

**POTENSI PERLINDUNGAN HAK ATAS MEREK BAGI PELAKU USAHA
SEKTOR KULINER DI WILAYAH KOTA BOGOR**

***POTENTIAL PROTECTION OF TRADEMARK RIGHTS FOR CULINARY
SECTOR BUSINESS ACTORS IN THE CITY OF BOGOR***

**Saepudin
Nurwati
J. Jopie Gilalo**

Program Studi Ilmu Hukum Sekolah Pascasarjana Universitas
Djuanda Bogor
Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35, Bogor 16720.
Korespondensi : Nurwati
e-mail : nurwati@unida.ac.id

**Jurnal
Ilmiah
Living Law,
Vol.16, No.2,
2024, Hlm.
134-146**

Abstract : *The aim of this research is to determine and analyze the potential for legal protection of brands for culinary sector business actors in Bogor City as well as the obstacles and efforts to overcome them according to Law Number 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications. The research method used in this research is empirical juridical which is analyzed qualitatively. From the research results, it can be seen that the potential for legal protection of brands for business actors in the culinary sector consists of preventive legal protection and repressive legal protection. Obstacles for culinary sector business actors in the city of Bogor in obtaining brand protection include a lack of understanding by culinary sector business actors regarding brands and their registration procedures, a lack of counseling and outreach, expensive brand registration costs, and a limited number of budgets and experts in the field of IPR. Efforts to protect the law include various policies, such as collaborating between the Director General of IP, Ministry of Law and Human Rights and the Ministry of Cooperatives and MSMEs in providing financing incentives for creative economy brand registrations, as well as registration of creative economy industry collective brands.*

Keywords: *Brand, Culinary, Potential, Protection.*

Abstrak : Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis potensi perlindungan hukum atas merek bagi pelaku usaha sektor kuliner di Kota Bogor serta hambatan dan upaya mengatasinya menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah yuridis empiris yang dianalisis secara kualitatif. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa potensi perlindungan hukum atas merek bagi pelaku usaha sektor kuliner terdiri dari perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Hambatan pelaku usaha sektor kuliner di Kota Bogor dalam memperoleh perlindungan atas merek diantaranya yaitu kurangnya pemahaman pelaku usaha sektor kuliner mengenai merek dan prosedur pendaftarannya, kurangnya penyuluhan dan sosialisasi, biaya pendaftaran merek yang mahal, serta terbatasnya jumlah anggaran dan tenaga ahli dalam bidang HKI. Upaya perlindungan hukum yaitu melalui berbagai kebijakan, seperti melakukan kerjasama antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM dalam memberikan insentif pembiayaan pendaftaran pendaftaran merek ekonomi kreatif, serta pendaftaran merek kolektif industri ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Merek, Kuliner, Perlindungan, Potensi.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi erat kaitannya antar manusia di dunia yang sedang mengalami percepatan dan perubahan. Situasi ini memunculkan perubahan revolusioner atau perubahan mendasar yang melibatkan semua aspek kehidupan.¹ Kebijakan di bidang ekonomi dapat diwujudkan dan dilaksanakan oleh pelaku ekonomi dan pemerintah sebagai kegiatan ekonomi yang tunduk pada norma-norma kehidupan ekonomi yang bersifat nasional maupun internasional dalam rangka memelihara dan menciptakan perilaku dan kondisi yang sesuai dengan norma-norma yang berlaku.²

Kegiatan ekonomi dapat dilakukan oleh siapa saja, baik subjek hukum perorangan maupun badan hukum. pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Dengan semakin berkembangnya kegiatan ekonomi tersebut, maka semakin terasa perlunya perlindungan bagi kegiatan usaha.

Salah satunya ialah industri yang bergerak dibidang ekonomi kreatif (Ekraf). Ekonomi kreatif adalah konsep bidang perekonomian di era ekonomi baru yang mengutamakan kreativitas dan informasi.

Banyak studi telah dilakukan untuk melihat perkembangan serta kiprah ekonomi kreatif dalam perekonomian di dunia. Indonesia pun sudah mulai melihat bahwa ekonomi kreatif ini merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan, karena jika di lihat dari sumber daya yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia, kreativitas

masyarakat Indonesia dapat disejajarkan dengan bangsa-bangsa lainnya di dunia.³

Dalam tabel 1 dibawah ini merupakan data sebaran pelaku ekonomi kreatif yang mendirikan usaha selama 5 (lima) tahun terakhir yang dikategorikan menurut jenis wilayahnya, baik pada tingkat Kabupaten maupun Kota di wilayah Provinsi Jawa Barat.

