

KESADARAN HUKUM PENGUSAHA HOTEL KOTA PADANG DALAM PENDAFTARAN MERK

by #8 Turnitin

Submission date: 13-Nov-2023 11:12AM (UTC+0700)

Submission ID: 2226189308

File name: RAN_HUKUM_PENGUSAHA_HOTEL_KOTA_PADANG_DALAM_PENDAFTARAN_MERK.pdf (655.52K)

Word count: 2496

Character count: 16120

Received: 23/01/2021, Revised: 25/01/2021, Publish: 17/02/2021



KESADARAN HUKUM PENGUSAHA HOTEL KOTA PADANG DALAM PENDAFTARAN MEREK

Dora Tiara¹, Kiki Yulinda²

¹⁾ Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

²⁾ Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Corresponding Author: Dora Tiara¹

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara berkembang perlu mencermati dan memahami dinamika kegiatan ekonomi dan perdagangan guna mengantisipasi permasalahan yang akan muncul demi terciptanya perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual berlandaskan dengan unsur itikad baik serta mempertahankan iklim persaingan usaha sehat. Faktor penyebab rendahnya pendaftaran merek jasa hotel di Kota Padang adalah: a). Proses pendaftaran merek yang dianggap sulit dan berbelit; b). Mahalnya biaya dalam pengurusan merek; c). Lamanya proses terbitnya sertifikat merek atau proses pendaftaran merek yang membutuhkan waktu lama; d). Adanya anggapan pada beberapa pengusaha bahwa tidak adanya manfaat dari pendaftaran merek. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Sumatera Barat untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat khususnya pengusaha Hotel di Kota Padang adalah: a) Melakukan Sosialisasi dan Penyuluhan Merek; b) Mendirikan Kantor Pelayanan Hukum untuk Pendaftaran Merek di tingkat Kabupaten/Kota; dan c) Pendaftaran merek dengan menggunakan jaringan *Internet online*.

Kata kunci: kesadaran hukum, merek

PENDAHULUAN

¹ Perkembangan kegiatan bidang ekonomi dan perdagangan negara-negara di dunia pada dasawarsa belakangan ini didorong oleh pengaruh globalisasi yang menyebabkan sistem informasi, komunikasi dan transportasi jauh lebih maju sehingga produk barang atau jasa dari negara lain akan dengan cepat diperoleh. Kegiatan ekonomi dan perdagangan yang semakin meningkat sebagian juga berasal dari produk-produk kekayaan intelektual seperti karya cipta, merek, paten maupun penemuan-penemuan di bidang teknologi. ³ Merek memiliki kemampuan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain di dalam pasar, baik untuk barang/jasa yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Fungsi merek tidak hanya sekedar untuk membedakan suatu produk dengan produk lain, melainkan juga berfungsi sebagai asset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya untuk merek-merek yang berpredikat terkenal (*well-known marks*).

Upaya pemilik merek untuk mencegah pemakaian mereknya oleh pihak lain merupakan hal yang sangat penting dan sepatutnya dilindungi oleh hukum. Berkaitan dengan perlindungan merek, perdagangan tidak akan berkembang jika merek tidak mendapat perlindungan hukum yang memadai di suatu Negara. Pembajakan atau pelanggaran-pelanggaran merek tentunya tidak hanya merugikan para pengusahanya saja sebagai pemilik atau pemegang hak atas merek tersebut, tetapi juga bagi para konsumen. ² Pengaturan merek juga dimaksudkan sebagai perlindungan kepada masyarakat terutama para konsumen agar mereka tidak keliru dalam mendapatkan suatu barang yang kualitasnya dibawah mutu dari barang asli. Selain itu juga dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap produsen sebagai pemegang hak milik yang sah.

¹ Indonesia sebagai negara berkembang perlu mencermati dan memahami dinamika kegiatan ekonomi dan perdagangan guna mengantisipasi permasalahan yang akan muncul demi terciptanya perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual berlandaskan dengan unsur itikad baik serta mempertahankan iklim persaingan usaha sehat.

