

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK TERHADAP LOGO
(STUDI PADA KEDAI MINUMAN *BLEDHUG THAI TEA* SURAKARTA)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
Jurusan Hukum Fakultas Hukum**

Disusun Oleh:

**TOTO ADI RAHMANTO
C100150088**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK TERHADAP LOGO (STUDI PADA
KEDAI MINUMAN *BLEDHUG THAI TEA* SURAKARTA)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

TOTO ADI RAHMANTO
C100150088

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Inayah, S.H., M.H.)

HALAMAN PENGESAHAN

PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK TERHADAP LOGO (STUDI PADA
KEDAI MINUMAN *BLEDHUG THAI TEA* SURAKARTA)

OLEH

TOTO ADI RAHMANTO
C100150088


Telah dipertahankan di depan
Dewan Penguji Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jum'at 27 Mei 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Inayah, S.H., M.H.
(Ketua Dewan Penguji) (.....)
2. Nuswardhani, S.H., M.S
(Anggota I Dewan Penguji) (.....)
3. Fahmi Fairuzzaman, S.H., M.H., L.L.M
(Anggota II Dewan Penguji) (.....)

Dekan,




Dr. Keik Wardiono, S.H., M.H
NIDN. 0026126801

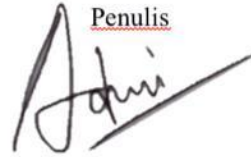
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta,

Penulis



TOTO ADI RAHMANTO
C100150088

PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK TERHADAP LOGO STUDI KASUS PADA KEDAI MINUMAN BLEDHUG THAI TEA SURAKARTA

Abstrak

Logo merupakan salah satu bentuk dari merek yang merupakan kekayaan intelektual tujuannya untuk memberi nama suatu produk barang atau jasa yang dapat diajukan pendaftaran ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, di lain sisi banyak terdapat kasus beredar terkait dengan peniruan dari suatu bentuk logo. Sebuah logo merupakan aspek penting dalam perkembangan produk yang dihasilkan. Oleh karena logo merupakan hal pokok untuk sebuah pengembangan produk para pelaku usaha, maka dibutuhkan bentuk perlindungan hukum agar para pelaku usaha dapat mengurus pendaftaran merek dari logonya pada kantor Ditjen HKI. Hasil penelitian menyatakan bahwa Pemilik *Bledhug Thai Tea* menyampaikan bahwa merek atas logo *Bledhug Thai Tea* belum akan didaftarkan dalam waktu dekat. Namun pemilik menyampaikan keinginannya untuk mempertahankan dan menggunakan merek atas logo *Bledhug Thai Tea* walaupun belum dilakukan pendaftaran. Pemilik ingin terlebih dahulu melihat keberhasilan usaha kedai minumannya sebelum mengajukan pendaftaran merek. Apabila usaha kedai minumannya dirasa tidak cukup membuahkan hasil, maka sang pemilik akan bertahan tanpa hak atas merek logo dagang berlabel hukum yang sah.

Kata kunci: logo, merek, pendaftaran

Abstract

Logo is a product or an intellectual property that can be submitted for registration to the Directorate General of Intellectual Property Rights. There are many outstanding cases related to imitation of a logo. A logo is an important aspect in the development of a product. Regarding the logo as the main thing for a product development for business owner, a form of legal protection is needed so that business owner can take care of registering their logo at the Directorate General of Intellectual Property Rights office. The results of the study stated that the owner of Bledhug Thai Tea said that the brand for the Bledhug Thai Tea logo would not be registered in the near future. However, the owner expressed his desire to maintain and use the brand for the Bledhug Thai Tea logo even though it has not yet been registered. The owner wants to first see the success of his business before applying for trademark registration. If the business producing enough results, then the owner will survive without the right over the legal trademark logo labeled.