Tabel 1

Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Wilayah di Jawa Barat

NO	PELAKU EKONOMI KREATIF	PERSENTASI (%)
1	Kota Bandung	24,67%
2	Kota Depok	10,85%
3	Kabupaten Bogor	9,50%
4	Kabupaten Bandung	7,69%
5	Kota Bogor	7,40%
6	Kota Bekasi	5,18%
7	Kabupaten Bekasi	4,72%
8	Kabupaten Garut	3,64%
9	Kabupaten Bandung Barat	3,22%
10	Kota Cimahi	2,51%

Sumber : Badan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan pada data sebaran infografis pelaku usaha ekonomi kreatif di Jawa Barat di atas, dapat diketahui bahwa Kota Bandung menempati peringkat pertama dengan 24,67% (dua puluh empat koma enam puluh tujuh persen), sedangkan Kota Bogor berada di peringkat 5 dengan 7,40% (tujuh koma empat puluh persen).⁴

Ekonomi kreatif memiliki kurang lebih 16 turunannya, yakni antara lain Arsitektur, Desain Interior, Musik, Seni Rupa, Desain Produk, Fesyen, Kuliner, Film, Animasi, Video, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, Televisi dan Radio, Kriya, Periklanan, Seni Pertunjukkan, Penerbitan, dan Aplikasi

¹ Endeh Suhartini, *Legal Political Perspective Wage System to Realize Social Justice*, Journal of Morality and Legal Culture (JMLC), 1 (2), 2020, Hlm. 123

² Endeh Suhartini, (et.al), *Legal Politics and Policy Setting of Wage Systems for Creating Social Justice of Workers*, Journal of Legal Ethical and Regulatory Issues, Volume 22, Issue 6, 2019, Hlm. 1

³Departemen Statistika IPB, *Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020*, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok, Depok, 2021, Hlm. 1

⁴Tim Penyusun, *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif di Wilayah Jawa Barat*, Badan Ekonomi Kreatif, 2019, Hlm. 8

Telekomunikasi.⁵ Dari 16 subsektor yang ada di dalam Ekraf, terdapat 3 subsektor unggulan yang berkontribusi besar terhadap PDB Ekraf, salah satunya yaitu subsektor kuliner.

Hal ini sebagaimana dapat di lihat pada data statistik Kementerian Ekonomi Kreatif mengenai infografis sebaran usaha yang berada di wilayah Jawa Barat sebagaimana dalam tabel 2 berikut ini.

Tabel 2

Infografis Sebaran Usaha Ekonomi Kreatif di wilayah Jawa Barat

NO	SEKTOR EKONOMI KREATIF	PERSENTASE (%)
1	Kuliner	71,72%
2	Kriya	6,62%
3	Fesyen	17,77%
4	TV & Radio	0,04%
5	Penerbitan	1,68%
6	Musik	0,47%
7	Arsitektur	0,15%
8	Aplikasi dan Games	0,41%
9	Periklanan	0,07%
10	Fotografi	0,36%
11	DKV	0,02%
12	Seni Pertunjukkan	0,31%
13	Desain Produk	0,08%
14	Seni Rupa	0,24%
15	Film, Animasi dan Video	0,04%
16	Desain Interior	0,02%

Sumber: Data Badan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan data tabel di atas, dapat diketahui bahwa sektor Kuliner mendominasi dengan 71,70% dibanding dengan sektor usaha ekonomi kreatif lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki potensi yang cukup besar dalam mendorong peningkatan ekonomi di Indonesia, khususnya Jawa Barat.

Sehubungan dengan ketatnya persaingan dunia usaha, khususnya usaha

dibidang kuliner, maka diperlukan pemahaman yang lebih jelas mengenai akses serta prosedur bagi perlindungan hak atas merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, agar para pelaku ekonomi kreatif, khususnya di Wilayah Kota Bogor dapat memulai untuk melindungi dan menjaga nama Mereknya dari pihak yang beritikad tidak baik serta melakukan tindakan hukum terhadap pembajakan, peniruan, pemalsuan atas Merek yang dimilikinya.

Oleh karenanya kesadaran dari pelaku usaha kuliner untuk melindungi usahanya menjadi hal utama yang mempengaruhi perlindungan hukum tersebut, hal lain yang tidak kalah pentingnya ialah peran pemerintah dalam mengawasi kegiatan usaha sektor kuliner tersebut, apakah sudah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku atau justru sebaliknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis (empiris), yang dimaksudkan untuk mengetahui perlindungan hukum atas merek bagi pelaku usaha sektor kuliner dengan menggunakan metode analisis kualitatif yang diperoleh dari berbagai sumber.

PEMBAHASAN

A. Analisis Potensi Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pada dasarnya, ekonomi kreatif merupakan wujud dari upaya dalam mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan merupakan suatu atmosfer perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Menurut Polnaya, pesan besar yang ditawarkan

⁵Badan Ekonomi Kreatif, *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif* <http://www.kemenparekraf.go.id> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 21. 45 WIB

ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreativitas.⁶

Perekonomian yang kreatif menyumbang banyak kontribusi bagi pertumbuhan perekonomian. Di masa yang akan datang, diharapkan ekonomi kreatif bisa tumbuh semakin besar dan luas. Salah satu contoh pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia adalah sektor kuliner yang akan. Sebab industri ini membutuhkan banyak inovasi. Sehingga akhirnya, munculah banyak pelaku industri baru di bidang ini yang hadir dengan beragam merek buatannya.

