : 27-12-2022

Direvisi : 14-01-2023

Disetujui : 20-02-2023

Diterbitkan : 20-02-2023

Keywords:

Business

Business Actor

Brand

Kata Kunci:

Usaha

Pelaku Usaha

Merk

Abstract

The activity that is becoming a phenomenon is doing business. The community fulfills their daily needs by producing and selling goods that are around them, such as the people in the village of Rimbo Panjang who are entrepreneurs in the field of pineapple chips. There are about 200 (two hundred) pineapple chip businesses in Rimbo Panjang village. Because pineapple is an iconic agricultural product in the Rimbo Panjang area. This type of research is a sociological legal research, namely research in the form of an empirical study to find theories regarding the process of occurrence and about the working process of law in society. This study aims to collect data to help the public know the importance of trademark registration for their business. Because there are still many business actors who are constrained in registering this pineapple chip business mark.

Abstrak

Kegiatan yang sedang menjadi fenomena adalah melakukan usaha. Masyarakat mencukupi kebutuhan hidupnya dengan memproduksi dan menjual barang-barang yang ada disekitarnya seperti masyarakat di desa Rimbo Panjang yang menjadi pelaku usaha di bidang keripik nanas. Ada sekitar 200 (dua ratus) usaha keripik nanas di Desa Rimbo Panjang. Karena nanas merupakan hasil pertanian yang ikonik di daerah Rimbo Panjang. Pelaku usaha ini berlomba-lomba untuk membuat untuk membuat ciri khas pada keripik nanasnya dengan membuat merek pada keripik Nanas yang mereka produksi. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum sosiologis, yaitu penelitian berupa studi empiris untuk menemukan teori-teori mengenai proses terjadinya dan mengenai proses bekerjanya hukum dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendata guna membuatnya masyarakat mengetahui pentingnya pendaftaran merek bagi usahanya. Karena masih banyak pelaku usaha Keripik Nanas ini yang terkendala dalam pendaftaran merek usaha keripik nanas ini.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, dalam mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 yang berkesimbangan dan peningkatan serta pelaksanaan pembangunan Nasional perlu senang tiasa dipelihara dengan baik. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka pelaksanaan pembangunan ekonomi harus memperhatikan keserasian, keselarasan, serta keseimbangan.¹

Pengembangan atau pembangunan merupakan usaha bersama dan terencana untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia bidang pembangunan biasanya meliputi beberapa sektor yaitu, sosial budaya, pendidikan, kesehatan dan ekonomi.² Pembangunan ekonomi di Indonesia tidak lepas dari peranan sektor industri. Industri dalam perekonomian Indonesia semakin besar dan penting dari tahun ke tahun. Kontribusi sektor industri semakin meningkat. Peranan sektor industri sangat mempengaruhi kesinambungan pertumbuhan ekonomi Indonesia.³

Ekonomi adalah kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan (needs) dan keinginan atau (wants) untuk peningkatan kualitas kehidupan manusia. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas hidup manusia sangat dipengaruhi oleh kegiatan atau fenomena⁴ kegiatan yang sedang menjadi fenomena adalah melakukan usaha. Masyarakat mencukupi kebutuhan hidupnya dengan memproduksi dan menjual barang-barang yang ada disekitarnya seperti masyarakat di desa rimbo Panjang yang menjadi pelaku usaha di bidang keripik nenas. Ada sekitar 200 (dua ratus) usaha keripik nenas di desa Rimbo Panjang. Karena nenas merupakan hasil pertanian yang ikonik di daerah rimbo Panjang. Pelaku usaha ini berlomba-lomba untuk membuat ciri khas pada keripik nenasnya dengan membuat merek pada kripik nenas yang mereka produksi.

Peran merek dalam dunia periklanan dan pemasaran sangat penting, karena publik sering mengkaitkan suatu kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Merek juga harus memiliki daya pembeda yang cukup, artinya memiliki kekuatan untuk membedakan

¹ T.edy Herlambang dkk, *Ekonomi Makro Teori Analisis dan Kebijakan*, (Yogyakarta: Ekonosia Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004), Cet. Ke-2, 20

² Maryono, *Pembangunan*, (Jakarta;Cita karya Nusa 1998), 162

³ Abdul halim 1, *Ekonomi Pembangunan*, (Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004), Cet Ke-2, 20

⁴ Susi larti, *Skripsi Aktivitas Indusri Kecil Keripik Nenas Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri sultan syarif kasim*, 2013, 5 .

barang atau jasa produk suatu perusahaan lainnya. Merek mempunyai daya pembeda, apabila merek itu dapat memberikan penentuan pada barang yang bersangkutan.⁵

Pada Era perdagangan bebas seperti sekarang, merek merupakan suatu basis dalam perdagangan modern. Dikatakan basis karena merek dapat menjadi dasar perkembangan perdagangan modern yang dapat digunakan sebagai *Goodwill*, lambang, standar mutu, sarana menembus segala jenis pasar, dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan besar. Terdapatnya merek dapat lebih memudahkan konsumen membedakan produk yang akan dibeli oleh konsumen dengan produk lain sehubungan dengan baik kualitas, kepuasan, kebanggaan, maupun atribut lain yang melekat pada merek⁶.

Dalam kemajuan dunia perdagangan tidak terlepas dari pembangunan di bidang ekonomi yang pelaksanaannya dititikberatkan pada sektor industri. Salah satu kendala dalam melakukan pembangunan di Indonesia khususnya di bidang ekonomi adalah faktor perangkat hukum yang masih perlu dikembangkan dan ditegakkan guna mengimbangi kebutuhan kemajuan masyarakat. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah menciptakan suatu paradigma baru dalam konsepsi ekonomi. Paradigma yang dimaksudkan saat ini harus diyakini bahwa pengetahuan sudah menjadi landasan dalam pembangunan ekonomi. Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat HKI) merupakan jawaban atas paradigma ini. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa hampir sebagian Negara di dunia ini mulai melirik bahwa HKI merupakan salah satu alternatif dalam pembangunan ekonomi bangsa. Hal ini tidak terkecuali bagi bangsa Indonesia.⁷

Disamping keberhasilan para pengusaha keripik nenas, Industri kecil keripik nenas ini mempunyai berbagai macam kendala yang bisa menghambat pengembangan Industri kecil keripik nenas seperti kurangnya tenaga yang terampil, keterbatasan modal, keterbatasan wawasan bisnis pengelola dan pendaftaran merk yang merupakan salah satu ciri khas produk yang dipasarkan.