⁵ Di Indonesia Hak Kekayaan Intelektual sudah diatur secara Nasional dalam peraturan undang-undang, salah satunya pengaturan tentang merek yaitu dengan dikeluarkannya undang-undang Hak Milik Perindustrian yaitu dalam *Reglement Industriele Eigendom Kolonien Stb* 545 Tahun 1912. Kemudian undang-undang ini diganti dengan Undang-Undang Merek Nomor 21 Tahun 1961. Setelah itu undang-undang Merek terus mengalami revisi berkali-kali diantaranya menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992, Undang-

Undang Nomor 14 Tahun 1997 dan yang terbaru adalah Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Jadi jika dicermati maka bidang Hak Kekayaan Intelektual dimana merek merupakan salah satu bagiannya, di Indonesia sudah mendapat perhatian sejak zaman sebelum Indonesia merdeka.

² Suatu merek akan mendapatkan perlindungan hukum jika didaftarkan pada instansi yang berwenang. Dalam Undang-Undang tentang merek dan indikasi geografis Nomor 20 Tahun 2016, pendaftaran dapat diajukan pada Kementerian Hukum dan HAM secara elektronik atau non-elektronik dalam Bahasa Indonesia. Adapun tata cara dan prosedur untuk mengajukan permintaan pendaftaran merek di Indonesia telah diatur dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. (Dirjen Haki, 2006:06)

¹ Perbuatan meniru merek orang lain yang sudah terdaftar pada Kantor Pendaftaran Merek dalam artian sudah mendapat perlindungan hukum dan digunakan dalam dunia perdagangan adalah merupakan perbuatan yang melanggar Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dikategorikan sebagai tindak pidana dibidang merek. Ketentuan pidana dibidang merek ini merupakan hal yang sangat penting bagi pemilik merek karena dengan demikian pemilik merek mendapat perlindungan hukum.

Merek sering disalahgunakan untuk menumpang ketenaran suatu produk dengan merek tertentu. Banyak pelaku usaha yang mendaftarkan merek sengaja memiripkan dengan merek dagang terkenal sebagai upaya untuk mengelabui konsumen. Misalnya sengketa merek "holiday" antara *Six Continents Hotel vs. Holiday Resort Lombok* milik PT Lombok Seaside. Di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, *Six Continents Hotel* menang. Namun, putusan kasasi MA menyatakan kata "holiday" tidak bisa dipatenkan karena bersifat umum, bukan milik perorangan. Kasus lain perebutan merek tekstil Sritex antara Duniatex Karanganyar dengan PT. Delta Merlin Dunia Tekstil (DMDT/ Duniatex). Kasus merek jam tangan Casio Keisanki Kabushiki Kaisha, pemilik merek jam tangan Edifice Casio, perusahaan asal Jepang. Dia menggugat Casio versi lokal milik pengusaha K Bing Ciptadi dan masih banyak kasus-kasus pendaftaran merek lainnya.

Berdasarkan lembaga pengawasan dari Amerika Serikat USTR (*United States Trade Representative*), Indonesia masuk dalam negara empat besar terkait tingginya angka pembajakan hak kekayaan intelektual di dunia, kerugiannya bisa mencapai

Rp.65.100.000.000.000,00.¹ Tingginya kasus merek di atas menunjukkan bahwa merek mempunyai nilai ekonomis yang tinggi. Produk yang diberi merek merupakan kekayaan immaterial dari perusahaan yang dapat menaikan pendapatan. Hal ini sering dimanfaatkan oleh competitor yang memiliki itikad tidak baik untuk mendompleng, membajak, meniru untuk mengambil keuntungan dengan cara yang singkat.