Keywords: logo, trademark, registration

1. PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir merek telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Di manapun kita berada, akan selalu melihat

merek yang melekat pada suatu produk baik yang berbentuk barang maupun dalam bentuk jasa. Hampir selalu ada tanda yang melekat berupa merek yang membedakan produk suatu perusahaan dengan produk dari perusahaan yang lainnya. Didalam prinsip perlindungan hak merek adalah tidak seorangpun berhak menjual barangnya kepada masyarakat seolah-olah barang pengusaha lainnya, yaitu dengan menggunakan tanda yang sama yang telah dikenal masyarakat sebagai tanda milik seseorang.¹

Lambat laun perlindungan diberikan sebagai suatu pengakuan bahwa tanda tersebut merupakan merek milik orang yang telah memakainya dan menjadi tanda pembeda dari barang-barang lain yang tidak menggunakan merek tersebut.² Merek sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek bisa menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersil, selain itu merek berguna untuk para konsumen, mereka membeli produk tertentu (yang terlihat dari mereknya) karena menurut mereka, suatu merek akan berkualitas tinggi atau aman untuk dikonsumsi oleh karena reputasi dari merek tersebut. Jika suatu perusahaan memakai merek perusahaan lain, para konsumen mungkin merasa tertipu karena telah membeli produk dengan kualitas yang rendah.³ Merek yang baik dapat menjadi identitas prooduk, jaminan mutu, perlambangan citra positif, simbol reputasi bisnis dan sejarah perusahaan, kebanggaan konsumen, loyalitas pelanggan, simbol status sosial, penentu nilai tambah, dan daya pembeda dengan produk sejenis milik asing.

Suatu merek yang sudah terkenal dan terbukti menghasilkan keuntungan dapat pula dikembangkan menjadi sebuah merek usaha waralaba (*franchise*) dengan menggandeng mitra-mitra usaha lokal. Kesadaran dalam pentingnya merek bagi pengembangan bisnis, meskipun telah disadari oleh kebanyakan pengusaha, namun masih kurang disadari oleh kalangan pengusaha mikro dan kecil. Pengusaha

¹Agung Indriyanto & Irmie Mela Yusnita. 2017. *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 1.

²Rahmi Jened. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Globalisasi & Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, hal. 2.

³Tim Lindsey & Eddy Damian, dkk. 2002. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumn, hal. 131-132.

mikro dan kecil kurang menyadari pentingnya merek karena mereka masih menganggap mengurus merek itu prosedurnya rumit dan berbelit-belit serta biayanya mahal.⁴ Pengusaha mikro-kecil pada umumnya sudah sadar membuat nama usaha, namun mereka belum sadar untuk mendaftarkannya ke Ditjen HKI sehingga hal tersebut mengandung kerawanan di masa mendatang. Banyak kejadian, setelah usaha mereka sukses di hadapan publik, para kompetitor begitu mudah untuk membajak nama usahanya sehingga mereka mengalami kerugian dan tidak bisa mengajukan gugatan ke hadapan pengadilan niaga akibat mereknya belum terdaftar pada Ditjen HKI, dalam hal kepemilikan merek, berlaku pula prinsip pendaftaran pertama (*first-to-file*) sehingga pihak yang kali pertama melakukan pendaftaran merek berpeluang memiliki merek tersebut.⁵ Dalam hal ini ketakutan para pengusaha mikro-kecil diatas sudah tidak berlaku lagi sebab saat ini sudah banyak kemudahan yang diberikan pemerintah untuk mengurus hak merek, diantaranya tersedia dinas-dinas pemerintah daerah yang mengurus perdagangan dan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sering mengadakan penyuluhan tentang merek dan kemudian membantu para pengusaha mikro-kecil mengurus merek tanpa harus datang sendiri ke Ditjen HKI, saat ini sudah banyak dijumpai kantor-kantor konsultan HAKI di sejumlah daerah yang siap membantu para pelaku usaha mengurus HAKI termasuk hak atas merek.

Dalam era perdagangan global saat ini, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat sehingga diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek guna memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat.⁶ Bagi dunia usaha, merek memiliki arti yang sangat penting dan mahal. Merek bukan hanya sekedar nama, tetapi mencerminkan harga diri sebuah perusahaan, pengalaman perusahaan, dan jaminan mutu atas produk barang dan/atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Produk dengan merek terkenal lebih

⁴Cita Yustisia Serfiyani; Iswi Hariyani & R. Sertifianto D.P. 2017. *Buku Pintar HAKI dan Warisan Budaya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hal. 127-128.

⁵*Ibid.*, hal. 128.