Oleh karenanya merek yang digunakan oleh pelaku usaha harus di lindungi. Dalam hal ini digunakan yang dikemukakan oleh Fitzgerald, melalui teori perlindungan hukum Salmond yang menyatakan bahwa hukum bertujuan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan di lindungi. Hal ini dapat terwujud melalui permohonan pendaftaran merek yang bertujuan untuk melindungi pelaku usaha dari peniruan ataupun penipuan kualitas suatu produk.

Perlindungan merek terdaftar di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu:

1. Perlindungan hukum preventif,

Perlindungan sebelum terjadi tindak pidana atau pelanggaran 1370kum terhadap merek dan merek terkenal. Ketentuan pada Pasal 35 ayat (1) Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum

untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan; (2) Jangka waktu perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama;

Sementara di dalam Pasal 36 dan Pasal 37 dijelaskan bahwa apabila seseorang/ badan hukum ingin agar mereknya mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan hukum merek, maka merek yang bersangkutan harus terdaftar terlebih dahulu. Suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalitas maupun substantif yang telah ditentukan Undang-Undang Merek.

2. Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum terhadap merek manakala ada tindak pidana merek atau pelanggaran hak atas merek. Perlindungan hukum yang represif ini diberikan apabila telah terjadi pelanggaran hak merek. Dalam hal ini peran lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya seperti Kepolisian, Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), dan Kejaksaan sangat diperlukan. Pemilik merek terdaftar mendapat perlindungan hukum atas pelanggaran hak atas merek baik dalam wujud gugatan ganti rugi maupun berdasarkan tuntutan 1370kum pidana melalui aparat penegak hukum.

Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan hak kepada pemilik merek terdaftar untuk mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek barang dan/atau jasa yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan untuk barang atau jasa sejenis berupa gugatan ganti rugi, dan atau Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diajukan oleh pemilik merek

⁶Ghalib Agfa Polnaya dan Darwanto, *Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 22 (1): 1-10, 2015, Hlm. 9

terkenal berdasarkan putusan pengadilan. Gugatan tersebut menurut bunyi Pasal 83 ayat (3) harus diajukan melalui Pengadilan Niaga. Selanjutnya, menurut Pasal 84 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis atas permintaan pemilik merek atau penerima lisensi merek terdaftar selaku penggugat dapat mengajukan permohonan kepada hakim untuk menghentikan kegiatan produksi, peredaran, dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan merek secara tanpa hak, hakim dapat memerintahkan penyerahan barang atau nilai barang tersebut dilaksanakan setelah putusan pengadilan mempunyai kekuatan hukum yang tetap.

Kepastian hukum merujuk kepada pemberlakuan hukum yang jelas, tetap, konsisten, dan konsekuen yang dalam tidak dapat dipengaruhi oleh keadaan-keadaan yang bersifat subjektif. Kepastian dan keadilan bukanlah sekedar tuntutan moral semata, melainkan secara faktual hal tersebut dapat mencirikan hukum.⁷ Oleh karenanya kepastian hukum di dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan perlindungan kepada pelaku usaha pada sektor kuliner yang selama ini masih belum memiliki kepastian hukum atas kegiatan usahanya, terutama terkait dengan merek yang merupakan identitas dari kegiatan usaha tersebut. Dengan adanya pendaftaran maka merek yang digunakan memiliki kepastian dan perlindungan dalam penggunaannya.

Pendaftaran merupakan satu-satunya hal yang mudah diketahui dan yang dapat dipakai untuk dijadikan dasar pemberian hak atas merek. Oleh sebab itu, apabila mereknya terdaftar dalam Daftar Umum Merek Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, maka dialah yang berhak atas merek tersebut. Sebab hal ini akan lebih menjamin adanya kepastian hukum, tanda bukti pendaftaran dalam bentuk sertifikat sebagai bukti hak atas merek sekaligus dianggap sebagai pemakai pertama merek

yang bersangkutan, hal ini merupakan bentuk jaminan kepastian hukum yang diberikan oleh negara melalui permohonan pendaftaran merek.

Untuk melakukan pendaftaran merek di Indonesia ada 2 (dua) syarat yang harus dipenuhi, yang pertama adalah syarat substantif (*substantive requirements*) dimana persyaratan ini terdapat pada Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sedangkan untuk syarat kedua, yaitu syarat formal (*formal requirements*) dimana persyaratan ini terdapat pada Pasal 4 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.⁸

Pendaftaran Merek sangat penting, mengingat hak atas merek sebagai hak eksklusif bagi pemilik merek timbul dari adanya pendaftaran.⁹ Jadi pemegang merek baru akan diakui atas kepemilikan mereknya kalau merek itu dilakukan pendaftaran. Hal ini sesuai dengan prinsip yang dianut dalam undang-undang merek Indonesia, yaitu *first to file principle*, maka seseorang yang ingin memiliki hak atas merek, harus melakukan pendaftaran atas merek yang bersangkutan.¹⁰ Artinya, hak eksklusif atas sesuatu merek diberikan karena adanya pendaftaran (*required by registration*).

Dengan pendaftaran merek tersebut, maka pemilik merek memiliki kewenangan sebagai berikut:

1. Hak untuk menggunakan atau mengizinkan orang lain untuk menggunakan mereknya;
2. Hak untuk melarang orang lain untuk menggunakan mereknya;
3. Hak untuk mengalihkan dan/atau melisensikan hak mereknya kepada pihak lain.

⁸Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) : Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Kencana, Jakarta, 2017, Hlm. 138-139

⁹Yusran Isnaini, *Buku Pintar HAKI*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, Hlm. 34

¹⁰Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 2011, Hlm. 120

⁷C.S.T Kansil, Engeliem R Palandeng dan Godlieb N Mamahit, *Loc.cit*, Hlm. 385

Berikut dalam tabel 3 dibawah ini adalah contoh Pelaku Usaha Sektor Kuliner di Wilayah Kota Bogor yang telah memiliki Pendaftaran Merek di Direktorat Merek dan Indikasi Geografis.

Tabel 3

Pelaku Usaha Sektor Kuliner Yang Telah Memiliki Sertifikat Pendaftaran Merek

NO	MEREK	PELAKU USAHA	PERUSAHAAN
1		30 (Roti, Roti Manis, Roti Asin)	PT Venus Prima Santoso (Komp. Ruko V Point, Jl. Pajajaran No.1, Kota Bogor)
2		30 (Roti, Kue Basah, Snack)	Waluyo Eka Purbojo (Jl. Sawojajar No. 16 RT.001/ RW. 003, Pabaton, Bogor Tengah)
3		30 (Mie, Kue-Kue, Tepung Gula, Roti)	Riza (Jl. Pandu Raya 54-56, RT.001/RW. 15, Kel. Tegol Gundil, Kec. Bogor)
4		30 (Bolu, Cake, Kue)	Indra Mauladi Rahmat (Villa Bogor Indah 5 Blok CD 13 Nomor 1, Kel. Pasir Jambu, Kec. Sukaraja, Kota Bogor)
5		30 (Roti, Pastry, Biskuit, Kue)	Lydia Chymtia Elia bdn. Tan Ek Tjoan (Jl.Siliwangi No. 176 Kel. Lawanggintang ota Bogor Selatan)

Sumber: <https://www.dgip.go.id>

Pelaku Usaha Sektor Kuliner tersebut telah memiliki pendaftaran Merek, sehingga penggunaan Merek Dagang/Jasa tersebut dipastikan telah mendapatkan kepastian dan perlindungan hukum dari Negara. Upaya Peniruan, Pembajakan dan Pemalsuan dapat diatasi dengan kepemilikan pendaftaran Merek tersebut. Selain itu, Pendaftaran Merek tersebut juga memiliki pengaruh yang sangat signifikan bagi Pelaku Usaha, karena hal ini akan menjadi jaminan reputasi atas identitas serta jaminan kualitas produk/barang dan/atau jasa yang dipasarkan pelaku usaha kepada Konsumen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4

Pelaku Usaha Sektor Kuliner di Wilayah Bogor Yang Telah memiliki Ijin Usaha

NO	KECAMATAN	JUMLAH
1	Bogor Tengah	40
2	Bogor Selatan	28
3	Bogor Timur	6
4	Bogor Barat	11
5	Bogor Utara	18

	TOTAL	101
--	--------------	------------

Sumber:

<https://disparbud.kotabogor.go.id/kuliner/2019>

Berdasarkan data tersebut diatas diketahui bahwa terdapat kurang lebih 40% Pelaku Usaha Sektor Kuliner yang baru mendaftarkan Mereknya dan yang belum mendaftarkan Mereknya kurang lebih sekitar 60%. Oleh karena itu, terdapat dua sisi yang menjadi *concern* bagi Para Pelaku Usaha Sektor Kuliner dan juga Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk memaksimalkan potensi perlindungan hak atas Merek bagi Pelaku Usaha Sektor Kuliner di Kota Bogor.

Pendampingan bagi para pelaku usaha sektor kuliner dalam memiliki hak atas mereknya merupakan suatu hal yang sangat krusial bagi Pemerintah Daerah dalam memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi para pelaku usaha sektor kuliner ini.

B. Hambatan dan Upaya Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Pelaku Usaha Sektor Kuliner di Kota Bogor

1. Hambatan dalam Perlindungan Hak atas Merek

Dalam Perda Kota Bogor Nomor 14 Tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Bogor Tahun 2019-2024, menyebutkan terkait isu strategis mengenai penguatan daya saing ekonomi masyarakat pada potensi lokal, dalam salah satu faktornya adalah peningkatan daya saing UMKM, sektor ekonomi kreatif, industri dan perdagangan, serta pariwisata berbasis pada potensi lokal.

Kota Bogor saat ini memiliki kurang lebih 16 sektor ekonomi kreatif. Sub sektor ekonomi kreatif yang menonjol di Kota Bogor yaitu sub sektor kuliner (93%). Berdasarkan data tahun 2020 dari REKA Bogor. Persentase terbesar

ada di sub sektor fashion dan kuliner (12%).¹¹

Kendati demikian ekonomi kreatif pada sub sektor kuliner di Kota Bogor sebagian besar belum mendaftarkan merek dagangnya, hal di latar belakang oleh berbagai hal yang menghambat pendaftaran merek tersebut. Beberapa hambatan yang terjadi terhadap perlindungan hak kekayaan intelektual bidang merek bagi pelaku usaha sektor kuliner, diantaranya meliputi:

a. Kurangnya pemahaman pelaku usaha sektor kuliner mengenai merek dan prosedur pendaftarannya

Para pelaku usaha sektor kuliner banyak yang belum mengetahui tentang pentingnya suatu pendaftaran merek serta prosedur dalam mendaftarkannya. Sehingga hal tersebut menyebabkan pelaku usaha sektor kuliner tidak mendaftarkan merek produk yang dihasilkannya. Pada umumnya pelaku usaha sektor kuliner masih bingung dengan proses atau prosedur pendaftaran hak merek produknya.¹²

Selain itu, para pelaku usaha sektor kuliner mengaggap pendaftaran merek bukanlah hal yang utama, sebab selama para konsumen mampu mengenali produknya dengan baik dan proses perdagangan pelaku usaha sektor kuliner tetap terjaga dengan baik. Maka hal ini dirasa sudah cukup tanpa harus mendaftarkan merek produknya.

b. Kurangnya penyuluhan dan sosialisasi

Pemerintah Daerah Kota Bogor belum mampu mengadakan suatu penyuluhan secara rutin dan berkelanjutan, sehingga pelaku usaha sektor kuliner tidak mendapatkan informasi terkait dengan pendaftaran dan perlindungan merek. Keadaan ini akan memberikan penafsiran yang keliru terhadap peranan perlindungan merek dalam memberikan perlindungan bagi produk-produk pelaku usaha sektor kuliner.

c. Biaya pendaftaran merek yang mahal

Biaya pendaftaran HKI khususnya tentang merek memang memerlukan dana yang tidak sedikit. Pelaku usaha sektor kuliner khawatir akan terkena biaya yang cukup mahal, sebab pada umumnya pelaku usaha sektor kuliner ini tidak mengetahui secara pasti berapa besaran jumlah biaya yang harus dikeluarkan untuk mendaftarkan mereknya tersebut.

d. Terbatasnya jumlah anggaran dan tenaga ahli dalam bidang HKI

Kekurangan dalam hal ini disebabkan karena terbatasnya anggaran serta belum memadainya tenaga ahli HKI terutama di bidang merek. Kurangnya sosialisasi pendaftaran merek ini menyebabkan tidak sampainya informasi yang tepat, akurat dan jelas mengenai pentingnya hak merek kepada pelaku usaha sektor kuliner.

Adapun langkah mengatasi hambatan dalam pendaftaran merek dapat dilakukan oleh para pelaku usaha sektor kuliner dan pemerintah. Beberapa diantaranya yaitu mengikuti berbagai penyuluhan dan sosialisasi tentang HKI, kemudian membuat nama merek yang lebih kreatif, mengecek merek yang telah terdaftar terlebih dahulu melalui *website* Dirjen HKI apabila hendak mengajukan permohonan pendaftaran merek. Sedangkan upaya yang dapat dilakukan pemerintah yaitu mengadakan penyuluhan dan

¹¹Rana Fanindya Putri Murad, Indarti Komala Dewi, dan Janthy Trilusianthy Hidayat, *Implementasi Konsep Kota Kreatif di Kota Bogor*, Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Sekolah Perencanaan Indonesia (ASPI), 2021, Hlm. 69

¹²Khoirul Hidayah, *Op.cit*, Hlm. 35

sosialisasi, serta memberikan fasilitas pembiayaan untuk pendaftaran merek.

Oleh sebab itu, perlu adanya koordinasi antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dalam rangka penerapan pendaftaran Merek dan Indikasi Geografis, yaitu dengan melakukan langkah-langkah sosialisasi/penyuluhan dan pelatihan bagi para pelaku usaha sektor kuliner dalam mendaftarkan mereknya. Penggunaan merek dapat pula mencegah pihak-pihak lain yang melakukan pemasaran produk sejenis dengan menggunakan merek yang sama sehingga dapat membingungkan konsumen. Pendaftaran suatu merek merupakan hal yang sangat penting agar merek tidak dimanfaatkan oleh pihak lain yang menggunakan merek yang sama dan memasarkan produk sejenis. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5

Pelaku Usaha Sektor Kuliner untuk Jasa Yang Belum Memiliki Pendaftaran Merek

NO	NAMA MEREK	PERLINDUNGAN JASA	LOKASI
1	Uttara Restaurant	Restoran	Jl. KS Tubun No.22, Kota Bogor
2	Capstone Resto	Restoran	Jl. Sancang Nomor 2, Bogor
3	Love Garden Resto & Cafe	Restoran	Jl. Veteran Nomor 66, Kota Bogor
4	Pawon Steak, Pizza & Soup	Restoran	Jl. Malabar Nomor 2, Kel. Babakan, Kota Bogor
5	Weekend. ers	Restoran	Jl. Pajajaran Indah No.1, Kota Bogor

Sumber: <https://www.dgip.go.id>

Pelaku Usaha Sektor Kuliner tersebut memiliki potensi perlindungan hak atas Mereknya, karena usaha nya telah beroperasi dan cukup diminati

konsumen, sehingga penggunaan nama mereknya perlu untuk segera didaftarkan ke Direktorat Merek dan Indikasi Geografis, agar mendapatkan kepastian dan perlindungan hukum.

2. Upaya Perlindungan Hukum Atas Merek.

Keberadaan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 diharapkan bisa menjadi salah satu cara pemerintah dalam melindungi usaha pelaku usaha sektor kuliner melalui perlindungan kekayaan intelektual berupa Merek. Dengan adanya pengakuan Merek yang diberikan kepada pelaku usaha sektor kuliner maka industri besar ataupun para pelaku usaha yang memiliki itikad tidak baik, tidak serta merta dapat mengambil kekayaan intelektual milik pelaku usaha sektor kuliner karena kepemilikan Merek yang terdaftar diakui dan dilindungi oleh pemerintah.

Upaya perlindungan hukum terhadap merek pelaku usaha sektor kuliner di Indonesia dilakukan dengan cara meningkatkan pelaku usaha sektor kuliner untuk mendaftarkan mereknya. Hal ini dikarenakan pelaku usaha sektor kuliner hanya akan mendapatkan perlindungan hukum merek apabila telah mendaftarkan mereknya. Adapun upaya yang telah dilakukan selama ini yakni dengan cara:

- a. Biaya registrasi merek ekonomi kreatif yang lebih murah dibandingkan dengan pelaku usaha umum.
- b. Dirjen KI memberikan perlakuan khusus bagi industri ekonomi kreatif dalam mendukung industri ekonomi kreatif untuk mendaftarkan merek yakni dengan memberikan perbedaan harga registrasi yang lebih murah dibandingkan dengan pelaku usaha umum.
- c. Kerjasama antara Ditjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM.

Tujuan diadakan kerjasama antara Departemen Hukum dan HAM RI dengan Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah adalah:¹³

- 1) Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta pemanfaatan sistim HKI khususnya merek dagang dikalangan pelaku ekonomi kreatif.
 - 2) Mewujudkan ekonomi kreatif berorientasi HKI khususnya Hak Merek, memiliki kualitas dan daya saing yang tinggi dalam persaingan global.
 - 3) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang sinergis dan produktif antara para pihak dalam mengembangkan ekonomi kreatif dan memberdayakan sistim Hak Kekayaan Intelektual (HKI) nasional.
- d. Pemberian Intensif Pembiayaan Pendaftaran Merek Ekonomi Kreatif

Adapun ruang lingkup pemberian insentif merek mencakup pengajuan permohonan pendaftaran merek untuk maksimal 3 (tiga) macam barang/jasa dalam 1 kelas setiap permohonannya. Pemberian insentif ditujukan bagi ekonomi kreatif dengan persyaratan:¹⁴

- 1) Membawa surat pernyataan yang menyatakan sebagai ekonomi kreatif yang dibubuhi materai secukupnya
- 2) Syarat permohonan pengajuan pendaftaran berdasarkan undang-undang merek, yaitu: mengisi formulir dalam bahasa Indonesia, *Foto copy* KTP (3 lembar), Akta Badan Hukum/TBN (2 rangkap dilegalisasi oleh Notaris), Contoh etiket merek ukuran minimal 2x2

cm, maksimal 9x9 cm (28 helai), Surat pernyataan disertai materai.

- 3) Belum pernah mendapat bantuan atau insentif dari pihak manapun.
 - 4) Karya yang dihasilkan memenuhi kriteria perlindungan hak kekayaan intelektual dan berguna bagi masyarakat.
 - 5) Pengantar yang berasal dari Kanwil Kemenkum HAM, jika pengajuan permohonan melalui Kanwil Kemenkum HAM.
 - 6) Surat Rekomendasi yang berasal dari Kementerian atau Dinas jika berasal dari Kementerian atau Dinas.
- e. Pendaftaran Merek Kolektif Industri Ekonomi Kreatif.

Di Indonesia, merek kolektif diatur dalam Pasal 46 sampai dengan Pasal 51 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan penggunaan merek kolektif adalah untuk menyederhanakan penyelesaian permintaan pendaftaran. Misalnya, jika sepuluh pengusaha masing-masing memproduksi jenis barang atau jasa, maka mereka harus mengajukan permintaan pendaftaran untuk melindungi setiap barang atau jasa yang dimaksud. Padahal masing-masing barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan tersebut mempunyai karakteristik yang sama, maka dalam hal tersebut dimungkinkan untuk menggunakan satu merek saja. Terhadap semua jenis barang atau jasa, cukup diajukan satu permintaan pendaftaran merek untuk mereka gunakan secara kolektif. Dengan demikian, para pengusaha khususnya pelaku ekonomi kreatif dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga untuk memproses permintaan pendaftaran merek.¹⁵

¹³Andrew Betlehn, dan Prisca Oktaviani Samosir, *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia*, Law & Jurnal Justice, Volume 3, Nomor 1, April 2018, Hlm. 40

¹⁴*Ibid*, Hlm. 41

¹⁵M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, Tanpa Tahun, Hlm. 604

Bentuk upaya dalam menghadirkan perlindungan merek terhadap industri ekonomi kreatif adalah dengan mendaftarkan merek ekonomi kreatif khususnya pada sub sektor kuliner. Sehingga, dikarenakan kriteria pelaku usaha industri ekonomi kreatif memiliki keterbatasan baik dari modal, aset maupun hasil penjualan tahunan jika dibandingkan dengan pelaku usaha pada umumnya, oleh karenanya pemerintah memberikan kemudahan bagi pelaku industri ekonomi kreatif untuk mendaftarkan merek, yaitu melalui kebijakan biaya registrasi merek ekonomi kreatif yang lebih murah dibandingkan merek pelaku usaha pada umumnya, melakukan kerjasama antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, memberikan insentif pembiayaan pendaftaran merek ekonomi kreatif, serta pendaftaran merek kolektif industri ekonomi kreatif.

Oleh karena itu perlindungan hukum atas merek menjadi sangat penting supaya ke depannya tidak disalah digunakan oleh pihak lain seperti memalsukan, meniru yang dapat menciptakan persaingan dagang tidak sehat dan akhirnya memberi kerugian pada pemilik merek. Dirjen KI mengungkapkan bahwa pendaftaran merek berfungsi sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas Merek yang didaftarkan, sebagai dasar penolakan terhadap Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenisnya, dan juga berfungsi sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai Merek yang sama keseluruhan atau pada pokoknya dalam peredaran untuk barang atau jasa sejenis.¹⁶

KESIMPULAN

Potensi perlindungan hukum atas merek bagi pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu terdiri dari Perlindungan hukum preventif yang merupakan perlindungan sebelum terjadi pelanggaran hukum terhadap merek dan perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum terhadap merek apabila terjadi pelanggaran hak atas merek. Pendaftaran Merek sangat penting, mengingat hak atas merek sebagai hak eksklusif bagi pemilik merek timbul dari adanya pendaftaran. Jadi pemegang merek baru akan diakui atas kepemilikan mereknya apabila merek tersebut sudah di daftarkan.

Hambatan Perlindungan Hukum atas Merek bagi Pelaku Usaha Sektor Kuliner di Kota Bogor adalah kurangnya pemahaman pelaku usaha sektor kuliner mengenai merek dan prosedur pendaftarannya, kurangnya penyuluhan dan sosialisasi, biaya pendaftaran merek yang mahal, serta terbatasnya jumlah anggaran dan tenaga ahli dalam bidang HKI. Adapun Upaya mengatasi hambatan dalam pendaftaran merek dapat dilakukan oleh para pelaku usaha sektor kuliner dan pemerintah, yakni antara lain para pelaku usaha mengikuti berbagai penyuluhan dan sosialisasi tentang HKI, kemudian membuat nama merek yang lebih kreatif, mengecek merek yang telah terdaftar terlebih dahulu melalui website Dirjen HKI apabila hendak mengajukan permohonan pendaftaran merek. Sedangkan upaya yang dapat dilakukan pemerintah yaitu mengadakan penyuluhan dan sosialisasi, serta memberikan fasilitas pembiayaan untuk pendaftaran merek. Upaya perlindungan hukum atas merek bagi pelaku usaha sektor kuliner di Kota Bogor yaitu melalui kebijakan biaya registrasi merek ekonomi kreatif yang lebih murah dibandingkan merek pelaku usaha pada umumnya, melakukan kerjasama antara Dirjen KI

¹⁶Asti Wulan Adaninggar, Hendro Saptono, dan Kholis Roisah, *Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terkait Hak Kekayaan Intelektual Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean*, Law Journal, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016, Hlm. 39

Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, memberikan insentif pembiayaan pendaftaran merek ekonomi kreatif, serta pendaftaran merek kolektif industri ekonomi kreatif.

SARAN

Saran-saran yang dapat disampaikan pada penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Terhadap Potensi Perlindungan Hukum atas Merek bagi Pelaku Usaha Sektor Kuliner di Kota Bogor, sebaiknya Pemerintah baik pada tingkat pusat maupun daerah melakukan pengawasan secara intensif kepada para pelaku usaha, khususnya pada sektor kuliner agar dapat mengetahui secara pasti jumlah pelaku usaha sektor kuliner yang belum mendaftarkan mereknya, sebab selama ini belum ada data pasti terkait dengan jumlah pelaku usaha sektor kuliner di Kota Bogor, hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran-pelanggaran yang mungkin terjadi, sehingga dapat di deteksi sejak dini. Mengingat hak atas merek sebagai hak eksklusif bagi pemilik merek timbul dari adanya pendaftaran.
2. Terhadap Hambatan dibutuhkan kerjasama dengan berbagai pihak dan/atau pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam mengatasi berbagai hambatan yang selama ini dihadapi oleh pelaku usaha sektor kuliner di Kota Bogor dalam memperoleh perlindungan atas merek. Sehingga upaya-upaya yang dilakukan dalam mengatasi berbagai hambatan yang dihadapi selama ini dapat ditingkatkan lagi dan diharapkan dapat berjalan secara efisien dan efektif serta Upaya perlindungan hukum atas merek kepada pelaku usaha sektor kuliner di Kota Bogor, pemerintah melalui Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM semestinya membuat suatu kebijakan yang dapat meringankan

beban pelaku usaha sektor kuliner dalam mengembangkan usahanya, pemerintah diharapkan dapat memberikan kemudahan terkait dengan perlindungan hukum atas kegiatan usahanya melalui merek, sebab selain merek yang harus di daftarkan oleh pelaku usaha sektor kuliner masih terdapat perizinan lain yang perlu diproses seperti, Label halal pada produk kemasan, Izin dari BPOM, dan perizinan-perizinan lainnya yang berkaitan dengan sektor usaha kuliner ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 2011
- Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010
- C.S.T Kansil, Engelian R Palandeng dan Godlieb N Mamahit, *Kamus Istilah Hukum*, Jakarta, 2009
- Departemen Statistika IPB, *Analisis Ekonomi Kreatif Kota Depok Tahun 2020*, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok, Depok, 2021
- Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Malang, 2017
- M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, Tanpa Tahun
- Parel Naibaho, *Ekonomi Kreatif Pelatihan dan Pengembangan Produk*, Fakultas Ekonomi Universitas Mpu Tantular, Tanpa Tahun
- Rahmi Jened, *Hukum Merek (Trademark Law) : Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Kencana, Jakarta, 2017
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006
- Soentandyo Winjosoebroto, *Dari Hukum Kolonial ke Hukum Nasional, Dinamika Sosial Politik Dalam Perkembangan Hukum di Indonesia*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, Tanpa Tahun
- Theresia A, et.al, *Pembangunan Berbasis Masyarakat*, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2014
- Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*, Penerbit Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Jakarta, 2020
- Tim Penyusun, *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif di Wilayah Jawa Barat*, Badan Ekonomi Kreatif, 2019
- Yusran Isnaini, *Buku Pintar HAKI*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010

Jurnal:

- Andrew Betlehn, dan Prisca Oktaviani Samosir, *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia*, Law & Jurnal Justice, Volume 3, Nomor 1, April 2018
- Arfi Dyah Chatarina, *Perlindungan Pemilik Merek Pertama Pada Sistem Konstitutif*, Jurnal Hukum dan Dinamika Masyarakat, Edisi 16, Volume (2), 2019
- Asti Wulan Adaninggar, Hendro Saptono, dan Kholis Roisah, *Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terkait Hak Kekayaan Intelektual Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean*, Law Journal, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016
- Bunga Vergia Rakhmah, Jeni Susyanti dan Agus Salim, *Analisa Bisnis Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kabupaten Malang)*, e-jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, Tanpa Tahun
- Endeh Suhartini, (et.al), *Legal Politics and Policy Setting of Wage Systems for Creating Social Justice of Workers*, Journal of Legal Ethical and Regulatory Issues, Volume 22, Issue 6, 2019
- Endeh Suhartini, *Legal Political Perspective Wage System to Realize Social Justice*, Journal of Morality and Legal Culture (JMLC), 1 (2), 2020
- Ghalib Agfa Polnaya dan Darwanto, *Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 22 (1): 1-10, 2015
- Nurwati, *Perlindungan Kreditur Dalam Eksekusi Jaminan Fidusia Pada Kredit Kedaraan Bermotor*, Jurnal Hukum De'rechtsstaat, Volume 1 Nomor 1 Maret 2015

Rana Fanindya Putri Murad, Indarti Komala Dewi, dan Janthy Trilusianthy Hidayat, *Implementasi Konsep Kota Kreatif di Kota Bogor*, Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Sekolah Perencanaan Indonesia (ASPI), 2021, Hlm. 69

T.N. Syamsah dan J. Jopie Gilalo, *Upaya Menjamin Pelaksanaan Persaingan Usaha Yang Sehat*, Jurnal Hukum *De'rechtsstaat* Vol 1 Nomor 1, Maret 2015

Internet:

Humas Setda Kota Bogor, Wali Kota Bogor Segera Terbitkan SK Forum Ekonomi Kreatif, <https://kreasijabar.id/article/wali-kota-bogor-segera-terbitkan-sk-for-um-ekonomi-kreatif> diakses pada tanggal 2 Juli 2023 Pukul 21.45 WIB

Badan Ekonomi Kreatif, *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif* <http://www.kememparekraf.go.id> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 21. 45 WIB