Harus diakui, Indonesia merupakan surga bagi produk-produk bajakan. Selain pendaftaran yang longgar, penegakan hukum yang lemah juga didukung dengan budaya masyarakat yang memilih menggunakan merek-merek terkenal dengan harga murah. Hal ini juga dikarenakan tingkat ekonomi yang tidak bisa disamakan dengan negara-negara maju yang berimbas pula pada daya beli masyarakat. Banyaknya pendaftaran merek yang secara sengaja menyerupai merek terkenal sering mendapatkan legalisasi dari pemerintah. Sehingga pelaku usaha saling bertarung di pengadilan.

Dengan adanya kasus-kasus ini dan peraturan-peraturan dengan jaminan perlindungan tersebut tidak membuat pengusaha berminat mendaftarkan mereknya secara sah, terutama pada pengusaha-pengusaha jasa. Kebanyakan dari pengusaha jasa tidak mendaftarkan merek perusahaannya, hal ini menyebabkan merek tersebut tidak mendapatkan perlindungan hukum. Sehingga apabila terjadi pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual, pemilik merek tidak bisa membawa kasusnya dalam jalur hukum.

METODE PENELITIAN

1. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif. Yaitu penelitian yang menggambarkan tentang kesadaran hukum pengusaha hotel di Kota Padang Dalam Pendaftaran Merek.

2. Metode Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian hukum dengan pendekatan yuridis normatif didukung pendekatan empiris, yaitu penelitian yang melihat sisi implementasi ketentuan hukum normatif (Undang-Undang) pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam suatu masyarakat dan disertai dengan pengetahuan yang didasarkan atas berbagai fakta yang diperoleh dari hasil penelitian dan observasi.

¹<https://www.liputan6.com/news/read/2527345/pembajakan-hak-intelektual-di-indonesia-masuk-4-besar-dunia>,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Penyebab Rendahnya Kesadaran Hukum Pengusaha Hotel Kota Padang Untuk Mendaftarkan Merek

Dalam upaya memberikan perlindungan hukum terhadap pengusaha di Indonesia dan sejalan dengan itu salah satu perkembangan aktual dan memperoleh perhatian seksama pada saat ini adalah semakin meluasnya arus globalisasi baik di bidang sosial, ekonomi, budaya maupun bidang-bidang kehidupan lainnya. Dengan demikian adanya era perdagangan global hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim usaha yang sehat. Dalam hal inilah merek memegang peranan sangat penting. Untuk memberikan perlindungan itu maka pemerintah telah melakukan usaha-usaha yang salah satunya memberikan kemudahan bagi para pengusaha dalam mendaftarkan merek jasanya agar mereka mempunyai perlindungan hukum terhadap merek jasa yang dimilikinya.

Salah satu usaha Pemerintah tersebut adalah merevisi Undang-Undang merek yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Namun demikian dalam hal pendaftaran merek inilah belum semaksimal yang diharapkan, karena belum semua pengusaha mempunyai kesadaran hukum dalam mendaftarkan merek jasanya. Begitu juga halnya di Sumatera Barat khususnya Kota Padang seperti diketahui masih sedikit sekali pengusaha terutama pengusaha hotel Kota Padang terkait mereknya. Hal ini dapat diketahui dengan sedikitnya jumlah permohonan pendaftaran merek melalui Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Sumatera Barat.

Perbandingan antara jumlah pendaftaran merek dan jumlah pengusaha hotel di Kota Padang sangat kecil sekali. Pengusaha Hotel di Kota Padang yang mendaftarkan mereknya pada Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Sumatera Barat dari Tahun 2015 sampai Tahun 2019 dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2 di bawah ini :

Tabel 1
Jumlah Hotel di Kota Padang

No.	Tahun	Jumlah Hotel
1.	2015	77
2.	2016	91
3.	2017	94

4.	2018	108
5.	2019	115

Sumber : Dinas pariwisata dan Kebudayaan di Kota Padang, 2020

Tabel 2

Permohonan Pendaftaran Merek Hotel di Kota Padang (kelas 43)

Tahun 2015 s/d 2019

No.	Tahun	Jumlah Pendaftaran Merek
1.	2015	-
2.	2016	-
3.	2017	-
4.	2018	-
5.	2019	-
Jumlah		0

