

**ANALISIS KESADARAN HUKUM PEMILIK USAHA COFFEE SHOP DI
KOTA SERANG TERHADAP PENDAFTARAN MEREK
ANALYSIS OF THE LEGAL AWARENESS COFFEE SHOP BUSINESS
OWNERS IN THE CITY OF SERANG AGAINST TRADEMARK
REGISTRATION**

Siti Shefiani dan Fuqoha

Fakultas Hukum Universitas Serang Raya

Korespondensi Penulis : sitishefiani@gmail.com

Citation Structure Recommendation :

Shefiani, Siti dan Fuqoha. *Analisis Kesadaran Hukum Pemilik Usaha Coffee Shop di Kota Serang terhadap Pendaftaran Merek*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.6. No.4 (2025).

ABSTRAK

Coffee shop merupakan salah satu tempat yang sedang digemari di semua kalangan, khususnya di kalangan remaja sehingga tempat ini tidak pernah sepi peminat. Meskipun banyak pengusaha yang telah menyadari pentingnya pendaftaran merek, masih ada sebagian yang belum memahami sepenuhnya akan hal ini, termasuk di kalangan pengusaha *coffee shop*. Hal ini menjadi salah satu upaya bagi para pesaing untuk melakukan persaingan bisnis tidak sehatnya. Maka diperlukan upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pendaftaran merek, menyederhanakan prosedur pendaftaran serta menyediakan konsultasi bagi para pengusaha yang ingin mendaftarkan mereknya..

Kata Kunci: *Coffee Shop, Merek, Perlindungan Hukum*

ABSTRACT

Coffee shop is one of the places that is in vogue in all circles, especially among teenagers so that this place is never empty of enthusiasts. Although many entrepreneurs have realized the importance of trademark registration, there are still some who do not fully understand this, including among coffee shop entrepreneurs. This is one of the efforts for competitors to conduct unfair business competition. It is therefore necessary to conduct socialization and education on the importance of trademark registration, simplify registration procedures and provide consultations for entrepreneurs who want to register their trademarks.

Keywords: *Coffee Shop, Legal Protection, Trademark*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan gaya hidup dan budaya di Kota Serang sangat mempengaruhi kegiatan sehari-hari, banyak masyarakat yang sering menghabiskan waktu luangnya seperti pergi ke tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan tempat bersantai.¹ *Coffee shop* merupakan salah satu tempat yang sedang digemari di semua kalangan, khususnya di kalangan remaja sehingga tempat ini tidak pernah sepi peminat. Dahulu *coffee shop* hanya dikenal hanya sebagai tempat yang menjual kopi saja. Namun seiring berjalannya waktu, tempat ini telah bertransformasi menjadi lebih beragam menawarkan berbagai jenis kopi dan makanan.

Tidak hanya menjadi tempat bersantai, *coffee shop* kini juga berfungsi sebagai tempat untuk melakukan kegiatan pekerjaan yang dapat dilakukan di luar kantor, dikarenakan selain menjual makanan dan minuman *coffee shop* juga menjual suasana dengan menyediakan beberapa fasilitas dengan disediakannya *live music* dan internet gratis yang dapat diakses oleh pelanggan.

Seiring dengan perkembangan *coffee shop* yang kini menjadi suatu usaha yang erat kaitannya dengan gaya hidup, maka *coffee shop* saat ini mengalami kemajuan yang signifikan dengan banyaknya bisnis *coffee shop* yang bermunculan. Hal ini tentunya dapat menjadi ancaman bagi para pelaku usaha di bidang tersebut. Maka dari itu, pengusaha perlu menerapkan strategi yang efektif untuk dapat lebih menarik minat para pelanggan, salah satunya dengan membangun kesadaran merek *coffee shop* tersebut agar dapat dikenal oleh banyak orang.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek dapat diartikan sebagai tanda yang dapat digunakan untuk membedakan barang dan atau jasa yang dibuat oleh perorangan atau badan hukum dalam suatu kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Pembeda ini dapat berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, suara, hologram, atau campuran dari kedua atau lebih elemen tersebut.² Sebuah merek dapat dikatakan menguntungkan bagi pengusaha apabila merek tersebut telah terdaftar, karena mendapatkan perlindungan hukum.