⁵Iffan Alif Khoironi, Jurnal Implementasi Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada Home Industry Eggroll, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Indonesia, *Unnes Law Journal*, 2013

⁶Rizaldi, Julius. (2009). *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, Bandung: PT Alumni

⁷Budi Agus Riswandi, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, (Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada, 2004), 5

OPTIMALISASI PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM PENDAFTARAN MERK USAHA KERIPIK NENAS DI DESA RIMBO PANJANG

Usaha dalam meningkatkan iklim yang lebih kondusif baik bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan perindustrian dan perdagangan, yang diperlukan dalam pelaksanaan pembangunan nasional, terutama dalam menghadapi perdagangan bebas, maka perlu adanya pemberian perlindungan hukum yang efektif terhadap HKI, khususnya di bidang Merek.

Merek adalah alat untuk membedakan barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dengan barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain.⁸ Merek mempunyai peranan dalam suatu produk selain untuk memperkenalkan produk dari suatu perusahaan karena merek berfungsi sebagai daya pembeda (*distinctiveness*) suatu barang dan/atau jasa yang mempunyai kriteria dalam kelas barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi suatu perusahaan yang berbeda. Kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh mutu yang dihasilkan suatu perusahaan. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. 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.⁹

Dari definisi merek diatas terlihat jelas bahwa Undang-Undang yang baru lebih memperluas merek yang akan didaftarkan, diantaranya penambahan merek 3 dimensi, merek suara dan merek hologram. Batasan merek diberikan karena merupakan aspek yang mutlak untuk diketahui dalam memahami sistem merek Indonesia.¹⁰ Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016, suatu merek yang telah didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual menyebabkan pemilik merek memperoleh perlindungan khusus dari negara atas merek yang telah didaftarkan tersebut.

Sebuah merek yang dapat dilindungi oleh Undang-undang Merek apabila telah memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu, yaitu :

1. Telah melakukan pendaftaran merek kepada Dirjen HKI atau melalui Departemen Hukum dan HAM apabila itu di daerah, dengan memenuhi syarat-syarat di bawah ini, yaitu :
 - a. Merek itu harus mempunyai daya pembeda

⁸Sudaryat, dkk, Hak Kekayaan Intelektual: Memahami Prinsip Dasar, Cakupan dan Undang-Undang yang Berlaku, Oase Media, Bandung, 2010, 58.

⁹Damian, Eddy, dkk. (2003) *Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar)*, Bandung: PT. Alumni, 131

¹⁰Budi Agus Riswandi dan Siti Sumartiah, Masalah-masalah HAKI Kontemporer. Gita Nagari: Yogyakarta, 2005, 79.

- b. Merupakan tanda pada barang dagang atau jasa yang dapat berupa gambar (lukisan), nama, kata, huruf-huruf, angka-angka susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut
 - c. Tanda tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum; bukan tanda bersifat umum dan tidak menjadi milik umum; atau bukan merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
 - d. Tanda tersebut juga tidak mempunyai persamaan dengan merek lain yang terdaftar lebih dahulu, merek terkenal, atau indikasi geografis yang sudah dikenal.
 - e. Tidak merupakan, menyerupai atau tiruan tanda lainnya yang dimiliki oleh suatu lembaga atau negara tertentu.
2. Apabila telah memenuhi unsur di atas dan diterima oleh Direktorat Jenderal HKI, maka pemilik merek mendapatkan bukti kepemilikan merek, yaitu berupa Sertifikat Merek dan secara otomatis telah mendapatkan Hak Eksklusif (hak atas merek) terhadap merek yang didaftarkannya.

Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Jenis merek yang peneliti teliti adalah mengenai merek dagang dari industri usaha keripik nenas.

Suatu merek bukanlah hal yang baru lagi bagi masyarakat, karena merek merupakan suatu tanda, ciri, pembeda, kualitas yang dimiliki suatu barang atau jasa dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam kegiatan perdagangan dan perindustrian, dengan demikian merek dagang yang ada di dalam suatu barang usaha keripik nenas memegang peranan penting bagi terciptanya kualitas, perbedaan, ciri serta daya tarik tersendiri. Merek tersebut perlu diberikan perlindungan hukum agar tidak dijiplak atau ditiru oleh pihak-pihak yang tidak berhak atas merek itu. Pemegang pemilik hak atas merek tersebut memiliki hak khusus, yaitu melaksanakan hak miliknya seperti melarang orang lain yang tanpa persetujuannya untuk membuat, menjual, mengimpor, memakai, menyediakan untuk dijual atau disewakan atau diserahkan hasil produksi dari merek dagangnya yang dilindungi.

Merek dagang dari industri makanan dan minuman yang ada di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar cukup banyak dan dapat diberikan perlindungan hukum yang diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan terhadap hak atas merek dimaksudkan untuk mencegah agar tidak terjadinya peniruan,

pembajakan, pemalsuan, pengambil alihan merek serta mencegah agar tidak terjadinya persaingan yang tidak sehat dalam perdagangan.

Perlindungan atas merek dagang terhadap usaha keripik nenas ini dilakukan oleh karena pada saat ini sudah semakin banyaknya merek-merek usaha keripik nenas yang menjamur di Rimbo Panjang Kabupaten Kamparitu sendiri. Di Riau sendiri khususnya di Rimbo Panjang, merek-merek keripik nenas mampu bersaing dengan merek-merek keripik nenas dari daerah lain.