Sumber: data Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Sumatera Barat, 2020

Dari data pada tabel diatas, dapat terlihat kesadaran para pengusaha jasa perhotelan di Kota Padang terkait pentingnya mendaftarkan merek produk yang dipasarkan masih lemah, meskipun pendaftaran merek itu penting untuk keberlanjutan bisnis dan legalitas

Berdasarkan hasil penelitan dan hasil wawancara dengan Kepala Subbidang Pelayanan Hak Kekayaan Intelektual Muhammad Farhan menerangkan bahwa dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2020 tidak ada permohonan pendaftaran merek yang mengajukan dengan klasifikasi/ kelas jasa 43 (hotel) pada kantor wilayah kementerian hukum dan HAM Sumatera Barat. Jika disandingkan dengan data kementerian memang ditemukan beberapa hotel yang telah terdaftar pada kementerian hukum dan HAM. Hal ini disebabkan pendaftaran tersebut dilakukan melalui konsultan yang langsung di tujukan kepada Direktorat jenderal kekayaan intelektual di Jakarta.

Maka untuk mengetahui alasan-alasan tersebut penulis melakukan wawancara terhadap beberapa pengusaha hotel di Kota Padang yang belum mendaftarkan merek. Dari hasil wawancara tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, bahwa faktor penyebab rendahnya pengusaha hotel dalam mendaftarkan mereknya, diantaranya adalah :

1. Proses Pendaftaran yang Dianggap Rumit dan Berbelit

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pengusaha hotel di Kota Padang, pengusaha hotel beranggapan proses pendaftaran merek rumit dan berbelit sehingga menyebabkan sebagian besar pengusaha hotel di Kota Padang tidak mengetahui atau tidak paham cara mendaftarkan merek serta manfaat dari perlindungan hukum merek terdaftar.

Pengusaha beranggapan tanpa pendaftaran kekayaan intelektual khususnya merek hotel pengusaha-pengusaha tersebut masih merasa aman memakai merek hotel yang tidak terdaftar tanpa ada rasa takut suatu saat mereknya diambil oleh orang atau pihak lain.

2. Mahalnya Biaya Pendaftaran Merek

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan dilapangan, diketahui bahwa belum semua pengusaha hotel di Kota Padang mengetahui atau paham mengenai biaya pendaftaran merek. Dari hasil wawancara tersebut disimpulkan bahwa mereka beranggapan biaya mendaftarkan merek jasa hotelnya itu sangat mahal, padahal untuk biaya Pendapatan Negara Bukan Pajak terkait pendaftaran merek Rp. 1.800.000,- dengan masa perlindungan 10 tahun dan bisa di perpanjang.

3. Lamanya proses permohonan sampai dengan terbitnya sertifikat merek yang menyebabkan pemohon atau pengusaha hotel di Kota Padang enggan untuk melakukan pendaftaran merek hotelnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha hotel di Kota Padang. Permohonan pendaftaran merek memang membutuhkan waktu yang sedikit lama Kurangnya pemahaman masyarakat di bidang perlindungan merek membuat sebagian pengusaha hotel di kota padang beranggapan perlindungan diberikan merek jasa didapat setelah terbitnya sertifikat, padahal di dalam pasal 35 Undang-Undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis menjelaskan bahwa perlindungan merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan, bukan sejak terbitnya sertifikat.

4. Adanya anggapan bahwa tidak adanya manfaat mendaftarkan merek

Setelah dilakukan wawancara menurut pengusaha jasa hotel di kota padang mereka beranggapan bahwa pendaftaran merek tidak berdampak apa-apa bagi usahanya, sedangkan manfaat dari mendaftarkan merek ini memang tidak langsung didapatkan langsung oleh si pendaftar namun apabila dikemudian hari ada persoalan hukum

terhadap merek jasa hotel si pengusaha atau ada orang yang tidak bertanggung jawab ingin mendompleng merek hotel tersebut maka si pemilik hotel terdaftar akan memiliki kekuatan hukum kepada si pendompleng.