⁶Cita Yustisia Sertifiyani; Iswi Hariyani & R. Sertifianto D.P. 2017. *Op.Cit.*, hal. 131-132.

mudah dipasarkan sehingga mendatangkan banyak keuntungan finansial bagi suatu perusahaan.

Di dalam peraturan perundang-undangan Pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi “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”.

Kebutuhan akan adanya suatu perlindungan hukum atas hak merek dalam hal ini dikhususkan logo, pada saat ini semakin berkembang pesat kegiatan plagiasi yang dilakukan oleh orang-orang tidak bertanggungjawab. Semakin unik nama sebuah merek, akan semakin baik, dan juga akan lebih efektif karena lebih mudah diingat siapa saja yang pernah mendengarnya. Begitu pula, semakin mencolok dan berbeda tampilan sebuah merek, akan lebih mudah melekat dalam ingatan siapa saja yang pernah melihatnya. Merek, sebagian atau seluruhnya, yang terdengar umum biasanya mengundang masalah kepemilikan di Pengadilan. Pemilik *Kentucky Fried Chicken* (KFC) tentu tidak begitu senang kalau ada warung yang bernama *Depok Fried Chicken*, misalnya. Walaupun KFC mungkin yang berjasa mempopulerkan istilah *Fried Chicken*, tetapi karena kata ini begitu umum (“ayam goreng”), maka pengadilan biasanya tidak akan menganggap sebagai merek eksklusif, sekalipun kata merek tersebut bagian dari merek eksklusif. Suatu merek yang sangat terkenal malah bisa menjadi sebuah penyebutan kata umum. Sebagai contoh “*odol*” yang merupakan suatu merek, namun disalahkaprahkan sebagai sinonim dari “*pasta gigi*”. Di satu sisi hal tersebut menguntungkan pemilik merek karena dapat membuat suatu merek menjadi sangat terkenal. Namun pemilik merek tersebut akan berdampak rugi jika banyak orang ikut memanfaatkannya karena tidak tahu menahu bahwa hal tersebut adalah sebuah merek yang seharusnya hanya boleh dimanfaatkan pemiliknya. Untuk menghindari hal tersebut maka suatu perusahaan memasang lagi “tanda pengaman” dibelakang logo merek dengan huruf R besar didalam lingkaran, yang memiliki arti “*Registered*” atau terdaftar sebagai

merek.⁷ Suatu logo merupakan sebuah produk atau suatu kekayaan intelektual yang dapat diajukan pendaftaran ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, di lain sisi banyak terdapat kasus beredar terkait dengan peniruan dari suatu bentuk logo atau tulisan yang ada di dalam logo tersebut. Sebuah logo merupakan aspek penting dalam perkembangan produk yang dihasilkan.

Merek dapat menjadi insentif untuk menjaga kualitas produk secara konsisten, karena merek bertindak sebagai jaminan kepada konsumen. Ketika konsumen melihat produk dengan merek tertentu, maka konsumen meyakini bahwa produk tersebut telah diproduksi oleh produsen yang sama dan oleh karena itu akan mendapatkan kualitas yang sama pula. Jika produsen menurunkan kualitas, maka resiko dan konsekuensi yang harus diterima berupa hilangnya (berkurangnya) konsumen. Meskipun merek tidak menyediakan segala bentuk jaminan hukum dari segala kualitas, namun produsen dituntut untuk terus menjaga kualitas produknya agar diminati konsumen.⁸ Jika pemilik merek logo tidak melakukan proses pendaftaran kepada kantor instansi yang berwenang, maka sebuah merek logo produk yang dihasilkan tidak bisa berkembang dengan baik dan menjadi masalah di kemudian hari, tidak adanya kepastian hukum terhadap suatu merek tersebut jika telah tersebar dan dikenal masyarakat luas. Akan sangatlah mudah dalam penggunaan logo mengambil desain maupun nama dari suatu produk milik perorangan maupun kelompok. Untuk menuntut ke arah jalur hukum suatu saat akan menemui banyak kendala jika pemilik dari logo tersebut tidak mendaftarkan pada Ditjen HKI. Oleh karena logo merupakan hal pokok untuk sebuah pengembangan produk para pelaku usaha, maka dibutuhkan bentuk perlindungan hukum agar para pelaku usaha untuk mengurus pendaftaran merek dari logonya pada Kantor Ditjen HKI.

