

## Perlindungan Hukum Merek Terdaftar

Susanto, Yoyon M Darusman, Bambang Wiyono, Muhammad Iqbal,  
Dyas Mulyani Benazir

Keti Respati, Erick Cristian Fabrian Siagian, T. Muamar Kadafi, Irawan Saputro, Meigi

Dosen dan Mahasiswa Magister Hukum, Universitas Pamulang

Email : [susanto@unpam.ac.id](mailto:susanto@unpam.ac.id)

### ABSTRAK

Salah satu bentuk standarisasi hukum HKI adalah TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Right*) TRIPs merupakan kesepakatan internasional yang paling lengkap berkenaan dengan perlindungan HKI. TRIPs Agreement juga mengadopsi konvensi-konvensi di bidang HKI yaitu *Paris Convention dan Berne Convention* (dua konvensi utama di bidang *copyright* dan *industrial property*). Permasalahan yang sering muncul dalam dunia usaha adalah ketika terjadi sengketa antara dua pemegang hak merek dan indikasi geografis (IG), dimana pihak satu menganggap sebagai pemegang hak merek dan IG yang sah dengan bukti sertifikat atas merek dan sedangkan pihak yang lain beranggapan bahwa dialah pemegang hak merek IG yang sesungguhnya hanya saja belum mendaftarkan merek dan IG nya di Indonesia. Disinilah peran Negara dalam hal ini DJKI melindungi terhadap Kekayaan Intelektual (KI) yang dimiliki oleh setiap pemilik atau pemegang KI yang sah. Untuk lebih mengetahui tentang merek Indikasi Geografis (IG) dan bagaimana perlindungan merek dan IG di Indonesia, Maka dalam hal ini baik pedoman maupun undang-undang yang dipakai harus benar-benar diterapkan dalam proses mendapatkan pengesahan merek dan IG dalam hal ini Sertifikat merek dan IG, sehingga dalam mengajukan merek dan IG seperti apa saja yang Tidak Dapat Didaftar dan Ditolak menurut Pasal 20, Undang Undang Merek Tahun 2016 Merek dan Indikasi Geografis.

**Kata Kunci:** *Perlindungan Hukum, Indikasi Geografis, Kekayaan Intelektual*

### ABSTRACT

*One form of standardization of IPR law is TRIPs (Trade Related Aspects of Intellectual Property Right). The TRIPs Agreement also adopts conventions in the field of intellectual property rights, namely the Paris Convention and the Berne Convention (two main conventions in the field of copyright and industrial property). The problem that often arises in the business world is when there is a dispute between two holders of trademark rights and geographical indications (GI), where one party considers the holder of the trademark rights and GI as valid with proof of certificate of the mark and while the other party assumes that he is the holder of the trademark rights. The real IG brand just hasn't registered the brand and its IG in Indonesia. This is where the role of the State, in this case the DJKI, is to protect the Intellectual Property (KI) owned by every legal owner or holder of IP. To find out more about Geographical Indication (GI) brands and how to protect brands and GIs in Indonesia, in this case, both the guidelines and the laws used must really be applied in the process of obtaining brand approval and GI in this case the brand certificate and GI, so that in applying for any kind of mark and GI*

*that cannot be registered and is rejected according to Article 20, the 2016 Trademark Law, Marks and Geographical Indications.*

**Keywords: Legal Protection, Geographical Indications, Intellectual Property**

## **A. PENDAHULUAN**

Pelindungan HKI merupakan langkah maju bagi bangsa Indonesia yang pada tahun 2020 memasuki era pasar bebas. Salah satu implementasi era pasar bebas yaitu negara dan masyarakat Indonesia akan menjadi pasar yang terbuka bagi produk ataupun karya individu, badan hukum baik nasional maupun luar negeri (asing), demikian pula masyarakat Indonesia dapat menjual produk atau karya ciptaannya ke luar negeri secara bebas. Oleh karena itu sudah selayaknya produk-produk ataupun karya-karya lainnya yang merupakan HKI perlu mendapat pelindungan hukum yang efektif.

