

Efektivitas Undang-Undang Merek Dalam Perlindungan Produk Karya Seni Tradisional

Meriza Elpha Darnia¹ Justisia Amru Coryna² M Fatur Rizky³ Raja Aisyah Fahira Rahimi⁴
Verdiansyah⁵

Fakultas Hukum, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{2,3,4,5}

Email: meriza.elpha@lecturer.unri.ac.id¹ justisia.amru0053@student.unri.ac.id²
muhammad.fathur3649@student.unri.ac.id³ raja.aisyah3896@student.unri.ac.id⁴
verdiansyah4759@student.unri.ac.id⁵

Abstrak

Salah satu potensi yang dapat dikelola masyarakat umum untuk pengembangan perekonomian ialah tentang pemahaman dan keterampilan bagaimana produk karya seni tradisional. Secara khusus, merek berperan penting dalam menjaga persaingan komersial yang sehat, karena dengan adanya merek dapat menciptakan kekuatan untuk membedakan satu produk dengan produk yang lainnya. Studi penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui efektivitas undang-undang merek yang melindungi karya tradisional di suatu daerah dan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap pentingnya pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan studi kepustakaan dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan merupakan studi pustaka, yang mana menggunakan cara pengumpulan data dengan cara mencari sumber-sumber dan merkontruksi dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, ataupun hasil riset-riset yang sudah ada sebelumnya. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis induktif.

Kata Kunci: Merek, Karya Seni Tradisional, Undang-Undang Merek



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya, Pada hakikatnya merek merupakan suatu tanda yang dikatkan pada suatu barang untuk menandai asal usul barang tersebut. Dengan cara ini, merek akan langsung berhubungan dengan asal suatu barang yang diproduksi seseorang menjadi sebuah produk. Konsekuensi logisnya, memastikan bahwa merek yang yang beredar berasal dari pemilik merek sebagai upaya untuk melindungi pemilik merek dari masyarakat. Merek juga berfungsi sebagai tanda pengenalan untuk suatu produk dalam kegiatan distribusi untuk membedakan satu produk dengan produk yang sejenis maupun tidak sejenis. Selain itu, merek juga berfungsi yang menunjukkan kualitas suatu produk yang dikelola produsen yang kemudian menjadi asset produsen. Identifikasi suatu barang yang ditandai merek dapat menjadi ciri khas pada suatu produk. Agar suatu produk dapat dikenal masyarakat, harus diimbangi dengan merek yang didaftarkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, sehingga merek yang terdaftar dan dikenal publik tidak mengganggu merek produsen lain. Upaya meningkatkan efektivitas terhadap penggunaan hak kekayaan intelektual dengan peningkatan perlindungan hukum terhadap hak-hak tersebut melalui instrument hukum.

Merek dagang di Indonesia sebelumnya oleh UU No. 15 Tahun 2001 kemudian diubah dengan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang diterapkan sebagai hukum positif. Menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Merek, dijelaskan bahwa merek ialah suatu tanda yang dapat direpresentasikan secara grafis dalam bentuk gambar, logo, nama,