¹ Dame Afrina Sihombing dan Ellys Walvinson, *Pengaruh Loyalitas Merek Coffee Shop di Kota Batam*, Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia, Vol.3, No.2 (Agustus 2021).

² Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.

C.S.T. Kansil berpendapat bahwa perlindungan hukum dapat diartikan sebagai berbagai langkah hukum yang wajib diambil oleh aparat penegak hukum untuk menjamin rasa aman individu, baik secara mental maupun fisik, dari berbagai bentuk gangguan dan ancaman yang dapat berasal dari pihak mana pun. Konsep perlindungan hukum ini memiliki sifat universal dalam kerangka negara hukum.³

Fenomena ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya pendaftaran suatu merek bagi sebuah usaha, karena langkah ini dapat mencegah terjadinya beragam masalah seperti sengketa, peniruan, pemalsuan, serta penyalahgunaan suatu merek usaha tersebut. Jika hal-hal tersebut terjadi dampaknya bisa sangat merugikan dan berdampak negatif pada keberlangsungan usaha. Maka dari itu, sangat penting bagi pengusaha untuk memiliki kesadaran hukum yang tinggi untuk mendaftarkan merek yang mereka miliki ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI).

Dalam proses pendaftaran merek, pengusaha atau pemilik yang mengajukan untuk pertama kali pendaftaran yaitu yang berhak atas merek tersebut dan memperoleh hak untuk menggunakannya. Dalam sistem konstitutif, yang dikenal dengan prinsip "*first to file*", yaitu sebuah hak atas merek yang diperoleh melalui proses pendaftaran. Ini menyiratkan bahwa hak atas suatu merek eksklusif dapat diberikan apabila proses pendaftaran selesai. Di sisi lain, sistem deklaratif yang diacu melalui prinsip "*first to use*", lebih menekankan pada penggunaan pertama. Dalam kasus khusus ini, siapa pun yang memanfaatkan merek pertama berhak atas merek berdasarkan hukum, bahkan jika perusahaan belum mendaftarkan merek yang sama tersebut. Dengan demikian, hak atas suatu merek ini berasal dari penggunaan pertama dan bukan dari pendaftaran apa pun.⁴

Di Indonesia, perlindungan merek didasarkan pada sistem pendaftaran yang bersifat konstitutif, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 21 undang-undang tersebut

³ F. X. Ary Setiawan, Vicka Prama Wulandari, dan Yolita Elgeriza Agustin, *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Pada Bisnis Coffee Shop Yang Dimiliki Lebih Dari 1 Orang (Hak Merek Nvrlnd Atau Neverland Indonesia)*, Vol.6, No.4 (Juni 2024), p.11051–59.

⁴ T. Fairuz Jasmine, *Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) (STUDI PUTUSAN NOMOR 646 K/Pst.Sus-HKI/2021)*, Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum, Vol.2, No.20 (Juni 2021), p.644–52.

menyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek akan ditolak apabila terdapat persamaan dengan merek yang telah terlebih dahulu didaftarkan atau diajukan oleh pihak lain untuk jenis barang dan/atau jasa yang sejenis. Oleh karena itu, pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran merek akan memperoleh hak eksklusif atas perlindungan merek tersebut. Sebuah merek akan mendapatkan perlindungan hukum setelah dilakukan pendaftaran di instansi yang berwenang. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia berhak menerima pendaftaran suatu merek dalam bahasa Indonesia, baik secara manual maupun elektronik.

Kesadaran hukum adalah pemahaman atau nilai yang terdapat dalam diri individu tentang aturan yang berlaku atau yang sepatutnya ada. Menurut Sudikno Mertokusumo, sadar hukum mencerminkan tindakan yang diharapkan dilakukan serta sebaiknya dihindari. Kesadaran ini mencakup elemen-elemen aturan dan prinsip-prinsip sosial, yang dianggap sebagai faktor penting dalam memengaruhi hubungan antara etika dan perilaku manusia dalam bermasyarakat.⁵ Sementara itu, Purbacaraka dan Soekanto mendefinisikan sadar hukum sebagai "keyakinan atau kefahaman akan kedamaian dalam pergaulan hidup sosial yang menjadi dasar bagi aturan dan keputusan". Mereka menegaskan bahwa kesadaran hukum merupakan wadah bagi jalinan hukum yang tertanam dalam batin manusia. Kedua definisi tersebut secara jelas menunjukkan bahwa kesadaran hukum bukan hanya sekadar pengertian dan pengetahuan, tetapi lebih ditekankan pada sikap dan kepribadian dalam mewujudkan perilaku yang sadar hukum.⁶

Dalam hal ini perlindungan hukum dalam hal pendaftaran suatu merek di Indonesia masih kurang memperoleh perhatian yang cukup. Dikarenakan hal tersebut dapat dilihat dari rendahnya jumlah pengajuan permohonan pendaftaran merek serta tingginya frekuensi sengketa yang terjadi sehubungan dengan merek. Kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang manfaat pendaftaran merek menjadi salah satu alasan rendahnya jumlah pengajuan pendaftaran merek oleh pelaku usaha.

⁵ Muhammad Ali Alladuniah, Rini Fatmala, Yusuf Istanto, *Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Arti Penting Hak Kekayaan Intelektual Terkait Merek Dagang (Studi Di Disnaker Perinkop Dan UKM Kabupaten Kudus)*, Suara Keadilan, Vol.23, No.2 (Januari 2022).

⁶ Inayah Inayah, *Kesadaran Hukum Umkm Terhadap Ketentuan Di Bidang Kekayaan Intelektual*, Law and Justice, Vol.4, No.2 (Oktober 2019).

Banyak dari mereka beranggapan bahwa merek yang tidak didaftarkan tetap dapat digunakan dan dijual, sehingga tidak mempengaruhi pendapatan yang mereka hasilkan di pasaran. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap kesadaran hukum mengenai pendaftaran merek masih minim di kalangan pengusaha. Situasi ini juga berlaku di sektor usaha *coffee shop*. Banyak *coffee shop* yang bermunculan dan telah beroperasi cukup lama, bahkan memiliki pelanggan tetap, tetapi sayangnya mereka tidak memiliki perlindungan hukum terhadap merek yang digunakan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk merumuskan beberapa isu penting yang perlu disampaikan terkait kesadaran hukum mengenai perlindungan merek di kalangan *coffee shop* di Kota Serang. Selain itu penulis ingin menggali bagaimana perlindungan hukum yang dimiliki oleh merek *coffee shop* pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Melalui rumusan ini, penulis bertujuan untuk mengungkap berbagai permasalahan yang ada dan menemukan solusi yang relevan dalam konteks perlindungan merek pada bisnis *coffee shop* yang terus mengalami kemajuan.

B. PEMBAHASAN

1. Analisis Kesadaran Hukum terhadap Pendaftaran Merek oleh Pemilik Usaha *Coffee Shop* di Kota Serang

Kesadaran hukum adalah suatu kesadaran yang berasal dan datang dari individu masing masing tanpa adanya paksaan, tekanan, atau perintah dari pihak lain untuk patuh pada aturan yang berlaku. Kesadaran ini seharusnya berasal dari dalam diri sendiri tanpa campur tangan orang lain. Namun rendahnya kesadaran hukum dalam masyarakat memunculkan beberapa permasalahan dan kerugian, salah satunya adalah dalam dunia bisnis.

Dalam dunia bisnis para pemilik usaha tidak hanya diharuskan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi para konsumen, tetapi juga dituntut harus menghindari kerugian serta masalah yang dapat merugikan terhadap merek yang mereka miliki.⁷ Merek sendiri merupakan alat penting agar menarik konsumen dengan cepat dan berfungsi sebagai identitas bagi usaha tersebut. Namun,

⁷ Sihombing dan Walvinson, *Pengaruh Loyalitas Merek Coffee Shop di Kota Batam*.

kurangnya pemahaman tentang pendaftaran suatu merek menjadi salah satu hambatan bagi sukses nya suatu usaha tersebut.

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh salah satu komunitas pecinta kopi di kota serang, dapat disimpulkan bahwa pada bulan juli tahun 2020 terdapat lebih dari 70 *coffee shop* beroperasi di kota serang⁸ yang kemudian meningkat pada tahun 2022 menjadi 120 *coffee shop*⁹ hingga pada tahun ini diperkirakan sudah ada lebih dari 150 *coffee shop* yang beroperasi di kota serang.

Merujuk pada 4 indikator kesadaran hukum menurut Soerjono Soekanto,¹⁰ berikut adalah beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha:

1. Pengetahuan hukum

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis, pemilik usaha *coffee shop* masih kurang peduli untuk mendaftarkan mereknya karena beranggapan bahwa merek hanyalah suatu simbol atau tanda pengenal yang digunakan dalam usaha tersebut.

2. Pemahaman hukum

Kurangnya pemahaman hukum mengenai pendaftaran merek menjadi salah satu faktor utama yang kuat dikarenakan pemilik usaha beranggapan bahwa mendaftarkan suatu merek memerlukan biaya yang sangat mahal, proses yang dilakukan cukup rumit dan menggunakan waktu yang sangat lama.¹¹

3. Sikap hukum

Pemilik usaha yang tidak melakukan pendaftaran mereknya biasanya memiliki sikap yang acuh terhadap hukum, dikarenakan kurangnya memahami mengenai manfaat hukum.

⁸ Saeful Fachri, Arbi Atmono dan Fari Andi, *Analisis Fishbone Model terhadap Penurunan Tingkat Penjualan Kedai Kopi di Kota Serang*, Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia, Vol.1, No.1 (Januari 2023), p.11–21.

⁹ K. J. Andien dan T. H. Jamain, *Analisis Penerapan Standar Akutansi Keuangan EMKM pada Usaha Coffe Shop di Kota Serang*, Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan, Vol.1, No.1 (Mei 2023), p.14–21.

¹⁰ Abdul Hariss, Nur Fauzia dan Puti Indah Ramaya, *Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM dalam Pendaftaran Merek Dagang di Kemenkumham Kota Jambi*, Wajah Hukum, Vol.7, No.1 (April 2023), p.155.

¹¹ Wawancara dengan Pemilik Usaha Coffe Shop yang berlokasi di Kota Serang, Serang, Mei 2025.

4. Pola perilaku hukum

Pola perilaku hukum pelaku usaha yang tidak mendaftarkan mereknya menunjukkan rendahnya kesadaran hukum dalam tindakan nyata dikarenakan tidak mematuhi ketentuan hukum mengenai merek khususnya dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, tidak melindungi hak atas nama usahanya dan mengabaikan akibat hukum yang mungkin akan timbul.

Maka dibutuhkan kesadaran yang tinggi bagi pemilik usaha agar secepatnya untuk mendaftarkan merek yang mereka miliki ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Selain itu pemerintah juga berperan dalam meningkatkan kesadaran hukum ini, dengan melakukan beberapa cara agar para pengusaha termotivasi dan sadar betapa pentingnya melakukan pendaftaran merek hingga mereka segera mendaftarkan mereknya. Adapun upaya yang memungkinkan untuk diterapkan adalah dengan cara melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pendaftaran merek, menyederhanakan prosedur pendaftaran serta menyediakan konsultasi bagi para pengusaha yang ingin mendaftarkan mereknya.

Dalam upaya meningkatkan kesadaran terhadap pendaftaran merek, pemerintah melakukan kegiatan pengenalan pentingnya pendaftaran merek dalam bentuk sosialisasi yang berfokus kepada masyarakat dimulai dari di daerah desa sampai di kota-kota besar. Kegiatan ini rutin dilakukan setiap tahun yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mendaftarkan suatu merek dan mematahkan pemikiran bahwa mendaftarkan suatu merek perlu melalui hal hal yang sulit dan membutuhkan waktu yang sangat lama.¹²

Selain berfokus dalam melakukan peningkatan pendaftaran hak merek, pemerintah juga telah melakukan langkah langkah untuk meningkatkan pemanfaatan Kekayaan Intelektual (KI). Salah satu upayanya adalah dengan menyediakan fasilitas bagi pelaku industri dalam mendaftarkan desain industri, hak cipta, dan desain produk yang kini dapat diakses secara daring yaitu dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja untuk mempermudah pelaku industri.¹³

¹² Wawancara dengan Pejabat Kementerian Hukum Republik Indonesia Kantor Wilayah Banten, Serang, Mei 2025.

¹³ Sulasno Sulasno, *Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan*, Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum, Vol.2, No.2 (Desember 2018), p.173.

Maka dari itu, peningkatan jumlah *coffee shop* yang ada di kota Serang dari tahun ke tahun merupakan suatu pencapaian, namun rendahnya kesadaran hukum bagi para pelaku usaha *coffee shop* juga perlu mendapatkan perhatian. Hal ini dikarenakan rendahnya pemahaman atas manfaat mendaftarkan merek dan beranggapan bahwa mendaftarkan suatu merek usaha menggunakan waktu yang sangat lama dan sangat rumit menjadi salah satu alasan mengapa para pengusaha enggan mendaftarkan mereknya. Hal ini menjadi salah satu upaya bagi para pesaing untuk melakukan persaingan bisnis tidak sehatnya. Maka diperlukan upaya pemerintah yaitu dengan melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pendaftaran merek, menyederhanakan prosedur pendaftaran serta menyediakan konsultasi bagi para pengusaha yang ingin mendaftarkan mereknya.

2. Perlindungan Hukum terhadap Merek Melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Pendaftaran terhadap suatu merek merupakan sebuah instrumen yuridis yang menjamin kepastian dan perlindungan hukum atas hak eksklusif pemilik merek, sebagaimana dibuktikan melalui sertifikat merek. Hanya merek yang memenuhi persyaratan substantif yang dapat didaftarkan, sedangkan permohonan yang diajukan dengan itikad tidak baik, seperti peniruan terhadap suatu merek yang telah dikenal, dapat ditolak. Tanpa proses pendaftaran, perlindungan hukum terhadap merek tidak dapat diberlakukan secara efektif dalam sistem kekayaan intelektual.¹⁴

Dalam praktiknya, minimnya pengetahuan dan rendahnya pemahaman terkait perlindungan merek berdampak signifikan terhadap menurunnya upaya pendaftaran merek, terutama bagi para pemilik usaha *coffee shop*. Hal ini dapat mengakibatkan pemilik merek kehilangan hak untuk menggunakan mereknya sendiri yang semula telah digunakan. Mengingat fakta bahwa untuk menciptakan suatu merek melibatkan waktu, biaya, tenaga dan ide yang sangat terkuras, maka pentingnya perlindungan merek harus diberikan keuntungan karena nilai kemakmuran yang terkandung di dalamnya sangat melimpah. Maka dari itu, semua merek diwajibkan menerima perlindungan yang tepat.¹⁵

¹⁴ Muthia Septarina, dan Salamiah, *Upaya Perlindungan Hukum terhadap Pelanggaran Merek Terkenal yang Tidak Terdaftar di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Al Adl' Jurnal Hukum, Vol.12, No.1 (Januari 2020).

¹⁵ Dipa Syamsiar Perkasa, dkk, *Perlindungan Hukum Atas Merek Tidak Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016*, Notarius, Vol.17, No.3 (2024), p.2127–42.

Perlindungan atas sebuah merek dapat diperoleh melalui dua sistem, yaitu melalui sistem deklaratif dan sistem konstitutif. Sistem deklaratif telah dijelaskan melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Ada pula sistem konstitutif diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, yang selanjutnya mengalami pembaruan menjadi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dan selanjutnya diperbaharui kembali menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang sampai saat ini berlaku di Indonesia.

Dalam penerapan prinsip "*first to file*" yang dinyatakan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang menjelaskan bahwa "hak atas sebuah merek diperoleh jika merek tersebut telah terdaftar". Pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran merek memiliki hak atas suatu merek tersebut dan diakui secara hukum sebagai pemilik yang sah, tanpa mempertimbangkan apakah merek tersebut telah digunakan atau belum. Pada prinsip *first to file* menyatakan bahwa pendaftaran suatu merek akan diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mengajukan permohonan, sepanjang pendaftaran yang dilakukan dengan itikad baik dan berdasarkan asas kejujuran untuk kepentingan usaha.¹⁶

Apabila suatu merek telah memperoleh status sebagai merek terkenal, maka merek tersebut memerlukan perlindungan hukum yang memadai guna mencegah adanya upaya peniruan atau pemanfaatan yang tidak sah oleh pihak lain. Dalam praktiknya, terdapat kecenderungan penyalahgunaan merek dengan tujuan mengeksploitasi reputasi suatu merek tertentu. Tidak jarang, perusahaan mendaftarkan merek yang menyerupai merek terkenal untuk menarik perhatian konsumen. Tindakan tersebut termasuk dalam kategori pendaftaran merek dengan itikad tidak baik. Hal ini sering dijumpai dan sering terjadi di kota-kota besar maupun daerah terpencil, sehingga diperlukannya pengawasan yang sangat ketat dari pihak pemerintah untuk mengurangi dan mencegah hal tersebut terulang kembali.¹⁷

¹⁶ Salsabilla Cahyadi Indira Putri, *Prinsip First To File dalam Pendaftaran Merek Dagang di Indonesia*, Lex Privatum, Vol.11, No.4 (Mei 2023), p.1–8.

¹⁷ Nadia Irvan, Rorry Jeff Akywen dan Agustina Balik, *Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar dalam Maupun di Luar Negeri, Menjadikan Peran Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) Pencegahan Terhadap Persaingan Usaha Tidak Wajar Ataupun Unfair Competition*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol.1, No.12 (Februari 2022), p.1230-1242.

Undang-Undang Merek mengatur dua bentuk perlindungan hukum bagi pemilik suatu merek yang belum terdaftar, yaitu perlindungan dalam bentuk preventif dan represif. Perlindungan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap suatu hak atas merek, termasuk merek terkenal, sebelum timbulnya tindakan melawan hukum. Ketentuan ini memberikan kesempatan bagi pemilik merek untuk mengajukan pendaftaran secara sah dan beritikad baik melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Selain itu, pihak yang berkepentingan dapat mengajukan keberatan sebelum keputusan administratif ditetapkan secara final, sebagai upaya mitigasi terhadap potensi sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat penting untuk langkah -langkah negara berdasarkan kebebasan bertindak. Advokasi kebijakan pemerintah tentang perlindungan hukum preventif diperlukan untuk melakukan tuntutan hukum yang signifikan, mengingat tidak adanya peraturan spesifik untuk perlindungan tersebut.

Di sisi lain, perlindungan hukum represif berfungsi untuk melindungi pemilik merek ketika terjadi pelanggaran atau tindak pidana yang akan berkaitan dengan hak atas merek tersebut. Perlindungan ini bisa dilakukan dengan mengajukan gugatan perdata untuk membatalkan merek yang telah terdaftar. Selain itu, dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, terdapat juga mekanisme hukum yang dapat digunakan untuk merek yang tidak terdaftar, jika terjadi pelanggaran yang diatur dalam Pasal 20 dan 21. Gugatan ini bertujuan untuk mengakhiri hak atas suatu merek terdaftar yang telah melanggar hak pemilik merek yang belum terdaftar, dengan syarat bahwa pemilik merek tersebut telah mengajukan permohonan pendaftaran mereknya kepada DJKI.

Selain itu dalam ranah hukum perdata, pemilik hak merek dagang yang sah diberikan perlindungan hukum yang sesuai dalam konteks sistem hukum merek dagang. Pemegang hak merek dagang memiliki kemampuan melakukan tindakan hukum jika terjadi pelanggaran hak merek dagang yang dipegang oleh entitas yang berbeda. Tindakan hukum ini bertujuan untuk mendapatkan ganti rugi dan untuk mencegah setiap kegiatan yang menggunakan merek yang melanggar hak-hak tersebut. Tindakan hukum ini diajukan di pengadilan niaga dan harus memuat identitas lengkap pemohon, termasuk nama dan alamat pengacara jika ada. Selain itu, pernyataan tersebut harus memasukkan warna, komponen warna dan memberikan rincian seperti nama negara dan tanggal aplikasi merek dagang,

bersama dengan deskripsi barang atau jasa yang relevan. Permintaan juga harus menyertakan label merek dan bukti pembayaran untuk biaya yang berlaku. Adapula berbagai bentuk sanksi dapat diberlakukan terhadap mereka yang melakukan pelanggaran merek selain hukuman yang diuraikan dalam Undang-Undang Merek yaitu:

1. Sanksi dalam Hukum Perdata: Pelanggaran hak merek dapat digugat atas dasar perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata), yang dikarenakan pihak lain melakukan perbuatan salahnya sehingga menimbulkan kerugian pada orang lain dan harus mengganti kerugian tersebut. Penggugat perlu menunjukkan bahwa tergugat, dengan melakukan perbuatan melawan hukum, mengakibatkan kerugian tersebut.¹⁸
2. Sanksi dalam Hukum Pidana: Melanggar hak merek juga dapat menyebabkan konsekuensi pidana. Pembatasan persaingan tidak sehat dianggap ilegal, dan merupakan tindakan kriminal menurut Pasal 382 KUHP. Pelanggaran merek dagang juga dapat dipidana berdasarkan ketentuan Pasal 393 ayat (1) KUHP, yang mengatur tentang menjual, menyediakan, dan menyimpan persediaan produk yang menampilkan label yang menipu atau dengan perubahan yang dimaksudkan untuk mengelabui. Kejahatan ini dapat menyebabkan kurungan atau hukuman.¹⁹
3. Sanksi dalam Hukum Administratif Negara: Negara juga memiliki kewenangan administratif untuk melindungi hak-hak pemilik merek dagang. Ini mungkin melibatkan pengawasan oleh otoritas bea cukai, standar dalam industri, transmisi media, dan perusahaan pemasaran. Jika terjadi pelanggaran hak merek dagang, pemerintah dapat menggunakan kekuatannya untuk melindungi pemilik merek dengan menegakkan hukuman administratif.²⁰

¹⁸ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) 1838*, Angewandte Chemie International Edition, Vol.6, No.11 (Maret 2019), p.951-952.

¹⁹ Indonesia, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Indonesia (KUHP) pasal 382 & pasal 393 ayat (1)*.

²⁰ Calista Hans dan Christine S.T. Kansil, *Analisis Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Penggunaan Merek pada Kelas Barang dan Jasa yang Sama*, UNES Law Review, Vol.6, No.2 (Juni 2023).

Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa merek yang dapat didaftarkan merupakan merek yang memenuhi persyaratan tertentu dan tidak semua merek dapat didaftarkan. Begitu sebuah merek didaftarkan, maka pemilik merek akan diakui sebagai pemilik hak merek atas produk atau jasa yang bersangkutan. Merek memberikan perlindungan kepada pemiliknya dari upaya pihak lain untuk menghasilkan uang dengan cara yang tidak adil. Ada beberapa pula bentuk perlindungan hukum bagi merek yang belum terdaftarkan, yaitu seperti perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif. Selain itu untuk melindungi hak atas merek yang sudah didapatkan terdapat pula beberapa jenis sanksi yang dapat diberikan jika terjadi suatu permasalahan terhadap merek tersebut, sanksi yang dapat digunakan yaitu berbentuk sanksi menurut hukum perdata yang mengharuskan melakukan ganti rugi, sanksi menurut hukum pidana yang mengakibatkan hukuman kurungan dan sanksi menurut hukum administrasi negara yang memberlakukan sanksi administratif.

C. PENUTUP

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa rendahnya kesadaran hukum terhadap pendaftaran merek bagi pemilik usaha *coffee shop* perlu diperhatikan. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman atas manfaat mendaftarkan merek dan beranggapan bahwa mendaftarkan suatu merek usaha menggunakan waktu yang sangat lama dan sangat rumit menjadi salah satu alasan mengapa para pelaku usaha enggan mendaftarkan mereknya. Hal ini menjadi salah satu upaya untuk para pesaing agar dapat melakukan persaingan bisnis tidak sehatnya.

Perlindungan atas sebuah merek dapat diperoleh melalui dua sistem, yaitu melalui sistem deklaratif dan sistem konstitutif. Sedangkan dalam prinsip penerapan "*first to file*" yaitu pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran merek memiliki hak atas suatu merek tersebut dan diakui secara hukum sebagai pemilik yang sah, tanpa mempertimbangkan apakah merek tersebut telah digunakan atau belum. Adapula bentuk perlindungan hukum terhadap pemilik suatu merek yang belum terdaftarkan ada yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.

Perlindungan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap suatu hak atas merek, termasuk merek terkenal, sebelum timbulnya tindakan melawan hukum. Ketentuan ini memberikan kesempatan bagi pemilik merek untuk mengajukan pendaftaran secara sah dan beritikad baik, sedangkan perlindungan hukum represif berfungsi untuk melindungi pemilik merek ketika terjadi pelanggaran atau tindak pidana yang akan berkaitan dengan hak atas merek tersebut. Perlindungan ini bisa dilakukan dengan mengajukan gugatan perdata untuk membatalkan merek yang telah terdaftar dan sanksi yang dapat diberlakukan yaitu dapat berbentuk sanksi menurut hukum perdata, sanksi menurut hukum pidana dan sanksi administratif negara yang memiliki cara penyelesaian sanksinya masing masing.

DAFTAR PUSTAKA

Publikasi

- Alladuniah, Muhammad Ali, Rini Fatmala dan Yusuf Istanto. *Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah terhadap Arti Penting Hak Kekayaan Intelektual Terkait Merek Dagang (Studi di Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus)*. Suara Keadilan. Vol.23. No.2 (Januari 2022).
- Andien, K. J. dan T. H. Jamain. *Analisis Penerapan Standar Akutansi Keuangan EMKM pada Usaha Coffe Shop di Kota Serang*. Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan. Vol.1. No.1 (Mei 2023).
- Fachri, Saeful, Arbi Atmono dan Fari Andi. *Analisis Fishbone Model terhadap Penurunan Tingkat Penjualan Kedai Kopi di Kota Serang*. Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia. Vol.1. No.1 (Januari 2023).
- Hans, Calista dan Christine S.T. Kansil. *Analisis Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Penggunaan Merek pada Kelas Barang dan Jasa yang Sama*. UNES Law Review. Vol.6. No.2 (Juni 2023).
- Hariss, Abdul, Nur Fauzia dan Puti Indah Ramaya. *Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM dalam Pendaftaran Merek Dagang di Kemenkumham Kota Jambi*. Wajah Hukum. Vol.7. No.1 (April 2023).
- Inayah, Inayah. *Kesadaran Hukum UMKM terhadap Ketentuan di Bidang Kekayaan Intelektual*. Law and Justice. Vol.4. No.2 (Oktober 2019).
- Irvan, Nadia, Rorry Jeff Akywen dan Agustina Balik. *Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar dalam Maupun di Luar Negeri, Menjadikan Peran Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) Pencegahan terhadap Persaingan Usaha Tidak Wajar Ataupun Unfair Competition*. Jurnal Ilmu Hukum. Vol.1. No.12 (Februari 2022).
- Jasmine, T. Fairuz, *Analisis Hukum terhadap Urgensi Pendaftaran Merek bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Studi Putusan Nomor 646 K/Pst.Sus-HKI/2021)*. Iuris Studia. Vol.2. No.20 (Juni 2021).
- Perkasa, Dipa Syamsiar, dkk.. *Perlindungan Hukum Atas Merek Tidak Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016*. NOTARIUS. Vol.17. No.3 (2024).
- Putri, Salsabilla Cahyadini Indira. *Prinsip First To File dalam Pendaftaran Merek Dagang di Indonesia*. Lex Privatum. Vol.11. No.4 (Mei 2023).
- Septarina, Muthia dan Salamiah. *Upaya Perlindungan Hukum terhadap Pelanggaran Merek Terkenal yang Tidak Terdaftar di Indonesia Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Al Adl' Jurnal Hukum. Vol.12. No.1 (Januari 2020).
- Setiawan, F. X. Ary, Vicka Prama Wulandari dan Yolita Elgeriza Agustin. *Perlindungan Hukum terhadap Hak Merek pada Bisnis Coffee Shop yang Dimiliki Lebih dari 1 Orang (Hak Merek Nvrlnd Atau Neverland Indonesia)*. Vol.6. No.4 (Juni 2024).
- Sihombing, Dame Afrina dan Ellys Walvinson. *Pengaruh Loyalitas Merek Coffee Shop di Kota Batam*. Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia. Vol.3. No.2 (Agustus 2021).
- Subekti, R. dan R. Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) 1838*. Angewandte Chemie International Edition. Vol.6. No.11 (Maret 2019).

Sulasno, Sulasno. *Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan*. Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum. Vol.2. No.2 (Desember 2018).

Sumber Hukum

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHPidana).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Sumber Lain

Wawancara dengan Pejabat Kementerian Hukum Republik Indonesia Kantor Wilayah Banten, Serang, Mei 2025.

Wawancara dengan Pemilik Usaha *Coffee Shop* yang berlokasi di Kota Serang, Serang, Mei 2025.