Sesuai latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK MEREK**

⁷Haris Munandar & Saily Sitanggang. 2011. *Mengenal HAKI Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-Beluknya*. Jakarta: Esensi Erlangga Group, hal. 51-52.

⁸Agung Indriyanto & Irnie Mela Yusnita. 2017. *Op.Cit.*, hal. 9.

TERHADAP LOGO (STUDI PADA KEDAI MINUMAN BLEDHUG THAI TEA SURAKARTA)”.

2. METODE

Jenis penelitian yang akan penulis ungkapkan yaitu menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang.⁹ Dalam penelitian ini penulis akan berusaha dalam mendeskripsikan terkait dengan perlindungan hukum atas merek terhadap logo kedai minuman Bledhug Thai Tea Surakarta.

Dalam metode pendekatan kali ini penulis menggunakan pendekatan yuridis empiris, merupakan penelitian terhadap efektivitas hukum yang membahas bagaimana hukum beroperasi dalam masyarakat, penelitian ini mensyaratkan penelitiannya disamping mengetahui ilmu hukum juga mengetahui ilmu sosial, dan memiliki pengetahuan dalam penelitian ilmu sosial.¹⁰ Jenis penelitian yuridis empiris dipilih penulis karena permasalahan yang sedang dibahas berkaitan dengan aturan pada Hak Kekayaan Intelektual, tepatnya Hak Merek terhadap logo. Kemudian penulis menghubungkannya dengan perlindungan hukum atas hak merek terhadap logo pada kedai minuman Bledhug Thai Tea Surakarta.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan oleh penulis kali ini menggunakan metode analisis kualitatif, yang merupakan cara pengolahan bahan hukum dilakukan secara deduktif yakni menarik kesimpulan dari suatu permasalahan yang bersifat umum terhadap permasalahan konkret yang dihadapi.¹¹ Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan sumber data yang kemudian dianalisis, lalu data tersebut dijadikan rujukan untuk mengambil kesimpulan.

⁹File.upi.edu, Sabtu, 07 September 2019, 09:45 WIB: *Metode Penelitian Deskriptif-Direktori File UPI*, dalam [https://www.google.co.id/search?q=jurnal+ penelitian+deskriptif&oq=jurnal+penelitian+deskr&aqs=chrome.1.69i57j0l5.27908j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.co.id/search?q=jurnal+penelitian+deskriptif&oq=jurnal+penelitian+deskr&aqs=chrome.1.69i57j0l5.27908j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

¹⁰*Ibid.*, hal. 31.

¹¹Jhonny Ibrahim. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Banyumedia Publishing, hal. 393.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Faktor Penyebab Pemilik Produk Belum Mendaftarkan Hak Merek Atas Logo

Pemilik kedai minuman Bledhug Thai Tea tidak melakukan pendaftaran merek sehubungan dengan faktor faktor sebagai berikut:

- 1) Pemilik tidak mengetahui ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis;
- 2) Pemilik tidak mengetahui definisi mengenai merek dan perlindungan hukum yang didapatkan;
- 3) Pemilik saat ini sedang fokus pada penyempurnaan cita rasa produk minumannya serta melihat potensi keberhasilan usaha kedepan, meskipun demikian pemilik akan mendaftarkan produk tersebut; dan
- 4) Pemilik tidak mengetahui tata cara pendaftaran merek, dan menganggap pendaftaran merek membutuhkan waktu yang lama, berbelit-belit, dan membutuhkan biaya yang mahal.

Berdasarkan uraian tersebut diatas menunjukkan bahwa *owner* dan sebagian besar pemilik kedai minuman *Thai Tea* tidak memiliki kesadaran hukum untuk melakukan pendaftaran merek. Menurut Soerjono Soekanto¹² untuk menilai tingkatan kesadaran hukum sebuah masyarakat terdapat 4 indikator kesadaran hukum. Indikator tersebut meliputi pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum dan pola perilaku hukum, dengan penjelasan sebagai berikut :

- 1) Pengetahuan Hukum, merupakan pengetahuan seseorang mengenai beberapa perilaku tertentu yang diatur oleh hukum, baik hukum tertulis maupun tidak tertulis.
- 2) Pemahaman Hukum, merupakan beberapa informasi yang dimiliki seseorang mengenai isi peraturan dari suatu hukum tertentu.
- 3) Sikap Hukum, merupakan suatu kecenderungan untuk menerima hukum karena adanya penghargaan terhadap hukum sebagai sesuatu yang bermanfaat atau menguntungkan jika hukum itu ditaati.