kata, huruf, angka, susunan warna dalam dua dimensi maupun tiga dimensi untuk membedakan barang yang dihasilkan menjadi sebuah produk oleh seorang perseorangan ataupun badan hukum dalam perdagangan. Perubahan Undang-Undang ini merupakan bagian dari penyempurnaan dari UU sebelumnya, dimana pada Undang-Undang yang lama hanya terdapat sedikit pasal yang mengatur tentang indikasi geografis yang biasa dikenal dengan GI, sedangkan pada saat ini Undang-Undang dan Hak Asasi Manusia merupakan perkembangan yang pesat terhadap Indikasi geografis pada wilayah di seluruh Indonesia. Dapat disimpulkan merek merupakan wujud pemikiran ataupun kreativitas seseorang yang mempunyai banyak manfaat dan nilai ekonomi yang berbeda-beda. Dengan demikian, merek merupakan salah satu dari hak kekayaan intelektual yang berfungsi untuk melindungi hasil kreativitas dari seorang produsen yang menghasilkan sebuah produk maupun karya seni.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hak yang diberikan pemerintah kepada pengusaha perorangan maupun badan hukum atas kreativitasnya dalam menciptakan sebuah produk. HKI ini muncul karena adanya kreativitas seseorang yang merupakan inti dari pengaturannya. Dalam memahami hak ini dasarnya merupakan pemahaman terhadap hak yang muncul dari intelektulitas manusia yang melahirkan karya-karya ditambah lagi dengan adanya manfaat dan nilai ekonomi pada suatu karya. Oleh karena itu, perlu untuk melakukan adanya pemahaman dan perlindungan terhadap sebuah produk maupun karya yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah dengan melakukan pendekatan perundang-undangan dengan prosedur pengumpulan data primer yang diolah secara induktif dan dianalisis secara kualitatif. Metode ini diterapkan bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana efektivitas Undang-Undang Merek dalam perlindungan produk karya seni tradisional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dipadukan dengan metode analitis deskriptif. Menurut Moleong⁵ (2011), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami sebuah fenomena yang dialami subjek penelitian secara keseluruhan dan melalui deskripsi linguistik dengan menggunakan banyak metode ilmiah yang berbeda. Berdasarkan definisi menurut para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dianalisis dengan menggunakan metode induktif dan menkankan pada makna dan fakta dari sebuah teks. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah teknik pustak dan teknik catat. Menurut Arikunto⁶ (2019, 80) teknik kepustakaan adalah teknik yang menggunakan berbagai sumber tertulis untuk mengumpulkan penelitian terhadap sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan teknik mencatat, artinya penulis sebagai instrument utama menyima sumber data primer dengan penuh teliti, terarah dan mendalam. Dengan menggunakan teknik kepustakaan peneliti melakukan pendekatan peraturan perundang-undangan tentang merek dagang dan indikasi geografis dan menganalisis implementasi efektivitasnya dalam perlindungan produk karya seni melalui data primer dan penelitian sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang mengenai Merek, dikemukakan bahwa 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. Dapat dijelaskan dari penjelasan tersebut bahwa Merek dapat diartikan sebagai sebuah simbol dari sebuah produk yang mana memiliki tujuan dan juga arti untuk

membedakan satu produk dengan yang lainnya. Maka dari hal tersebut, dapat dipastikan mengapa merek merupakan hal yang sangat simbolis dan juga memiliki hak paten yang kuat bagi siapapun yang membuatnya atau memilikinya.

Dalam dunia merek, merek memiliki jenis-jenis yang berbeda sesuai dengan hak kepemilikannya atau hak patennya. Yang pertama, merek biasa. Merek biasa adalah merek yang dapat dikatakan tidak memiliki reputasi yang tinggi. Merek ini juga biasanya tidak memiliki daya tarik terhadap masyarakat atau konsumen. Kedua, merek terkenal. Dalam hal ini sudah dapat kita lihat bahwa kepemilikan jenis merek yang satu ini sangat paten. Merek terkenal biasanya disebut dengan "*Well-Known Mark*". Merek ini memiliki daya tarik yang tinggi, sehingga jenis merek yang berada dibawah merek tersebut sangatlah familiar dimata para konsumen. Yang terakhir, merek termasyur. Merek termasyur merupakan jenis merek yang memiliki kasta tertinggi atau derajat tertinggi. Sedemikian rupa tingkat termasyurnya di seluruh dunia, mengakibatkan reputasinya digolongkan sebagai merek yang terkenal di dunia. Merek Termasyur ini biasanya dimiliki oleh para perusahaan tinggi yang sudah memiliki reputasi mereka sendiri, dan juga dikenal oleh banyak orang, baik kalangan nasional maupun internasional. Setiap merek yang dimiliki oleh perusahaan walaupun jenisnya berbeda-beda sudah dipastikan memiliki hak paten sendiri. Seperti yang dikatakan dalam Pasal 1 ayat (5) UU Merek, hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hal ini tersampaikan bahwa, jika sang pemilik merek tersebut tidak mengizinkan siapapun untuk menggunakan mereknya tanpa izin, maka hal tersebut sudah melanggar Undnag-Undang yang telah dilemparkan oleh negara.

Sebagai hak yang eksklusif, maka hak atas merek melarang pihak lain untuk menggunakan merek yang dimilikinya tanpa izin karena merupakan bagian dari kekayaan seseorang yang perlu dipelihara, dipertahankan, dan dilindungi. Pada hak merek juga terdapat hak absolut yang berarti diberinya hak gugat oleh Undang-Undnag kepada pemegang hak, disamping adanya tuntutan pidana terhadap orang-orang yang melanggar hak-hak tersebut. Begitupun dengan Indonesia. Negara Kesatuan Republik Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sekali keragaman budayanya, maupun ke-kreatifannya dari setiap kebudayaannya. Dengan hal tersebut, membuat masyarakat Indonesia mengembangkan kebudayaan mereka melalui produk-produk tradisional yang mereka kembangkan dan juga kenalkan ke masyarakat lain. Dalam hal tersebut, sudah dipastikan bahwa setiap perusahaan yang memproduksi karya atau produk tradisional, sudah seharusnya memiliki merek untuk lebih dikenal oleh masyarakat atau orang lain. Perlindungan Budaya Tradisional di Indonesia masuk ke dalam kategori hak cipta. Hal tersebut dapat disebabkan karena keberadaan Budaya Tradisional berada dalam ranah seni, sastra, dan ilmu pengetahuan. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa setiap hasil karya tradisional yang dihasilkan, didalamnya memiliki arti dan juga makna yang besar.

Secara Nasional, terkait budaya Tradisional di Indonesia, telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Secara umum, perlindungan hukum terhadap hasil karya cipta oleh pencipta diperoleh secara otomatis yang artinya tanpa melalui proses pendaftaran terlebih dahulu serta pencipta secara otomatis sudah mendapat perlindungan hukum atas karya ciptanya ketika karya tersebut sudah diwujudkan dalam bentuk karya cipta nyata. Dalam Undang-Undang Hak Cipta juga mengatur perlindungan atas karya yang lahir secara komunal yang termasuk budaya tradisional, seperti contohnya lagu tradisional. Budaya tradisional di Indonesia dilindungi oleh Undang-Undang Hak Cipta yang tertuang dalam Pasal 38, yaitu:

1. Hak Cipta atas ekspresi budaya tradisional dipegang oleh Negara;
2. Negara wajib menginventarisasi, menjaga, dan memelihara budaya tradisional sebagaimana dimaksud pada ayat (1);
3. Penggunaan ekspresi budaya tradisional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memperhatikan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat pengembannya;
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai hak cipta yang dipegang oleh negara atas ekspresi budaya tradisional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan Pemerintah.

Perlindungan terhadap Ekspresi Budaya Tradisional di Indonesia bertujuan untuk mencegah komersialisasi dan tindakan perusakan atau penggunaan komersial tanpa izin dari Negara sebagai Pemegang Hak Cipta. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa setiap hak cipta dari sebuah merek di Indonesia, termasuk merek kebudayaan tradisional Indonesia, atau hasil karya tradisional Indonesia memiliki hukum yang kuat mengenai hak cipta. Hal ini dilakukan agar menghindari segala penggunaan merek secara tidak baik dan juga tanpa izin. Dengan diadakannya Undang-Undang tersebut, hal tersebut juga untuk mencegah pihak asing mengklaim atau mengkomersialkan Budaya Tradisional Indonesia. Masih banyak sekali kasus yang terjadi di Indonesia mengenai penggunaan logo atau merek yang pada dasarnya sang pemilik sudah memiliki hak cipta. Namun, dikarenakan beberapa dari mereka tidak melakukan sebuah laporan atau konfirmasi mengenai merek atau logo tersebut kepada pemerintah, terkadang kasus ini masih belum diselesaikan dengan baik. Perlindungan hukum logo sebagai sebuah karya intelektual saat ini yaitu hak cipta diberikan bagi pencipta yang merupakan warga negara dari negara anggota atas ciptaan mereka, baik yang diterbitkan maupun tidak, perlindungan juga diberikan bagi pencipta yang bukan warga negara anggota dengan ketentuan jika ciptaan pencipta tersebut diterbitkan pertama kali di salah satu negara anggota, hal tersebut dijelaskan berdasarkan Konvensi Berne.

Sebagai produk yang diproduksi dan dipasarkan, karya tradisional dapat diberi merek. Artinya dengan membuat merek baru sesuai dengan syarat dan ketentuan yang ditetapkan dalam UU Nomor . 20/2016. Merek tersebut bisa langsung ditempelkan pada produk/barang, misalnya merek "Adidas" pada pakaian olah raga atau sepak bola. Anda juga dapat menggunakan kemasan yang sama seperti pada botol air mineral, misalnya untuk merk "Le Minerale". Seorang pencipta menciptakan sebuah merek agar produk mereka lebih menarik perhatian para konsumen dengan cara memberikan merek dan juga logo yang menarik. Selain itu, pencipta juga menciptakan logo dilakukan atas dasar manfaat yang diperoleh yakni sebagai perlindungan atas logo ciptaannya, juga memperoleh kekuatan hukum atas penciptaannya yang sudah dilakukan pencatatan. Namun, sangat disayangkan masih banyak dari pencipta yang tidak melakukan pencatatan terhadap logo dan merek yang mereka ciptakan.

Selama melakukan proses penciptaan logo dan juga merek, karya tradisional yang terdapat di Indonesia memikirkan apa saja makna atau arti dibalik dari merek tersebut. Karya Tradisional memiliki nilai seni dan juga sastra yang tinggi, yang mana sudah dipastikan memiliki makna nilai yang tinggi pula. Ketentuan yang dilakukan oleh pencipta selama menciptakan merek atau hak ciptanya untuk karya tradisional yang akan diberikan atau diperjualbelikan kepada konsumen, sudah secara otomatis lahir bersamaan dengan pikiran, ide, atau gagasan yang diwujudkan dalam bentuk nyata. Suatu doktrin yang digunakan untuk memproteksi hak cipta yaitu suatu ciptaan sudah mendapatkan perlindungan hukum sejak ciptaan tersebut selesai dibuat, dan dapat diketahui, didengar, dilihat oleh pihak lain yang akan menimbulkan sebuah kepemilikan hak bagi pencipta atau pemegang haknya. Hal inilah yang menjadikan mengapa hak cipta sebuah merek atau logo sangatlah tinggi.

KESIMPULAN

Menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang mengenai Merek, dikemukakan bahwa 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. Dapat dijelaskan dari penjelasan tersebut bahwa Merek dapat diartikan sebagai sebuah simbol dari sebuah produk yang mana memiliki tujuan dan juga arti untuk membedakan satu produk dengan yang lainnya. Maka dari hal tersebut, dapat dipastikan mengapa merek merupakan hal yang sangat simbolis dan juga memiliki hak paten yang kuat bagi siapapun yang membuatnya atau memilikinya. Merek memiliki beberapa jenis seperti Merek biasa, yang merek tersebut tidak memiliki potensi menarik perhatian para konsumen. Kedua, merek tinggi, yang mana merek ini memiliki tingkat yang lebih tinggi dan juga lebih menarik perhatian para konsumen. Yang terakhir, merek termasyur yang paling tinggi derajatnya. Yaitu merek yang sudah dikenal tidak hanya nasional, melainkan sudah internasional. Penciptaan sebuah hak cipta seperti merek sangat penting dan sudah tertera di Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, bahwa setiap hak cipta dipegang oleh negara. Hal ini tersebut dibuat agar tidak ada yang menggunakan hak cipta orang lain tanpa izin atau mencuri. Dalam kasus ini, sudah diharuskan oleh para pencipta hak cipta untuk melakukan pencatatan agar hak cipta yang dibuatnya tidak dipergunakan secara sembarang oleh lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I. (2022). Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Budaya Tradisional Di Indonesia. *Jurnal Trias Politika*, 6(1), 123-129. <https://doi.org/10.33373/jtp.v6i1.3894>
- Havinando, A. A. (2022). Konsekuensi Hukum Logo Yang Didaftarkan Sebagai Ciptaan Dan Merek Sebelum Berlakunya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 310-322. <https://doi.org/10.23920/jbmh.v6i2.305>
- Ii, B. A. B., & Geografis, D. A. N. I. (2016). *Berdasarkan Undang Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek*. 13-26.
- Ii, B. A. B., Kain, P., & Alor, T. (2000). *Bab Iii Bidang Hukum Hak Kekayaan Intelektual Untuk Perlindungan Kain Tenun Alor*. 29-98.