Perlindungan hukum terhadap merek berlangsung untuk jangka waktu yang telah ditentukan dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 . Apabila orang ingin menikmati manfaat ekonomi dan Hak atas Kekayaan Intelektual orang lain, maka orang tersebut wajib memperoleh izin dari orang yang berhak, yaitu orang yang mendaftarkan dan memiliki hak atas merek tersebut atau yang memperoleh hak ekonomi dan hak moral, hak ekonomi, yaitu hak (kepemilikan) yang dimiliki oleh setiap orang yang berkaitan dengan asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, seperti hak keuangan, hak perdagangan, sedangkan hak moral, yaitu hak yang dimiliki oleh tiap individu mengenai baik buruk yang diterima umum mengenai kewajiban, perbuatan yang menjadikan seseorang tetap berdisiplin, maksudnya adalah melindungi orang yang memiliki barang atau karya tersebut.

Penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual orang lain tanpa izin tertulis dari pemiliknya atau pemalsuan, menyerupai Hak Kekayaan Intelektual orang lain, hal itu merupakan suatu pelanggaran hukum. Perlindungan hukum merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah melalui undang-undang guna mencegah terjadi pelanggaran HKI khususnya merek oleh orang yang tidak berhak, jika terjadi pelanggaran, maka pelanggaran tersebut harus diproses secara hukum, dan bila terbukti melakukan pelanggaran, maka pelaku harus dihukum sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

Perlindungan hukum atas HKI merupakan suatu sistem hukum yang terdiri dari unsur-unsur berikut ini :

1. Subjek perlindungan, yaitu pemilik atau pemegang hak, aparat penegak hukum, pejabat pendaftaran dan pelanggar hukum
2. Objek perlindungan, yaitu semua jenis HKI yang diatur oleh undang-undang, dalam hal ini adalah Hak Cipta, Hak Merek, Hak Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Tata Letak Sirkuit Terpadu, Varietas Baru Tanaman.

3. Pendaftaran perlindungan, yaitu hak yang sudah terdaftar, ditandai dengan sertifikat pendaftaran.
4. Jangka waktu perlindungan, yaitu jangka waktu yang dimaksud adalah lamanya HKI itu dilindungi oleh undang-undang.
5. Tindakan hukum perlindungan, yaitu apabila telah terbukti adanya pelanggaran HKI, maka pelaku pelanggaran harus di hukum baik secara perdata maupun pidana.

Perlindungan hukum diberikan terhadap hak atas merek secara individual atau kelompok apabila merek tersebut telah didaftarkan langsung ke Direktorat Jenderal HKI atau pada Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM), karena dengan mendaftarkan merek tersebut pada tempat yang dimaksudkan adalah untuk mendapatkan perlindungan hukum.

Salah satu tolak ukur dalam melihat apakah undang-undang tersebut pelaksanaannya sudah berjalan secara maksimal atau belum mengenai pendaftaran ataupun permohonan pendaftaran, jika pelaku usaha industri atau pemilik merek tidak mendaftarkan merek dari barang atau produk yang dihasilkannya, berarti hal ini menunjukkan bahwa Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 belum diterapkan sebagaimana layaknya. Berdasarkan indikator ini maka dapat diketahui apakah undang-undang ini berjalan efektif atau tidak. Terkecuali apabila itu merek terkenal, karena merek terkenal meskipun tidak terdaftar tetap memperoleh perlindungan. Hal ini berarti bahwa prinsip perlindungan merek terkenal ini adalah merupakan pengecualian dari sistem konstitutif dalam perlindungan merek secara umum. Dalam rangka perlindungan merek terkenal, pemilik merek terkenal mempunyai hak untuk mengajukan gugatan pembatalan terhadap merek terdaftar yang mempunyai persamaan dengan merek terkenal dimaksud.

Melihat ketentuan mengenai merek terkenal ini, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 jelas memberikan perlindungan hukum kepada merek terkenal yang belum terdaftar.

Adapun objek perlindungan merek itu terdiri dari :

- a. Perlindungan atas merek

Hak atas merek adalah Hak Eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek (DUM) untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama, atau badan hukum untuk menggunakannya.

- b. Hal penting yang harus diketahui

Jadi yang dimaksud hal penting yang harus diketahui disini adalah bahwa hak atas merek tercipta karena pendaftaran dan bukan karena pemakaian pertama. Alasan untuk

memilih sistem ini adalah bahwa salah satu pertimbangannya agar lebih terwujudnya kepastian hukum.

Perlindungan atas merek terdaftar, yaitu adanya kepastian hukum atas merek terdaftar baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan dan dihapuskan, sebagai alat bukti bila terjadi sengketa pelanggaran atas merek terdaftar.

Pendaftaran merek terhadap usaha keripik nenas ternyata belum memasyarakat di Rimbo Panjang. Hal ini dapat dibuktikan dengan tidak adanya pemilik usaha keripik nenas yang mendaftarkan mereknya di Jakarta maupun pada Kantor Departemen Hukum dan HAM Propinsi Riau, juga dari penelitian yang dilakukan peneliti terhadap 3 (tiga) pengusaha usaha keripik nenas di Rimbo Panjang, dimana tidak ada 1 (satu) pelaku usaha tersebut yang mendaftarkan mereknya, sebagai bukti dari penelitian dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan responden tentang apakah merek keripik nenas tersebut telah didaftarkan, jawaban responden dapat dilihat pada Tabel V.1 di bawah ini :

Tabel 1
Jawaban Responden Pengusaha Keripik nenas
Apakah Merek Mereka Telah Didaftarkan

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Belum	3	100 %
	Jumlah	3	100%

Sumber Data : Data Lapangan, Tahun 2022

Berdasarkan data di atas, tidak ada pengusaha usaha keripik nenas yang mendaftarkan merek dagang usahanya ke Kemenkumham, Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa peranan dari Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis belum efektif dan juga disebabkan karena pelaku usaha tersebut yang tidak ada melakukan pendaftaran merek Perlindungan hukum pada dasarnya hanya diberikan kepada seseorang atau badan yang telah mendaftarkan dan telah memperoleh sertifikat merek dan kepada pemilik merek yang beritikad baik karena dibutuhkan pergaulan yang tertib dalam dunia usaha yang jangka waktu perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal permintaan pendaftaran dan dapat diperpanjang kembali sesuai dengan ketentuan Pasal 28 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016

Berdasarkan wawancara peneliti dengan ANDREI AS., ST Bidang Produksi, Konsultan Pusat layanan usaha terpadu,¹¹ yang menyatakan bahwa pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis menunjukkan bahwa Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini belum efektif di Rimbo Panjang. Hal ini dapat dibuktikan dengan tidak adanya pelaku usaha keripik nenas yang melakukan pendaftaran merek ke Departemen Hukum dan HAM Propinsi Riau, sebab pendaftaran merek dagang usaha keripik nenas ini bukanlah hal yang merugikan, memperberat atau mempersulit pelaku usaha keripik nenas. Akan tetapi dapat memberikan nilai keuntungan secara ekonomis dan juga penyelesaian apabila terjadi perselisihan, bilamana merek tersebut telah terdaftar dan apabila merek dagang tersebut ditiru oleh pihak-pihak lain, maka pihak yang mendaftarkan atau pemilik merek dapat menuntut hak-haknya melalui prosedur yang telah ditentukan. Pihak yang telah mendaftarkan akan mempunyai kekuatan hukum dan status yang lebih kuat terhadap hak-hak dimilikinya kemudian dapat menuntut apabila ada pihak yang telah meniru merek dagang tersebut.

Sedikitnya jumlah merek yang dapat dilindungi juga disebabkan karena sistem pendataan yang tidak *on line* antara Kantor Merek yang ada di Pusat maupun dengan yang ada di daerah, sehingga jumlah merek yang terdaftar untuk Rimbo Panjang Kabupaten Kampar tidak dapat diketahui jumlah pastinya, karena ada beberapa merek yang didaftarkan langsung ke Ditjen Hak Kekayaan Intelektual di Jakarta,

Berdasarkan uraian di atas, pendaftaran merupakan suatu hal yang harus dilakukan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan oleh pihak-pihak yang merasa dirugikan, dengan mendaftarkan mereknya kepada Departemen Hukum dan HAM maka dapat membawa nilai keuntungan bagi yang bersangkutan, sehingga dari segi positif pendaftaran merek itu juga dapat dirasakan oleh pemilik merek atau pelaku usaha, sebab :

- a. Pemegang hak atas merek atau pemohon akan mendapatkan surat pendaftaran merek yang dapat dijadikan sebagai bukti permulaan atau sementara.
- b. Apabila terjadi sengketa mengenai hak atas merek, pada umumnya merek yang telah terdaftar mempunyai kedudukan yang lebih kuat dari pada merek yang belum terdaftar, minimal pembuktian lebih mudah karena dalam Daftar Umum Merek (DUM) telah tercantum sejumlah data dan keterangan yang menyangkut merek tersebut.
- c. Pelaku usaha atau pemilik hak atas merek (hak eksklusif) mendapatkan kepastian hukum mengenai mereknya. Pengalihan hak atas merek atau pewarisan dan sebagainya. Posedur

¹¹Wawancara dengan konsultan DISPERINDAG Kampar ,agustus 2022

tertulisnya akan lebih mudah dan lebih mantap apabila telah terdaftar dari pada yang belum terdaftar.

Mengenai pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek bagi pelaku usaha keripik nenas dilakukan dengan sistem pendaftaran, karena salah satu tujuan utama dari Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini adalah memberikan perlindungan hukum kepada merek dan pemilik merek dari pemalsuan, peniruan, pengambil alihan dari suatu merek dalam menciptakan persaingan yang sehat di dalam perdagangan. Berdasarkan analisis penulis bahwa sejauh ini belum ada pelaku usaha keripik nenas yang mendaftarkan merek dari hasil usaha keripik nenasnya, hal ini mungkin disebabkan karena ketidaktahuan pelaku usaha terhadap keberadaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016.

Dalam hal pelaksanaan di bidang merek yang menjadi tujuan atau cita-cita dari Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini yaitu memberikan perlindungan hukum kepada pelaku usaha keripik nenas atau pemegang hak atas merek dan merek dagangnya dapat dikatakan belum optimal terlaksana semestinya, sehingga hal ini menyebabkan pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek belum terealisasi sebagaimana mestinya yang diharapkan oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016.

Ketidaktahuan masyarakat mengenai arti pentingnya perlindungan HKI termasuk Merek pada khususnya, sangat membutuhkan perhatian yang serius sebab mengingat perlindungan hukum terhadap merek akan menunjang pengembangan usaha pelaku usaha keripik nenas atau bagi pemegang hak eksklusif untuk terhindar dari pemalsuan, peniruan, pembajakan merek secara khusus dan meningkatkan pembangunan ekonomi serta persaingan yang sehat dalam perdagangan secara umum.

KENDALA- KENDALA MENGOPTIMALISASIKAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PELAKU USAHA DALAM PENDAFTARAN MERK USAHA KERIPIK NENAS DI DESA RIMBO PANJANG

Direktorat Jenderal HKI mendefinisikan HKI sebagai hak yang timbul dari hasil olah pikir otak yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia.¹² Menurut W.R Cornish, “hak milik intelektual melindungi pemakaian ide dan informasi yang mempunyai

¹²Tomi Suryo Utomo, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, 2.

nilai komersil dan nilai ekonomi”.¹³Perlindungan HKI selain untuk melindungi kepentingan dari pihak pemilik yang mempunyai hak eksklusif terhadap hak ciptanya, juga untuk menghindarkan dan penggunaan pihak-pihak yang tidak berwenang.¹⁴Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 pada dasarnya bertujuan positif untuk melindungi, memagari, memberikan rambu-rambu, dan menetapkan aturan di bidang merek. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 disatu pihak melindungi hak para pelaku usaha atas hasil produksinya yang telah dibuat dengan mengandung nilai ekonomi secara moral, di pihak lain Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis akan memberikan suatu kepastian hukum bagi para pelaku usaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka terdapat 4 (empat) faktor yang menjadi Kendala dalam Optimalisasi perlindungan hukum terhadap merek pada industri usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar:

- a. Tidak adanya atau kurangnya pemahaman pelaku usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar tentang merek dan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

Pelaku usaha keripik nenas yang tidak mengetahui atau tidak memahami Undang-undang Merek mengakibatkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis da tidak dapat berjalan secara efektif dan konsisten. Kurangnya pemahaman pelaku usaha keripik nenas terhadap Undang-undang Merek akan berimplikasi kepada realisasinya.

Mengenai kurangnya pemahaman pelaku usaha keripik nenas terhadap arti pentingnya merek, berdasarkan hasil wawancara dengan andrei ST¹⁵ yang menyatakan bahwa di daerah Rimbo Panjang Kabupaten Kamparmemang disadari pelaku usaha keripik nenas kurang mengetahui keberadaan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis, walaupun diantara beberapa pelaku usaha keripik nenas ada yang mengetahui Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 ini, tetapi pemahamannya masih belum jelas. Hal ini dapat dibuktikan sebagai contoh dari seseorang yang ingin mendaftarkan merek dagangnya, sering meminta kepada Kantor Departemen Hukum dan HAM agar merek dagangnya bisa dipatenkan, di sini terlihat dari cara berpikir pelaku usaha yang menyamakan pengertian antara Hak Paten dengan Hak Merek. Selain itu juga masih

¹³W. R Cornish, *Intellectual Property: Kontrak Alih Teknologi pada Industri Manufactur*. Yogyakarta: Genta Press, 2007, 106.

¹⁴Lita, Helza Nova *Wakaf Hak Kekayaan Intelektual: Peralihan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) melalui Wakaf*. Yogyakarta: Pusat HKI FH UII Press, 2016, 160.

¹⁵Wawancara dengan konsultan DISPERINDAG Kampar, Agustus 2022

terdapat pemikiran masyarakat khususnya pelaku usaha keripik nenas yang mengatakan dengan berjualan saja tanpa mendaftarkan merek dagangnya juga sudah bisa menghasilkan uang. Oleh karena cara berpikiran seperti itu, menyebabkan pelaku usaha keripik nenas enggan untuk mengurus masalah-masalah pendaftaran merek dagangnya, sebab hal tersebut akan menghabiskan waktu, tenaga, dan biaya.

Berdasarkan uraian di atas, dalam hal pemahaman dan kesadaran hukum masyarakat khususnya responden, pelaku usaha keripik nenas masih banyak yang kurang mengetahui dan memahami dengan jelas mengenai Hak atas Kekayaan Intelektual di bidang merek.

Hal ini dapat dibuktikan melalui wawancara yang peneliti tujukan kepada pengusaha usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampardalam bentuk Tabel V.2 di bawah ini :

Tabel 2
Jawaban Pengusaha Usaha keripik nenas
tentang Mengetahui atau Tidak Mengetahui Apa yang Dimaksud dengan Merek

No	JawabanResponden	Jumlah	Persentase
1	Mengetahui	0	0
2	Tidak Mengetahui	3	100%
	Jumlah	3	100%

Sumber Data : Data Lapangan, agustus 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa dari 3 (tiga) orang menjawab tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan merek. Mengenai ketidaktahuan atau kurangnya pemahaman mengenai apa yang dimaksud dengan merek adalah karena ketidaktahuan dan kurangnya pemahaman masyarakat khususnya pelaku usaha usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampartentang tujuan dari Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis tersebut.

Adapun jenis merek usaha keripik nenas yang terdapat di Rimbo Panjang Kabupaten Kampardan yang peneliti teliti ini adalah termasuk ke dalam jenis merek dagang dan merek biasa, yaitu merek dagang merupakan merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

Tabel 3

Jawaban Responden Pengusaha Usaha keripik nenas tentang Pernah atau Tidak Mengetahui jika Mereknya dilindungi Oleh Undang-undang

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Ya, mengetahui	0	0%
2	Tidak mengetahui	3	100 %
	Jumlah	3	100%

Sumber Data : Data Lapangan, Agustus 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa dari 3 (tiga) orang responden 3 tidak mengetahui. Berdasarkan data dan informasi dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa masih banyaknya masyarakat khususnya bagi kalangan pengusaha usaha keripik nenas yang tidak memahami dan mengetahui Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis atau dengan kata lain masih rendahnya tingkat pemahaman pengusaha tersebut tentang merek tersebut pada lapisan masyarakat industri kecil.

Masih banyaknya banyak dari para pengusaha yang tidak mengetahui bahwa mereknya dilindungi, dan untuk mendapatkan perlindungan itu sendiri perlu dilakukannya pendaftaran terlebih dahulu. Mengenai perlindungan merek ini dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis telah diatur pada Pasal 3 dan Pasal 28 yang berbunyi, Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis :

“Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”

Adapun untuk jangka waktu perlindungannya dalam Pasal 28 Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis : “Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang”

Pasal-pasal tersebut di atas telah menerangkan dengan jelas tentang perlindungan hukum terhadap merek, namun karena ketidaktahuan pengusaha keripik nenas terhadap hal ini, maka perlindungan hukum atas merek hanya diberikan terhadap merek yang telah terdaftar dan telah memperoleh sertifikat merek untuk jangka waktu sepuluh tahun dan dapat diperpanjang kembali.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan konsultan DISPERINDAG UMK¹⁶ diketahui bahwa dalam hal ini masih ada diantara pengusaha usaha keripik nenas. Kendala Pelaku usaha mau mendaftarkan atau tidak, kalo kita tidak bisa menentukan kendala, Pihak dinas sifatnya hanya memfasilitasi saja kalo mereka datang dinas akan fasilitasi apa kekurangan permohonan berkas pendaftaran mereka itu saja. Untuk kendala secara langsung memang UMKM banyak yang tidak mendaftarkan baru beberapa yang mungkin untuk orientasi yang lebih global lebih luas pasarnya mereka daftarkan mereka.

b. Masih kurangnya sosialisasi dari Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis kepada masyarakat khususnya pengusaha keripik nena

Selama berjalannya Undang-undang Merek yang baru ini, yang sudah hampir enam tahun, sosialisai dari undang-undang ini masih sangat lamban. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden sendiri apakah pernah mendapatkan penyuluhan dari pemerintah khususnya instansi yang berkompeten dengan masalah merek sendiri, dan jawaban dari responden tersebut dapat dilihat pada Tabel V.4 berikut ini :

Tabel 4

Jawaban Responden Pengusaha Usaha keripik nenas
Tentang Tidak mendaftarkan Merek ini Karena Tidak Tahu Kalau Merek Tersebut Dilindungi Oleh Undang-undang

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Ya, mendaftarkan	0	0
2	Tidak mendaftarkan	3	100%
	Jumlah	3	100%

Sumber Data : Data Lapangan, agustus 2022

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa 3 (tiga) orang responden atau sebesar 100% yang menyatakan bahwa mereka tidak mendaftarkan karena tidak mengetahui kalau merek industri tersebut bisa dilindungi oleh undang-undang.

Hal inilah salah satu kendala yang dihadapi dalam optimalisasi melakukan pengenalan hukum merek kepada masyarakat.

Berdasarkan keterangan di atas dapat peneliti ambil kesimpulan bahwa keterlambatan sosialisasi dari Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini

¹⁶Op. Cit, Wawancara dengan konsultan DISPERINDAG Kampar, Agustus 2022

menyebabkan masyarakat dalam hal ini pengusaha keripik nenas tidak mengetahui secara pasti dengan adanya undang-undang tersebut, sehingga berdampak kepada ketidakinginan dari para pelaku usaha untuk segera mendaftarkan merek yang pelaku usaha keripik nenas miliki, sehingga secara tidak langsung perlindungan hukumnya berjalan kurang maksimal. Pendaftaran merek bagi usaha industri ini sangat perlu di teliti agar ada kepastian hukum dan mendapat perlindungan hukum di Indonesia berdasarkan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Dimana pengusaha tidak tahu tentang perlindungan merek tersebut¹⁷

Tabel 5
Jawaban Reponden tentang Pernah atau Tidak Mendapat Penyuluhan Tentang Merek

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Pernah	0	0
2	Tidak Pernah	3	100 %
	Jumlah	3	100%

Sumber Data : Data Lapangan, Tahun 2007

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa dari 3 (tiga) responden menyatakan tidak pernah mendapatkan penyuluhan mengenai merek, bahkan kedua responden ketika peneliti menganjurkan untuk mendaftarkan mereknya, namun pengusaha keripik nenas tersebut malah menanyakan apa saja keuntungan apabila merek usaha keripik nenas tersebut didaftarkan, dan apa hanya sekedar mendapatkan sertifikat saja.

- c. Masih adanya pemikiran pengusaha Usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar masih tergolong rendah, sehingga menyebabkan terhambatnya perlindungan hukum terhadap merek pada industri usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kampar

Hal ini kita lihat dengan pandangan pengusaha usaha keripik nenas yang menganggap perlindungan merek pada suatu usahanya tidaklah perlu untuk dipikirkan. Sebagai contoh yang ada di masyarakat Indonesia khususnya pengusaha keripik nenas, seperti usaha makanan itu ada dan dijual di pasaran tanpa menggunakan merek, tetap saja makanan itu laku dan itu sudah lebih dari cukup untuk memperoleh keuntungan dari usaha tersebut, walaupun tanpa terdaftar mereknya, padahal hal itu sangatlah keliru karena dengan didaftarkannya merek pada usaha tertentu baik itu barang atau jasa bisa mendapatkan lebih banyak keuntungan. Selain

¹⁷Wawancara dengan Pengusaha Usaha Baru Ibu, Juli 2022

mereknya dapat dilindungi, pelaku usaha yang mendaftarkan mereknya juga mendapat suatu penghargaan khusus yang diberikan oleh negara kepada pelaku usaha tersebut, yaitu berupa piagam atau sertifikat khusus dan merek tersebut telah lebih diakui di masyarakat sehingga para konsumen merasa tidak was-was lagi menggunakan merek dari produk yang telah produsen jual kepada konsumen tersebut.

Ada hal yang perlu diperhatikan, walaupun ini merupakan hal yang sudah lama namun cukup mempengaruhi, yaitu pola pikir dari masyarakat khususnya pelaku usaha keripik nenas yang tergolong kepada pemikiran yang kurang dan tidak sadar akan pentingnya arti hukum dalam melindungi dan menjaga hasil suatu karya atau ciptaan, hal itu ditandai dengan sumber daya manusia Indonesia yang rendah.

Permasalahan yang timbul atas ketidaktahuan dan serta pemikiran masyarakat yang tergolong rendah tentang manfaat dan kegunaan dari pendaftaran merek ini perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah daerah Kampar. Kesulitan yang dihadapi dalam pengertian pemikiran pengusaha usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar yang masih tergolong rendah ini, yaitu karena faktor budaya masyarakat yang masih cenderung menganggap sebagai suatu hak masyarakat umum dan bukan suatu hak pribadi yang membutuhkan perlindungan hukum yang optimal.

Adanya sistem kekerabatan yang masih bersifat komunal (kebersamaan) masih sangat kental juga mewarnai pemikiran pelaku usaha tersebut, sehingga sebagian di antara pengusaha usaha keripik nenas tidak memperdulikan hak mereknya dan anggapan senangpun masih pelaku usaha tersebut miliki apabila mereknya dapat ditiru oleh orang lain.

Hal tersebut di atas jelas merupakan bukti yang nyata, dimana hak atas merek dapat melindungi pelaku usaha dari penyalahgunaan merek dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Upaya yang dapat ditempuh untuk mengatasi masalah ini, yaitu dengan cara menghilangkan sikap budaya masyarakat yang cenderung menganggap hasil karyanya sebagai hak masyarakat umum dan bukan hak pribadi, karena ini dapat merugikan si pelaku usaha itu sendiri dan menghambat kreativitasnya apabila mereknya ditiru, dibajak oleh orang lain.

Merek sebagai salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual mempunyai peranan yaitu menciptakan persaingan yang sehat dalam perdagangan nasional maupun internasional serta dapat meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis pada dasarnya bertujuan positif untuk melindungi, memagari, memberikan rambu-rambu dan menetapkan aturan main di bidang merek. Undang-undang Nomor Tahun 2001 tentang Merek di satu pihak melindungi hak

ekonomi dan hak moral, di lain pihak undang-undang ini juga memberikan perlindungan hukum bagi pengusaha industri khususnya bagi usaha keripik nenas atas hasil karya dan produksinya.

Penggunaan merek menjadi hal penting sekarang ini baik itu dalam perdagangan barang maupun jasa untuk menunjukkan identitas atau tanda pada suatu produk. Sebagai identitas Merek merupakan suatu tanda pembeda antara produk barang atau jasa yang sejenis yang diperdagangkan oleh para pelaku usaha¹⁸

Guna terciptanya persaingan usaha yang baik dan sehat dalam dunia perdagangan perlu kiranya peran pemerintah agar terciptanya ketertiban dalam dunia usaha, agar hal tersebut dapat berjalan dengan baik diperlukan langkah konkrit dari pemerintah itu sendiri. Mengenai merek, yang memang sangat besar peranannya dalam perkembangan dunia usaha, sejauh ini sudah ada beberapa langkah dan upaya dari pemerintah agar pelaksanaan dari Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 itu berjalan sesuai dengan tujuannya.

Adapun upaya pemerintah tersebut, yaitu :

1. Memberikan penyuluhan akan pentingnya pendaftaran merek kepada masyarakat khususnya pengusaha keripik nenas yang ada di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar dan juga pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan merek dan mengadakan penyuluhan langsung ke lapangan yang dilakukan secara bertahap, sehingga seiring dengan berjalannya Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini dapat mempengaruhi masyarakat khususnya pengusaha usaha keripik nenas agar mau mendaftarkan merek dagang industrinya dan juga memberikan pengertian akan pentingnya arti merek dalam dunia perdagangan.

Upaya ini sudah dilakukan oleh pemerintah, yaitu melalui Departemen Hukum dan HAM yang bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan kepada tiap-tiap pelaku usaha industri makanan dan minuman yang ada di kampar, namun belum berjalan efektif sesuai yang diharapkan, dikarenakan para pelaku usaha yang ada di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar kebanyakan dari industri kecil dan menengah yang pemikirannya masih tergolong rendah dan tradisional dan para pelaku usaha menganggap asalkan industrinya tersebut memperoleh untung, maka itu sudah lebih dari cukup.

2. Guna tersosialisasinya Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini dengan baik, maka pemerintah juga telah mulai mengadakan seminar-seminar dan lokakarya tentang merek, sehingga sosialisasi dari undang-undang ini dapat berjalan dengan baik, yang dimaksudkan di sini adalah penyampaian berupa informasi yang

¹⁸Teng Belianty dkk, *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, Vol. 5 No 1. 22 januari 2022, 55

diberikan oleh Ditjen HKI atau melalui Departemen Hukum dan HAM yang mengacu kepada Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis kepada tiap-tiap pelaku usaha keripik nenas yang ada di Kampar untuk mendaftarkan mereknya, apabila hal tersebut telah terlaksana dan pelaku usaha telah mendaftarkan mereknya barulah bisa terjadi perlindungan hukum pada merek dari usaha keripik nenas tersebut.

Peneliti menyadari benar bahwa kelahiran Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini tidaklah semata-mata untuk mengimplementasikan dan mensosialisasikan saja, tetapi memiliki tujuan yang positif demi tercapainya ketertiban dan keadilan di bidang merek dan HKI pada umumnya.

Dari sisi produsen, merek digunakan sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas kemudian pemakainya. Dari sisi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan barang yang akan dibeli¹⁹

Hambatan dalam pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis adalah masalah sosialisasi Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis kepada masyarakat yang ada di Indonesia, termasuk menginformasikan merek-merek yang telah terdaftar di Dirjen HKI, sehingga pelaku usaha dapat mengetahui dan menghindari adanya tuntutan terhadap mereknya. Hambatan dari sosialisasi ini adalah sosialisasi belum dilakukan secara terprogram, sehingga hak merek tersebut benar-benar diketahui dan dipahami oleh masyarakat khususnya pengusaha-pengusaha keripik nenas.

3. Pihak pemerintah dalam hal ini Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia yang bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Rimbo Panjang Kabupaten Kampar perlu memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses pendaftaran untuk mendapat hak atas merek tersebut dan memberikan sanksi-sanksi hukum yang tegas terhadap pelanggar hak atas merek tersebut, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan juga memberikan bantuan dana kepada pengusaha-pengusaha keripik nenas yang ada di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar karena biaya yang diperlukan untuk pendaftaran merek cukup mahal dan besar, ini dikarenakan keripik nenas juga merupakan makanan khas yang terdapat dari daerah Riau dan keripik nenas juga bisa dijadikan oleh-oleh bagi masyarakat daerah lain yang telah berkunjung ke Kampar.

Upaya ini juga sudah mulai berjalan, dikarenakan pemerintah dalam hal ini Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia yang bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan

¹⁹Haedah Faradz, Perlindungan Hak Atas Merek, *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol 8 no 1, 2008, 40

Perdagangan Rimbo Panjang Kabupaten Kampar telah memberikan bantuan dana kepada para pengusaha industri kecil dan menengah khususnya usaha keripik nenas, yang mana keripik nenas juga merupakan salah satu makanan khas dari daerah Riau untuk mendaftarkan merek dagangnya. Pemerintah juga sudah memberikan sanksi yang tegas berupa denda dan kurungan terhadap pelanggar hak atas merek. Upaya ini menurut peneliti sangat efektif, dimana pemerintah melindungi hak atas merek dari merek tersebut dan juga melindungi pengusaha dari persaingan yang tidak sehat dalam dunia perdagangan.

4. Membentuk sentra-sentra Hak Kekayaan Intelektual di seluruh Indonesia dengan cepat yang dapat menyebarluaskan pengetahuan tentang Merek kepada pengusaha-pengusaha yang bertujuan untuk melayani apabila ada pihak yang ingin mendaftarkan merek dagangnya.

Upaya ini juga sudah berjalan, dikarenakan sentra yang dimaksud adalah tempat untuk mendaftarkan merek yang ada di tiap-tiap daerah, yaitu Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual melalui Departemen Hukum dan HAM khusus bidang Merek yang terdapat di daerah-daerah.

Upaya yang paling penting dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek adalah dengan menghilangkan sikap budaya masyarakat yang cenderung menganggap hasil karyanya sebagai hak masyarakat umum dan bukan pribadi, karena ini dapat merugikan pengusaha keripik nenas itu sendiri dari segi ekonomis dan menghambat kreativitasnya apabila mereknya diambil, dibajak, ditiru oleh orang lain.

Upaya ini dapat berjalan sesuai yang diharapkan apabila ada kesadaran hukum di dalam diri masyarakat tersebut, dan tidak memandang sebelah mata arti pentingnya sebuah pendaftaran merek. Apabila hal ini telah tertanam di tiap-tiap diri masyarakat khususnya pelaku usaha keripik nenas, maka peneliti yakin akan terciptanya hukum yang kondusif dan dapat mempercepat pembangunan nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dari permasalahan yang telah dilakukan dan telah dibahas dalam pembahasan, maka dapat ditarik suatu kesimpulan, yaitu :

Bahwa mengenai pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek pada industri usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar belum terealisasi sebagaimana mestinya. Hal ini dikarenakan masih sedikit permohonan pendaftaran merek dagang pada usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampar yang diajukan ke Departemen Hukum dan HAM Propinsi Riau. Dalam hal mengajukan permohonan pendaftaran hak atas merek usaha keripik

nenas sama halnya dengan prosedur permohonan hak atas merek lainnya. Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek baru terlaksana apabila adanya pendaftaran dari orang, badan, perusahaan yang mendaftarkan merek dagang atau merek jasa yang beritikad baik ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual atau di Departemen Hukum dan HAM jika itu di propinsi, yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang terdapat di dalam Bab II, Bab III, dan Bab IV Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yang berlaku saat ini.

Adapun Faktor-faktor yang menjadikan pelaku usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampartidak mendaftarkan merek dagangnya, yaitu :

- a. Tidak adanya atau kurangnya pemahaman pelaku usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kampartentang merek dan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.
- b. Masih kurangnya sosialisasi dari Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis kepada masyarakat khususnya pengusaha keripik nenas yang memang sangat berkaitan erat dengan diberlakukannya undang-undang ini, dari faktor tersebut dapat diketahui bahwa pelaksanaan perlindungan hukum terhadap merek terhadap usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kamparbelum terlaksana sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Masih adanya pemikiran pengusaha usaha keripik nenas di Rimbo Panjang Kabupaten Kamparyang masih tergolong rendah, sehingga menyebabkan pelaku usaha keripik nenas enggan untuk mendaftarkan mereknya.
- d. Guna tersosialisasinya Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis ini dengan baik, maka pemerintah juga telah mulai mengadakan seminar-seminar dan lokakarya serta penyampaian informasi tentang merek kepada pelaku usaha keripik nenas, sehingga sosialisasi dari undang-undang ini dapat berjalan dengan baik.
- e. Pihak pemerintah dalam hal ini Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia yang bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Rimbo Panjang Kabupaten Kamparperlu memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses pendaftaran untuk mendapat hak atas merek tersebut dan memberikan sanksi-sanksi hukum yang tegas terhadap pelanggar hak atas merek tersebut, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan Rimbo Panjang Kabupaten Kamparjuga memberikan bantuan dana kepada pengusaha-pengusaha keripik nenas yang ada diRimbo Panjang Kabupaten Kamparkarena biaya yang diperlukan untuk pendaftaran merek cukup mahal dan besar.

- f. Membentuk sentra-sentra Hak Kekayaan Intelektual di seluruh Indonesia dengan cepat yang dapat menyebarkan pengetahuan tentang Merek kepada pengusaha-pengusaha yang bertujuan untuk melayani apabila ada pihak yang ingin mendaftarkan merek dagangnya.
- g. Upaya yang paling penting dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek adalah dengan menghilangkan sikap budaya masyarakat yang cenderung menganggap hasil karyanya sebagai hak masyarakat umum dan bukan hak pribadi.

Mengenai hal efektifnya pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis pada usaha keripik nenas, agar lebih terealisasi kepada masyarakat maka perlu suatu upaya, yaitu :

- a. Memberikan penyuluhan akan pentingnya pendaftaran merek kepada masyarakat khususnya pengusaha keripik nenas yang ada di Rimbo Panjang Kabupaten Kampardan juga pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan merek dan mengadakan penyuluhan langsung ke lapangan yang dilakukan secara bertahap, yaitu melalui seminar-seminar, penyuluhan hukum maupaun lokakarya atau forum-forum lainnya.
- b. Pihak pemerintah dalam hal ini Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia yang bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan UMK Kabupaten Kampar.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi Agus Riswandi dan Siti Sumartiah, *Masalah-masalah HAKI Komtemporer*. Yogyakarta: Gita Nagari, 2005.
- Cornish, W. R, *Intellectual Property: Kontrak Alih Teknologi pada Industri Manufactur*. Yogyakarta: Genta Press, 2007.
- Damian,Eddy,dkk.*HakKekayaanIntelektual(SuatuPengantar)*.Bandung:PT.Alumni, 2003
- Faradz,Haedah, PerlindunganHak Atas Merek, *JurnalDinamika Hukum*, 8 no 1 (2008): 40
- Halim, Abdul, *Ekonomi Pembangunan*, Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004.
- Khoironi, Iffan Alif, Implementasi Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada Home Industry Eggroll, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Indonesia, *Unnes Law Journal*,(2013)
- Larti, Susi, *Skripsi Aktivitas Indusri Kecil Keripik Nenas Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar*, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri sultan syarif kasim, 2013.

- Lita, Helza Nova, *Wakaf Hak Kekayaan Intelektual: Peralihan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) melalui Wakaf*. Yogyakarta: Pusat HKI FH UII Press, 2016.
- Maryono, *Pembangunan*, Jakarta : Cita karya Nusa, 1998.
- Riswandi, Budi Agus, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada, 2004
- Rizaldi, Julius. *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*. Bandung: PT Alumni, 2009.
- Sudaryat, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual: Memahami Prinsip Dasar, Cakupan dan Undang-Undang yang Berlaku*, Bandung : Oase Media, 2010.
- T.edy Herlambang dkk, *Ekonomi Makro Teori Analisis dan Kebijakan*, Yogyakarta: Ekonosia Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004.
- Teng Belianty dkk, *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia* 5, no 1 (2022):55
- Utomo, Tomi Suryo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.