¹²Soerjono Soekanto. 1982. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali, hal. 140.

- 4) Pola Perilaku Hukum, merupakan suatu visual apakah suatu peraturan berlaku atau tidak dalam masyarakat.

3.2 Cara Memperoleh Perlindungan Hukum Hak Merek Terhadap Logo Kedai Minuman Bledhug Thai Tea Surakarta

3.2.1 Syarat Mengajukan Permohonan Merek

Sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 juncto pasal 3 Permenkumham Nomor 67 Tahun 2016, menyatakan bahwa permohonan diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan mencantumkan kelengkapan berkas persyaratan antara lain sebagai berikut :

- 1) Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia;
- 2) Dalam permohonan harus mencantumkan :
 - a) Tanggal, bulan, dan tahun permohonan;
 - b) Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
 - c) Nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa;
 - d) Warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e) Label merek;
 - f) Nama negara dan tanggal permintaan merek pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas; dan
 - g) Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- 3) Permohonan ditandatangani pemohon atau kuasanya;
- 4) Permohonan dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya;
- 5) Dalam hal merek berupa bentuk 3 dimensi, label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik;
- 6) Dalam hal merek berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara;
- 7) Permohonan wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan.

8) Apabila pendaftaran merek dilakukan secara *online*, maka seluruh persyaratan sebagaimana tersebut di atas, di-*input* dalam aplikasi pendaftaran secara elektronik. Sedangkan untuk pendaftaran merek secara *offline*, pemohon perlu mengisi dan melengkapi data dimaksud dan datang langsung kepada kantor wilayah Kementerian Hukum dan HAM.

3.2.2 Prosedur Permohonan Pendaftaran Merek Atas Logo

Permohonan pendaftaran dapat diajukan kepada DJKI melalui dua cara. Pertama melalui cara elektronik (*online*) atau yang kedua dengan cara non elektronik (*offline*). Prosedur pendaftaran *online* yaitu dengan langsung mengisi form secara *online* pada laman web DJKI. Kemudian dalam hal pendaftaran permohonan secara *offline* yaitu dengan cara langsung datang ke kantor pusat atau kantor wilayah Ditjen HKI setempat dengan mengisi formulir permohonan pendaftaran merek.

3.2.3 Pemeriksaan Pendaftaran Merek

Sebelum memutuskan menerima ataupun menolak permohonan pendaftaran merek, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual terlebih dahulu melakukan pemeriksaan kelengkapan persyaratan administratif dari pendaftaran, yaitu berupa pemeriksaan terhadap kelengkapan syarat permohonan pendaftaran merek. Sesuai dengan Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, disebutkan pada Pasal 9 ayat (3) bahwa pemeriksaan dokumen persyaratan permohonan merek dilakukan dalam jangka waktu paling lama 15 (lima belas) hari, terhitung sejak tanggal penerimaan.

3.2.4 Jangka Waktu Perlindungan Merek

Didalam ketentuan Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dinyatakan bahwa jangka waktu perlindungan hukum merek yang terdaftar yaitu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan pendaftaran yang bersangkutan. Dalam kurun waktu jangka 10 (sepuluh) tahun tersebut dapat dilakukan perpanjangan atas permohonan pemilik merek setiap kali untuk jangka waktu yang sama.