Upaya-Upaya Yang Dilakukan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM dalam Menimbulkan Kesadaran hukum Pendaftaran Merek

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Divisi Pelayanan Hukum Amru Walid Batubara dan Muhammad Farhan selaku Kepala Subbidang Pelayanan Kekayaan Intelektual, adapun upaya-upaya atau solusi yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran hukum pengusaha hotel Kota Padang untuk mendaftarkan merek oleh Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Sumatera Barat adalah :

1. Melakukan Sosialisasi dan Penyuluhan Merek

Dengan upaya-upaya sosialisasi dan pendekatan ke masyarakat diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat akan arti pentingnya pendaftaran merek. Serta dapat dapat mengenyampingkan kendala-kendala lain seperti lama dan tingginya biaya pendaftaran merek, karena pendaftaran merek merupakan upaya hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban yang sesuai dengan manfaat untuk perkembangan usaha di kemudian hari, serta meningkatkan kerjasama dengan Sentra HAKI di Perguruan Tinggi di Sumatera Barat dalam melakukan sosialisasi dan penyuluhan tentang merek.

2. Mendirikan Kantor Pelayanan Hukum untuk Pendaftaran Merek di tingkat Kabupaten/ Kota

Pada hal ini kantor wilayah kementerian hukum dan ham telah berupaya untuk melakukan kerja sama dengan pemerintah kabupaten kota ataupun perguruan tinggi untuk mendirikan sentra kekayaan intelektual agar dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan memberikan pendampingan kepada masyarakat untuk melakukan proses pendaftaran kekayaan intelektual

3. Pendaftaran merek dengan menggunakan jaringan Internet online

Penyederhanaan prosedur pendaftaran, salah satunya dengan menggunakan jaringan internet online dalam meningkatkan pelayanan sehingga di setiap Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Sumatera Barat atau Sentra Hak Kekayaan Intelektual di Perguruan Tinggi serta masyarakat terutama pengusaha akan lebih mudah serta dengan cepat untuk mengakses informasi tentang merek. Sehingga si

4 pemohon dianjurkan terlebih dahulu untuk melakukan pengecekan merek melalui jaringan internet dengan situs *www.dgip.go.id* jadi dengan pengecekan merek terlebih dahulu untuk mengetahui apakah merek tersebut telah bisa didaftarkan atau belum.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor penyebab rendahnya pendaftaran merek jasa hotel di Kota Padang adalah: a). Proses pendaftaran merek yang dianggap sulit dan berbelit; b). Mahalnya biaya dalam pengurusan merek; c). Lamanya proses terbitnya sertifikat merek atau proses pendaftaran merek yang membutuhkan waktu lama; d). Adanya anggapan pada beberapa pengusaha bahwa tidak adanya manfaat dari pendaftaran merek.
2. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Sumatera Barat untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat khususnya pengusaha Hotel di Kota Padang adalah: a) Melakukan Sosialisasi dan Penyuluhan Merek; b) Mendirikan Kantor Pelayanan Hukum untuk Pendaftaran Merek di tingkat Kabupaten/Kota; dan c) Pendaftaran merek dengan menggunakan jaringan *Internet online*.

DAFTAR PUSTAKA

Amru Walid Batubara, *Kepala Divisi Pelayanan Hukum, Kantor wilayah Kemenkumham Sumbar*. Padang,

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta,

<https://www.liputan6.com/news/read/2527345/pembajakan-hak-intelektual-di-indonesia-masuk-4-besar-dunia>,

KESADARAN HUKUM PENGUSAHA HOTEL KOTA PADANG DALAM PENDAFTARAN MERK

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	6%
2	eprints.ums.ac.id Internet Source	6%
3	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	4%
4	ejurnal.bunghatta.ac.id Internet Source	4%
5	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	3%

Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On