Secara garis besar HKI dibagi dalam 2 (dua) bagian, yaitu Kepemilikan Perorangan dan Kepemilikan secara Komunal. Kepemilikan Perorangan terbagi menjadi Hak Cipta (*Copyright*) dan Hak Milik Industri (*Industrial Property Rights*). Hak Milik Industri mencakup: paten (*patent*), desain industri (*industrial design*), merek (trademark), desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuit*), rahasia dagang (*trade secret*) dan varietas tanaman. Kepemilikan Komunal mencakup ekspresi budaya tradisional, pengetahuan tradisional, sumber daya genetic, dan indikasi geografis.

Selanjutnya kita berbicara terkait dengan hukum dibidang Merek. Peranan merek dan Indikasi Geografis (IG) menjadi sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, pelindungan konsumen, serta pelindungan usaha mikro kecil dan menengah serta industri dalam negeri. Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu

dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin merek tersebut digunakan oleh pihak lain.

Indikasi Geografis (IG) Menurut Pasal 1 angka 6 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/ atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.

Hak Indikasi Geografis adalah bagian dari hak merek yang dapat dimiliki oleh sebuah komunitas atau sekelompok masyarakat di daerah tertentu yang telah terbukti dapat menghasilkan dan memelihara produk khas daerah tersebut. Perlindungan terkait indikasi geografis meliputi barangbarang yang dihasilkan oleh alam, barang hasil pertanian, hasil kerajinan tangan; maupun hasil industri lainnya. Sebagai contohnya dapat berupa salak pondoh, markisa malino, sutra mandar dan lain-lain. Perlindungan terkait hak indikasi geografis biasanya mencakup tentang produk yang di peroleh, di proses dan dihasilkan di daerah tertentu yang memiliki perbedaan tersendiri dibanding dengan produk yang sama namun dihasilkan ditempat lain.

Indonesia merupakan negara yang kaya dan melimpah akan sumber daya alam nya. Kekayaan sumber daya alam menjadikan Indonesia memiliki banyak keunikan baik hayati maupun nabati sehingga banyak tercipta potensi yang dapat dikembangkan masyarakat yang dapat digunakan untuk meningkatkan

perekonomian juga memberikan ciri khas dari pada daerah itu sendiri.

Sejauh ini Indonesia telah banyak melakukan ekspor baik berupa hasil produk pertanian, hasil hutan, hasil perikanan, dan juga hasil industri. Dengan adanya kegiatan Ekspor, Indonesia memperoleh banyak keuntungan diantaranya adalah dapat memperluas pemasaran produk Indonesia dan juga memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Untuk menghadapi adanya persaingan bebas di perlukan suatu aturan hukum baru guna melindungi produk-produk yang di perdagangkan dari kecurangan-kecurangan dunia usaha yang mungkin terjadi di pasar global. Sebagai negara yang turut serta dalam era globalisasi Indonesia di tuntut untuk dapat memproteksi diri dan juga tetap menghargai produk-produk hasil karya negara lain agar hubungan internasional tetap terjaga. Dengan demikian, perlindungan terhadap kekayaan intelektual (KI) dapat dijadikan sebagai awal salah satu langkah negara Indonesia untuk menghadapi globalisasi.

Perlindungan hukum terhadap berbagai macam produk yang mencirikan indikasi geografis di Indonesia harus dapat menjawab tantangan global salah satunya dengan cara memberikan perlindungan hukum yang memadai sehingga dapat memberikan kepastian hukum terhadap produk asli Indonesia yang di perdagangkan di luar negeri. Hal ini dikarenakan perlindungan terhadap produk indikasi di Indonesia masih jauh dari yang diharapkan. Di buktikan dengan adanya beberapa kasus mengenai pelanggaran indikasi geografis salah satunya adalah Kopi Gayo dimana merek dagang tersebut di klaim oleh perusahaan perdagangan Belanda sebagai pemegang hak. Sementara Kopi Gayo merupakan kopi khas Nanggroe Aceh Darusallam.

Pengabdian Kepada Masyarakat berlokasi di Aula Kantor Dinas Deperindag, Kabupaten Karawang. Peserta adalah

pelaku UMKM. Mengutip data dari Katalog Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2020, jumlah perusahaan pada Industri Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten/Kota tahun 2017 adalah 14.206 perusahaan. Besarnya jumlah perusahaan tersebut merupakan indikasi terkait perlunya sosialisasi pendaftaran merek. Tim kami akan bermitra dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Koperasi dan UKM setempat agar didapat target peserta sosialisasi yang sesuai.

## **B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa kegiatan yaitu (a). Tahap Persiapan meliputi : (1). Survey awal (2) Pemantapan dan penentuan lokasi sasaran, (3). Penyusunan bahan/materi pelatihan. (b). Tahap Pelaksanaan Pelatihan. Tahap ini akan dilakukan penjelasan mengenai kewirausahaan and digital entrepreneurship . (a). Metode Pelatihan. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu : Metode Ceramah. Metode ceramah dipilih dipilih untuk memberikan penjelasan tentang pentingnya ilmu manajemen dalam bisnis secara praktis. Selanjutnya, metode Tanya Jawab. Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan. Metode ini memungkinkan peserta dapat menggali sebanyak-banyaknya tentang pentingnya Indikasi Geografis bagi UKM dan bagaimana pendaftarannya. (Susanto & M. Ibal, 2019).

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) telah berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Acara dilaksanakan pada :

Tanggal : 1 November 2021  
Waktu : 09.00 s/d Selesai

Tempat : Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Karawang.

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. Tanda yang digunakan sebagai Indikasi Geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah, atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Permohonan pendaftaran Indikasi Geografis diajukan oleh:

1. lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu yang mengusahakan suatu barang dan/atau produk berupa:
  - (1) sumber daya alam;
  - (2) barang kerajinan tangan; atau
  - (3) hasil industri.
2. pemerintah daerah provinsi atau kabupaten/kota.

Permohonan pendaftaran Indikasi Geografis diajukan oleh: 1. lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu yang mengusahakan suatu barang dan/atau produk berupa: (1). sumber daya alam; (2). barang kerajinan tangan; atau (3). hasil industri. 2. pemerintah daerah provinsi atau kabupaten/kota.

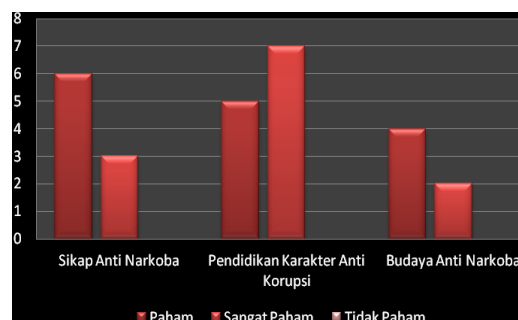
Manfaat perlindungan Indikasi Geografis adalah:

1. memperjelas identifikasi produk dan menetapkan standar produksi dan proses diantara para pemangku kepentingan Indikasi Geografis;
2. menghindari praktek persaingan curang, memberikan perlindungan konsumen dari penyalahgunaan reputasi Indikasi Geografis;

3. menjamin kualitas produk Indikasi Geografis sebagai produk asli sehingga memberikan kepercayaan pada konsumen;
4. membina produsen lokal, mendukung koordinasi, dan memperkuat organisasi sesama pemegang hak dalam rangka menciptakan, menyediakan, dan memperkuat citra nama dan reputasi produk;
5. meningkatnya produksi dikarenakan di dalam Indikasi Geografis dijelaskan dengan rinci tentang produk berkarakter khas dan unik;
6. reputasi suatu kawasan Indikasi Geografis akan ikut terangkat, selain itu Indikasi Geografis juga dapat melestarikan keindahan alam, pengetahuan tradisional, serta sumberdaya hayati, hal ini tentunya akan berdampak pada pengembangan agrowisata.



**Gambar 1 : Peserta PKM**



**Gambar 2 : Grafik Pemahaman PKM**

Upaya yang dilakukan oleh civitas akademika sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi

oleh mitra yaitu memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Berikut ini penjabaran terkait solusi yang akan kami berikan kepada mitra:

1. Upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra tentang kurangnya pemahaman terkait Indikasi Geografis (IG). Solusi yang kami berikan kepada mitra adalah memberikan pemahaman tentang konsep dasar Indikasi Geografis (IG)..
2. Adapun upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan kedua terkait kurangnya pemahaman tentang merek, Solusi yang kami tawarkan adalah dengan memberikan pendampingan dan pelatihan yang maksimal tentang penerapan aplikasi pendaftaran Indikasi Geografis (IG).



**Gambar 3 : Penyampaian Materi**

#### **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) dan Dosen Magister Hukum Universitas Pamulang di adalah sebagai berikut:

1. Para Peserta Sebagian besar belum memahami tentang arti penting Indikasi Geografis (IG) bagi suatu daerah.

2. Penguasaan aplikasi pendaftaran Indikasi Geografis (IG) bagi suatu daerah sangat penting karena mereka bias mendaftarkan merek melalui aplikasi.

##### **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan didapatkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penerapan penggunaan aplikasi pendaftaran Indikasi Geografis (IG) bagi Suatu daerah yang sudah diberikan dalam kegiatan PKM ini agar diberikan pendampingan kembali.
2. Penelusuran Indikasi Geografis (IG) yang telah terdaftar secara detail agar Indikasi Geografis (IG) suatu daerah tidak melanggar merek yang lain..

#### **E. UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menghaturkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada LPPM Universitas Pamulang, dan Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Karawang yang telah banyak memberikan izin dan dukungan untuk melakukan kegiatan PKM ini.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

- Agung Wahana, Irvan Purliansyah. 2015, "Pembangunan E-Commerce (Penjualan ONLINE pada Turpez Shop", (Vol.6 No. 1), Universitas Islam Negri Bandung.
- Hani Atun Mumtahana, Sekreningsih Nita, Adzinta Winerawan Tito. 2014. "Pemanfaatan WE E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran",
- Rahmanto, Toto, Basuki, 2018, Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja UKM, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fak Ek UNIAT vol 3, no 1 hal 1 – 10 issn 2527 – 7502 e issn 2581 – 2165
- Shabur miftah maulana. "Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan On-Line (Studi Kasus

- pada Toko Pastbrik Kota Malang).  
UNBRAW.
- Susanto, S., Sarwani, S., & Afandi, S. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Untuk Mengetahui Tingkat Kesehatan, Pertumbuhan Dan Prospek Usaha Pada Unit Usaha Koperasi (Studi Kasus Koperasi Awak Pesawat Garuda Indonesia di Tangerang). *INOVASI*, 1(1).
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Suworo, S., Sairin, S., Susanto, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2022). PELATIHAN DIGITAL MARKETING (SOSIAL MEDIA) UNTUK MENINGKATKAN LIFE SKILL SANTRI DAN STAF MARKETING DI PESANTREN AL WAFI ISLAMIC BOARDING SCHOOL DEPOK. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59-69.
- Yanto, O., Susanto, S., Nugroho, A., Santoso, B., & Gueci, R. S. (2020). Sosialisasi Kekayaan Intelektual Guna Menumbuhkembangkan Usaha Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global Pada Revolusi 4.0. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Zulfitra, Z., Susanto, S., Mubarok, A., Sutoro, M., & Anwar, S. (2019). Manajemen Bisnis Sebagai Sarana Untuk Menumbuhkan Pengusaha-Pengusaha Baru (Studi Kasus pada PKBM Nurul Qolbi, Kota Bekasi, Jawa Barat). *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Zulfitra, Z., Ganar, Y., B., Krisyanto, E. , Mubarok, A., Dinantara., M., D. (2020). Pelatihan Perpajakan Untuk
- UMKM Di Majelis Da'wah Al'adni. *Jurnal Abdi Laksana*, 1(1).