3.2.5 Biaya Permohonan Pendaftaran Merek Atas Logo

Biaya permohonan pendaftaran merek yang telah diatur didalam Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 Tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis

Penerimaan Negara Bukan Pajak Yang Berlaku Pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

3.2.6 Perlindungan Hukum terhadap Merek dalam Ketentuan Hukum Islam

Terhadap Hak Kekayaan Intelektual tersebut, Majelis Ulama Indonesia telah menerbitkan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/MUNAS VII/MUI/5/2005 tanggal 28 Juli 2005. Pada pokoknya dalam Fatwa MUI tersebut diatur ketentuan sebagai berikut:

- 1) Dalam hukum Islam, HKI dipandang sebagai salah satu *huquq maliyyah* (hak kekayaan) yang mendapat perlindungan hukum (*mashun*) sebagaimana *mal* (kekayaan);
- 2) HKI yang mendapat perlindungan hukum islam sebagaimana dimaksud angka 1 tersebut adalah HKI yang tidak bertentangan dengan hukum Islam;
- 3) HKI dapat diajdikan obyek akad baik akad *mu'awadhah* (pertukaran, komersial), maupun akad *tabarru'at* (nonkomersial), serta dapat diwaqafkan dan diwariskan;
- 4) Setiap bentuk pelanggaran terhadap HKI, termasuk namun tidak terbatas pada menggunakan, mengungkapkan, membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, mengedarkan, menyerahkan, menyediakan, mengumumkan, memperbanyak, menjiplak, memalsu, membajak HKI milik orang lain secara tanpa hak merupakan kezaliman dan hukumnya adalah *haram*.

3.3 Keuntungan dan Kerugian Terhadap Logo Yang Telah Didaftarkan dengan Logo Yang Belum Didaftarkan atau Tidak Didaftarkan Guna Memperoleh Perlindungan Secara Hukum

3.3.1 Keuntungan

- 1) Ada Nilai Tertentu Yang Membuat Produk tersebut Bernilai Harga
Sebagai contoh dalam dunia jual-beli bahwa suatu logo mampu menaikkan nilai jual suatu produk yaitu jika secangkir kopi dituangkan ke dalam cangkir polos biasa yang kemudian dibandingkan dengan secangkir kopi yang dituangkan ke dalam cangkir yang terdapat logo merek terkenal contohnya *Starbuck* pasti hasil yang didapat adalah nilai jual kopi *Starbuck* lebih mahal dan banyak diminum orang karena sudah terkenal.

2) Menghindarkan Plagiasi Terhadap Merek/Logo

Sebuah logo yang telah dilakukan permohonan pendaftaran perlindungan hukum kepada Direktorat Jenderal Hukum Kekayaan Intelektual akan mendapatkan perlindungan pemilik produk tersebut dari kegiatan plagiasi/meniru terhadap logo mereka.

3.3.2 Kerugian

1) Merek/Logo Dari Sebuah Produk Mudah Untuk dilakukan Pemalsuan Saat Merek Tersebut Terkenal

Suatu merek pada saat merek tersebut mengalami popularitas kemudian terkenal dan telah mendapatkan keuntungan yang bertambah besar dari tahun ke tahun, dan disaat yang bersamaan juga merek tersebut tidak dilakukan pendaftaran kepada DJHKI maka merek tersebut suatu saat baik di sengaja atau tidak dapat dengan mudahnya dilakukan pemalsuan oleh orang atau sekelompok orang lain yang tidak bertanggungjawab.

2) Ketiadaan Sebuah Langkah Hukum Yang Diambil Jika Suatu Saat Dipalsu Oleh Orang Lain

Sebuah ide merek logo atas produk yang telah dituangkan oleh pemilik usaha kuliner tidak dilakukan pendaftaran kepada DJHKI maka permasalahan yang akan timbul yaitu jika suatu saat terjadi tindakan pemalsuan merek dalam hal ini yang utama logo, pemilik merek yang pertama tidak dapat melakukan langkah-langkah hukum untuk menyelesaikan persoalan tersebut. Jika terjadi kejadian tersebut disebabkan oleh tidak adanya dasar hukum yang kuat sebagai landasan perbutan melawan hukum tersebut. Lain halnya jika suatu merek logo yang telah melalui proses pendaftaran kepada DJHKI dan logo tersebut dilakukan pemalsuan oleh orang lain, pemilik merek dapat mengajukan somasi atau surat peringatan yang kemudian dikirimkan kepada orang yang telah memalsukan merek logo si pemilik merek atau yang mencetuskan ide pertama sebuah merek.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Faktor Penyebab Pemilik Produk Belum Mendaftarkan Hak Merek Atas Logo *Bledhug Thai Tea*

- 1) Pemilik tidak mengetahui ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis;
- 2) Pemilik tidak mengetahui definisi mengenai merek dan perlindungan hukum yang didapatkan;
- 3) Pemilik saat ini sedang fokus pada penyempurnaan cita rasa produk minumannya serta melihat potensi keberhasilan usaha kedepan; dan
- 4) Pemilik tidak mengetahui tata cara pendaftaran merek, dan menganggap pendaftaran merek membutuhkan waktu yang lama, berbelit-belit, dan membutuhkan biaya yang mahal.

4.1.2 Cara Memperoleh Perlindungan Hukum Hak Merek Terhadap Logo Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea*

Permohonan pendaftaran dapat diajukan kepada DJKI melalui dua cara. Pertama melalui cara elektronik (*online*) atau yang kedua dengan cara non elektronik (*offline*). Pendaftaran melalui *online* melalui laman web DJKI, yaitu pada laman <https://merek.dgip.go.id/>.

4.1.3 Keuntungan dan Kerugian

- 1) Keuntungan Pendaftaran Merek atas Logo yaitu:
 - a) Ada nilai tertentu yang membuat produk tersebut bernilai harga; dan
 - b) Menghindarkan plagiasi terhadap merek/logo
- 2) Kerugian Merek yang belum didaftarkan
 - a) Merek/logo dari sebuah produk mudah untuk dilakukan pemalsuan saat merek tersebut terkenal; dan
 - b) Ketiadaan sebuah langkah hukum yang diambil jika suatu saat dipalsu oleh orang lain.

4.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan terhadap hasil penelitian yang dilakukan di Kedai Minuman *Bledhug Thai Tea* Surakarta tentang perlindungan hukum terhadap hak

merek atas logo pada sebuah produk dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

- 1) Sebaiknya untuk para pengusaha di bidang kuliner harus segera mendaftarkan merek produknya berupa logo kepada DJKI. Pendaftaran logo membantu pengusaha mendapatkan perlindungan hukum, mengingat merek terutama logo memegang peranan penting dalam dunia perdagangan sebagai ciri khas dan kekayaan intelektual yang harus dijaga kepemilikannya. Dengan demikian pengusaha terhindar dari peniruan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab dimana dapat merugikan usahanya.
- 2) DJKI bersama dengan Dinas Perdagangan Kota Surakarta perlu memberikan sosialisasi atau penyuluhan hukum kepada kelompok-kelompok pengusaha di bidang kuliner mengenai Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek. Sosialisasi kepada pengusaha, khususnya pengusaha-pengusaha yang baru merintis bisnis dapat membantu meningkatkan kesadaran hukum pentingnya perlindungan merek. Dengan demikian para pengusaha kuliner tergerak untuk mendaftarkan mereknya ke DJKI Kemenkumham.
- 3) Kepada owner *Bledhug Thai Tea* dalam hal ini mas Faruq Achmad penulis berharap tahu betul terkait dengan pendaftaran merek. Sehingga pemilik usaha kuliner khususnya minuman tersebut dapat memberikan pengetahuan dasar kepada para pengusaha kuliner lainnya yang sejenis untuk segera mendaftarkan mereknya ke Dirjen HKI dengan begitu, kesadaran hukum akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

file.upi.edu, Sabtu, 07 September 2019, 09:45 WIB: *Metode Penelitian Deskriptif-Direktori File UPI*, dalam <https://www.google.co.id/search?q=jurnal+penelitian+deskriptif&oq=jurnal+penelitian+deskr&aqs=chrome.l.69i57j0l5.27908j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Ibrahim, Jhonny. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Banyumedia Publishing.

Indriyanto, Agung & Yusnita, Irnie Mela. 2017. *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Jened, Rahmi. 2015. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Globalisasi & Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lindsey, Tim & Damian, Eddy dkk. 2002. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: PT Alumni.
- Munandar, Haris & Sitanggang, Saily. 2011. *Mengenal HAKI Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-Beluknya*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Serfiyani, Cita Yustisia; Hariyani, Iswi & D.P., R. Sertifianto. 2017. *Buku Pintar HAKI dan Warisan Budaya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Soekanto, Soerjono.1982. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali.