

EFEKTIFITAS UU NO. 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN HAK MEREK DI TOKO DUTA IRAMA KOTA PAREPARE

*The Effectiveness of Law No. 15 of 2001 on Trademarks as an Effort to Protect
Trademark Rights at Toko Duta Irama, Parepare City*

ALFIANDI

Universitas Muhammadiyah Parepare, Jalan jendral ahmad yani KM 6 Kota parepare kode
pos 91113, telepon 0421-22757/Fax 0421-2554 Sulawesi Selatan Indonesia

Email: alfiandi@gmail.com

Abstract: *Alfiandi (217360035), The Effectiveness of Law No. 15 of 2001 on Trademarks as an Effort to Protect Trademark Rights at Toko Duta Irama, Parepare City. This study aims to describe the effectiveness of Law No. 15 of 2001 on trademarks as an effort to protect trademarks at Toko Duta Irama, Parepare City, and to describe the trademark protection efforts at Toko Duta Irama, Parepare City. The research was conducted in Parepare City with informants including the Department of Trade and the manager of Duta Irama, Parepare City. The methodology used is normative-empirical with data analysis using descriptive-qualitative analysis. The results of this study show that the effectiveness of Law No. 15 of 2001 on trademarks as an effort to protect trademarks at Toko Duta Irama, Parepare City, has been well implemented through the trademark registration process and protection of commercially used trademarks in accordance with applicable regulations. It also follows all the basic principles of trademark protection as stipulated in Law No. 20 of 2016. The trademark protection efforts at Toko Duta Irama, Parepare City, have implemented various strategic measures to protect their trademarks from potential violations and to safeguard the use of trademarks in commercial sales through trademark registration, market monitoring, trademark rights checks, and collaboration with the Department of Trade to prevent the sale of goods with trademarks that do not comply with the regulations of Law No. 20 of 2016.*

Keywords: Effectiveness, trademark, protection

Abstrak: Alfiandi (217360035), Efektifitas UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hak Merek di Toko Duta Irama Kota Parepare. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan efektifitas UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek sebagai upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare dan untuk mendeskripsikan upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare. Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare dengan informan yaitu pihak Dinas Perdagangan dan manager Duta Irama Kota Parepare. Metodologi yang digunakan ialah normatif-empiris dengan Analisis data menggunakan analisis Deskriptif – Kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektifitas UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek sebagai upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare telah dilakukan dengan baik melalui proses pendaftaran merek hingga perlindungan merek yang dikomersialkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta telah mengikuti seluruh prinsip-prinsip dasar perlindungan merek yang ditentukan dalam UU No. 20 Tahun 2016. Upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare telah mengimplementasikan berbagai langkah strategis untuk melindungi merek mereka dari potensi pelanggaran serta melindungi penggunaan merek dalam kebutuhan komersial penjualan dengan melalui upaya pendaftaran merek, pemantauan pasar pengecekan hak merek serta berkolaborasi dengan pihak dinas perdagangan untuk mencegah adanya peluang pelanggaran penjualan barang dengan merek yang tidak sesuai dengan peraturan UU No. 20 Tahun 2016. terjemahkan ke bhs inggris.

Kata kunci : Efektifitas, merek, perlindungan

Latar Belakang

Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari kreativitas intelektual. Indonesia merupakan negara yang memiliki komitmen yang sangat kuat untuk melindungi Kekayaan Intelektual, hal tersebut dibuktikan dengan Indonesia termasuk dalam salah satu anggota World Trade Organization (WTO).¹

Secara fakta bahwa Indonesia telah menjadi anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) adalah menyesuaikan peraturan Perundang-Undangan Nasional Indonesia dengan ketentuan-ketentuan World Trade Organization (WTO) khususnya dalam perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual. Sebagai salah satu langkah aktif dengan meratifikasi *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Right (Perjanjian TRIPs)* melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia.² Hal tersebut menjadi bukti bahwa Indonesia secara serius dalam memperhatikan seluruh aspek dalam keterkaitannya Hak atas Kekayaan Intelektual

¹ Much ,Nurachmad. *Buku Pintar Memahami Dan Membuat Surat Perjanjian* . (Visimedia: Jakarta. Mike Rini. 2017) hlm. 89

² Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement (Perjanjian. Aspek Perdagangan Terkait Hak Kekayaan Intelektual) Di akses 23 Januari 2023

(HaKI) baik itu perseorangan maupun lingkup perusahaan global.

Perkembangan Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Right*) di Indonesia, pertama kali diterjemahkan menjadi “hak milik intelektual”. Namun istilah yang umum dan lazim dipakai sekarang adalah hak kekayaan intelektual yang disingkat HKI. Hal ini sejalan dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Menteri Hukum dan Perundang Undangan RI Nomor M.03.PR.07.10 Tahun 2000 dan persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparat Negara, dalam Surat Nomor 24/M/PAN/1/2000 istilah “Hak Kekayaan Intelektual” (tanpa “Atas”) dapat disingkat “HKI” atau akronim “HaKI” telah resmi dipakai.³

Berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dijelaskan sebelumnya bahwa HKI pada dasarnya ialah hak yang timbul dari hasil pola pikir yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia atau hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas Intelektual. Objek yang diatur oleh HKI adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual. Timbulnya kekayaan atas karya-karya kekayaan intelektual pada akhirnya juga

³ Ibrahim, J, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Bayumedia. Publishing, 2021), hlm. 89

menimbulkan untuk melindungi atau mempertahankan kekayaan tersebut. Sesuai dengan hakekatnya, HKI di kelompokkan sebagai hak milik perorangan yang sifatnya tidak bewujud (*Intangible*).⁴

Pengenalan HaKI sebagai hak milik perorangan yang tidak berwujud dan penjabarannya secara lugas dalam tatanan hukum positif terutama dalam kehidupan ekonomi merupakan hal baru di Indonesia. Dari sudut pandang HKI sebagai suatu aturan yang diperlukan karena adanya sikap penghargaan, penghormatan dan perlindungan tidak saja akan memberikan rasa aman, tetapi juga mewujudkan iklim yang kondusif bagi peningkatan semangat atau gairah untuk menghasilkan karya-karya inovatif, inventif dan produktif.

Penulis akan mengkaji terhadap bagian kedua yaitu hak kekayaan industrial yang berupa merek. Merek adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Terdapat berbagai tanda pengenal, tergantung dari tujuannya yang penting adalah bahwa tanda pengenal itu dimaksudkan untuk

membedakan atau mengenalkan sesuatu kepada masyarakat atau pihak lain.⁵

Berdasarkan aturan terkait dengan hak merek diatur dalam UU No 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Undang-undang ini dibuat untuk menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen serta perlindungan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu aturan yang berlaku bahwa dengan mendaftarkan hak merek dagang, makadapat mencegah orang lain untuk menggunakan merek dagang serupa dalam kelas dan jenis barang atau jasa yang sama.

Penggunaan merek sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan bisnis yang wajar. Merek dapat mencegah persaingan bisnis yang tidak wajar. Dengan merek, perbandingan tenaga kerja dan produk dapat dikenali dari awal, kualitas dan jaminan bahwa barang tersebut unik. Periode pertukaran harus terus dipertahankan jika ada lingkungan persaingan bisnis yang solid, namun faktanya berbeda dengan regulasi dan harapan yang dilapangan.⁶

⁴ Maulana, Insan Budi, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal. Asing di Indonesia dari masa ke masa*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018), hlm. 56

⁵ Abdul Rasyid Salim, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori Dan Contoh Kasus*, (Jakarta: Kencana Renda Media Group. 2018)

⁶ Djumhana, Muhammad, R. Djubaedillah, , *Hak Milik Intelektual, Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti.2019)

Berdasarkan kasus yang terjadi dilapangan yang pada kenyataannya tindakan menyalahgunakan hak istimewa pengguna nama merek sebagai bahan komersial masih terjadi, salah satu bahan observasi peneliti yaitu Toko Duta Irama yang merupakan toko penjualan berbagai merek *branded* mulai dari berbagai baju, celana, tas dan alat *hunting* serta berbagai jenis lainnya. Beberapa *brand* merek yang dijual merupakan *brand*/merek yang secara pengamatan peneliti serta telah dilakukan wawancara kepada karyawan toko bahwa diasumsikan penetapan harga dan penggunaan merek tidak memiliki kuasa dari pemilik merek. Kurangnya perhatian pemilik toko terkait dengan perlindungan merek menjadi salah satu bentuk ketidakpatuhan pemilik toko terhadap penggunaan merek yang mereka jual. Kasus lainnya didapatkan yaitu adanya barang jualan yang menggunakan merek yang sama dengan yang digunakan serupa dengan merek lainnya dengan hanya memberikan label tanpa adanya lisensi izin penggunaan dari pemilik merek.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dikaitkan dengan pelanggaran merek. Jika merek suatu barang ditiru atau dibajak lalu digunakan orang lain tanpa izin atau lisensi serta persetujuan pemiliknya, menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2001 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek),

secara gugatan yang dapat di dapatkan melalui gugatan perdata, dimana pemilik merek terdaftar dapat menggugat pihak lain yang menggunakan mereknya tanpa izin (tanpa hak) di Pengadilan Niaga. Gugatan tersebut dapat berupa tuntutan ganti rugi maupun permintaan penghentian kegiatan bisnis pelanggar merek.⁷

Hal serupa juga pernah terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Doni dimana adanya peniruan merek seperti *passing off* berdampak pada kerugian material dan nonmaterial. Terhadap para pelaku pelanggaran hak merek, pemegang hak merek dapat melakukan upaya perlindungan hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.⁸ Persoalan merek masih saja terjadi diberbagai wilayah di Indonesia, dikarenakan banyaknya persaingan diantara pelaku usaha.

Persoalan diatas diindikasikan sebagai bukti bahwa kurangnya wawasan serta pengetahuan pemilik toko dan karyawannya terkait dengan perlindungan merek sebagaimana diatur dalam Undang undang tentang merek berkaitan dengan barang yang mereka

⁷ Djumhana, Muhammad, R. Djubaedillah, , *Hak Milik Intelektual, Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti.2019)

⁸ Doniu, *Perlindungan Hukum Atas Hak Merek* (Studi Kasus Merek Spesial Sambal “SS” dalam Sengketa *Passing Off*) (Repository : Universitas Muhammadiyah Surakarta)

perjualbelikan secara umum di toko tersebut.

Berdasarkan seluruh penjelasan pada latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serta merujuk pada kenyataan dilapangan sehingga peneliti ingin megkaji penelitian dengan judul “Efektifitas UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hak Merek di Toko Duta Irama Kota Parepare”

Objek dan Lokasi Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan normatif-empiris. Pendekatan normatif adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Lokasi penelitian ini yaitu di Toko Duta Irama Kota Parepare dan Objek dari penelitian ini adalah Manager dan karyawan Toko Duta Irama Kota Parepare.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (Pengamatan)

Pengumpulan data pertama ialah proses observasi ialah suatu proses pengamatan yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses. Dua diantara yang yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁹ Di dalam obsevasi ini peneliti melakukan pengamatan terkait dengan penggunaan merek serta upaya Toko Duta Irama Kota

Parepare dalam menggunakan merek terkenal pada kegiatan komersial.

2. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan responden dan pihak-pihak yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti.¹⁰ Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber diantaranya ialah: Manager dan karyawan Toko Duta Irama Kota Parepare.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang ketiga ialah dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan hand phone untuk merekam pembicaraan dengan subjek (narasumber), dan kamera digital untuk memotret dan merekam perilaku subjek baik itu selama proses pengambilan data maupun pada saat pengamatan penelitian ini. Dokumentasi yang akan dilakukan di Toko Duta Irama Kota Parepare.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi obyek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet, dan sumber-sumber lain. Dengan melakukan studi kepustakaan, peneliti dapat memanfaatkan

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm.139.

¹⁰ Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Praktik)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013) hlm.160.

semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitiannya.

Hasil Dan Pembahasan

Efektifitas UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek Sebagai Upaya Perlindungan Merek di Toko Duta Irama Kota Parepare.

Peneliti melakukan studi pada perusahaan distributor dan penyedia barang Toko Duta Irama terkait dengan bagaimana model efektifitas Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, berikut hasil wawancara yang dilakukan kepada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare tentang isi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 bahwa:

“Kalau menurut saya itu Salah satu aspek penting dari UU No. 20 Tahun 2016 adalah perpanjangan masa perlindungan merek yang lebih lama, serta ketentuan mengenai merek kolektif dan merek terkenal. Ini memberikan perlindungan tambahan bagi merek-merek yang memiliki nilai reputasi tinggi dan memungkinkan untuk memperluas jangkauan perlindungan hingga ke wilayah yang lebih luas. kami di Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare berupaya untuk mengimplementasikan undang-undang ini dengan cara yang efektif. Kami memberikan layanan pendaftaran merek dan memastikan

bahwa proses tersebut mengikuti ketentuan yang berlaku. Selain itu, kami juga mengedukasi pelaku usaha tentang pentingnya pendaftaran merek dan hak-hak yang mereka miliki berdasarkan undang-undang ini”

Hasil wawancara dengan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare mengenai Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengungkapkan beberapa aspek penting dari peraturan ini. Menurut pihak Dinas, salah satu fitur utama dari UU No. 20 Tahun 2016 adalah perpanjangan masa perlindungan merek, yang kini lebih lama dibandingkan dengan peraturan sebelumnya. Undang-undang ini juga mencakup ketentuan tentang merek kolektif dan merek terkenal, memberikan perlindungan tambahan bagi merek-merek dengan reputasi tinggi dan memungkinkan perluasan perlindungan hingga ke wilayah yang lebih luas.

Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare berkomitmen untuk mengimplementasikan undang-undang ini secara efektif dengan menyediakan layanan pendaftaran merek yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, mereka juga aktif dalam mengedukasi pelaku usaha mengenai pentingnya pendaftaran merek dan hak-hak yang dimiliki berdasarkan undang-undang ini. Upaya ini diharapkan

dapat meningkatkan pemahaman dan kepatuhan pelaku usaha terhadap perlindungan merek, serta memperkuat penerapan hak kekayaan intelektual di daerah tersebut.

Bagaimana Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare menilai efektivitas No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dalam memberikan perlindungan hukum bagi merek-merek yang terdaftar di Kota Parepare, berikut hasil wawancara yang dilakukan kepada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare bahwa:

“Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare menganggap bahwa UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perlindungan hukum bagi merek-merek yang terdaftar di wilayah kami. Undang-undang ini telah memperkenalkan beberapa perubahan positif dibandingkan dengan undang-undang sebelumnya, yaitu UU No. 15 Tahun 2001. Salah satu peningkatan yang paling mencolok adalah perpanjangan masa perlindungan merek dari 5 tahun menjadi 10 tahun dan dapat diperpanjang. Ini memberikan jangka waktu perlindungan yang lebih lama bagi pemilik merek untuk mempertahankan hak eksklusif mereka. Selain itu, ketentuan tentang merek kolektif dan merek terkenal juga

memberikan lapisan perlindungan tambahan, yang sangat penting untuk merek-merek yang memiliki reputasi tinggi”

Hasil wawancara dengan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Parepare menilai bahwa UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan perlindungan hukum bagi merek-merek yang terdaftar di wilayah Kota Parepare. Dinas Perdagangan dan Perindustrian mengungkapkan bahwa undang-undang ini membawa beberapa perubahan positif dibandingkan dengan UU No. 15 Tahun 2001, yang sebelumnya berlaku. Salah satu peningkatan utama adalah perpanjangan masa perlindungan merek dari lima tahun menjadi sepuluh tahun, yang dapat diperpanjang lebih lanjut.

Hal ini memberikan jangka waktu perlindungan yang lebih lama bagi pemilik merek untuk menjaga hak eksklusif mereka. Selain itu, ketentuan mengenai merek kolektif dan merek terkenal yang diperkenalkan dalam UU No. 20 Tahun 2016 memberikan perlindungan tambahan, yang sangat penting untuk merek-merek dengan reputasi tinggi. Peningkatan ini memungkinkan perlindungan yang lebih komprehensif dan efektif terhadap merek yang memiliki nilai dan pengaruh besar di pasar.

Upaya Perlindungan Merek di Toko Duta Irama Kota Parepare

Hasil penelitian terkait pada fokus penelitian kedua yaitu berkaitan dengan Perlindungan Merek di Toko Duta Irama Kota Parepare. Toko Duta Irama telah secara aktif mengimplementasikan langkah-langkah perlindungan merek untuk produk-produk yang mereka komersialkan. Berdasarkan data yang diperoleh, Toko Duta Irama telah mengikuti prosedur pendaftaran merek sesuai dengan ketentuan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan hasil penelitian bahwa langkah-langkah yang telah diambil oleh Toko Duta Irama untuk melindungi merek mereka dari potensi pelanggaran atau peniruan di pasar, berikut hasil wawancara yang dilakukan kepada Manajer Duta Irama Kota Parepare bahwa:¹¹

“Jadi Untuk melindungi merek kami dari potensi pelanggaran atau peniruan di pasar, Toko Duta Irama telah mengambil beberapa langkah strategis yang penting. Pertama-tama, kami telah memastikan bahwa merek kami terdaftar secara resmi dengan mengikuti prosedur pendaftaran merek sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2016. Secara aktif memantau pasar untuk mendeteksi adanya produk-produk yang mungkin melanggar hak merek

kami. Kami juga melakukan audit rutin dan pemeriksaan terhadap produk yang beredar di pasar untuk memastikan tidak ada peniruan atau penggunaan merek yang tidak sah”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer Toko Duta Irama Kota Parepare, jelas bahwa perusahaan telah mengimplementasikan langkah-langkah perlindungan merek secara aktif dan strategis. Toko Duta Irama telah memastikan pendaftaran merek mereka sesuai dengan ketentuan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan dasar hukum untuk perlindungan hak eksklusif mereka. Selain itu, mereka secara proaktif memantau pasar untuk mendeteksi adanya potensi pelanggaran atau peniruan terhadap merek mereka. Manajer menyebutkan bahwa Toko Duta Irama juga melakukan audit rutin dan pemeriksaan terhadap produk yang beredar di pasar, guna memastikan bahwa tidak ada peniruan atau penggunaan merek yang tidak sah. Langkah-langkah ini menunjukkan komitmen Toko Duta Irama dalam melindungi merek mereka dan menjaga integritas produk yang mereka komersialkan di pasar.

hasil wawancara dengan Manajer Toko Duta Irama Kota Parepare, perusahaan memastikan bahwa merek yang mereka gunakan tidak melanggar hak merek milik

¹¹ Ridwan, *Manajer Duta Irama Kota Parepare*, Wawancara 20 Juli 2024

pihak lain dengan mengambil langkah-langkah proaktif yang cermat. Pertama, sebelum memilih dan menggunakan merek untuk produk mereka, Toko Duta Irama melakukan pengecekan menyeluruh terhadap merek yang sudah ada di pasar. Mereka melakukan pencarian merek di database yang mencakup baik tingkat lokal maupun nasional untuk memastikan bahwa merek yang mereka pilih tidak memiliki kemiripan signifikan dengan merek yang sudah terdaftar sebelumnya. Langkah tersebut penting untuk menghindari potensi pelanggaran hak merek pihak lain dan untuk memastikan bahwa merek yang digunakan oleh Toko Duta Irama adalah unik dan sah.

Pembahasan analisis hukum upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare berdasarkan UUD 1945 mengatur prinsip-prinsip dasar negara, termasuk perlindungan hak-hak kekayaan intelektual sebagai bagian dari hak asasi manusia. Upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama sejalan dengan semangat konstitusi yang menjamin hak atas kekayaan intelektual sebagai bagian dari hak-hak dasar warga negara. Implementasi perlindungan merek di perusahaan mencerminkan penerapan prinsip konstitusi dalam konteks perlindungan hukum.

UU No. 20 Tahun 2016 adalah peraturan yang berlaku saat ini dan memberikan perlindungan hukum

yang lebih komprehensif bagi merek. Toko Duta Irama mematuhi UU ini dengan mendaftarkan merek mereka dan memantau pasar untuk mendeteksi peniruan. UU tersebut memperpanjang masa perlindungan merek, mengatur merek kolektif dan terkenal, serta memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat. Upaya Toko Duta Irama dalam pendaftaran merek dan pemantauan pasar sejalan dengan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UU ini.

UU No. 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian berfokus pada standardisasi produk dan penilaian kesesuaian untuk memastikan produk memenuhi standar kualitas dan keamanan.¹² Meskipun tidak secara langsung mengatur perlindungan merek, implementasi standardisasi dapat mendukung perlindungan merek dengan memastikan bahwa produk yang dipasarkan sesuai dengan standar yang ditetapkan, sehingga mengurangi risiko produk palsu. Upaya Toko Duta Irama dalam menjaga kualitas produk juga mendukung perlindungan merek mereka dengan memastikan produk mereka memenuhi standar yang berlaku.

UU No. 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan prinsip-prinsip dasar

¹² Angkasa, S. M. *Komersialisasi Aset Intelektual - Aspek Hukum* (Bisnis. Jakarta: Grasindo. 2022)

mengenai perlindungan merek yang diatur dalam UU ini memberikan dasar bagi pengaturan merek di Indonesia.¹³ Toko Duta Irama, dengan mengikuti ketentuan dari UU No. 20 Tahun 2016, menunjukkan bahwa mereka masih mematuhi prinsip-prinsip dasar yang diperkenalkan oleh UU ini dalam hal perlindungan merek. upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare menunjukkan penerapan ketentuan dari UU No. 20 Tahun 2016 secara efektif dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip dari peraturan-peraturan sebelumnya. Kolaborasi dengan lembaga terkait dan pemantauan pasar juga mencerminkan upaya yang sejalan dengan tujuan perlindungan kekayaan intelektual di Indonesia.

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini yaitu:

1. Efektifitas UU No. 15 Tahun 2001 tentang merek sebagai upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare telah dilakukan dengan baik melalui proses pendaftaran merek hingga perlindungan merek yang dikomersialkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta telah mengikuti seluruh prinsip-prinsip dasar perlindungan merek yang

ditetapkan dalam UU No. 20 Tahun 2016.

2. Upaya perlindungan merek di Toko Duta Irama Kota Parepare telah mengimplementasikan berbagai langkah strategis untuk melindungi merek mereka dari potensi pelanggaran serta melindungi penggunaan merek dalam kebutuhan komersial penjualan dengan melalui upaya pendaftaran merek, pemantauan pasar pengecekan hak merek serta berkolaborasi dengan pihak dinas perdagangan untuk mencegah adanya peluang pelanggaran penjualan barang dengan merek yang tidak sesuai dengan peraturan UU No. 20 Tahun 2016.

Saran

1. Kepada Dinas Perdagangan untuk meningkatkan upaya sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha, terutama UMKM, mengenai pentingnya pendaftaran merek dan perlindungan hak merek untuk mencegah pelanggaran dan peniruan.
2. Kepada Peneliti Selanjutnya untuk melakukan studi lebih mendalam mengenai tantangan spesifik yang dihadapi oleh pelaku usaha lokal dalam perlindungan merek dan bagaimana strategi mereka dalam mengatasi masalah tersebut.

Daftar Pustaka Buku

Abdul Rasyid Salim, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori Dan Contoh Kasus*, Jakarta:

¹³ Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. (Yogyakarta: Media Pressindo. 2021)

- Kencana Renda Media Group. 2018
- Achmad Zen, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, Alumni, Bandung, 2015
- Amiruddin, H. Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Ed. Revisi Cetakan ke-9. Jakarta: Rajawali Pers. 2016..
- Andi Hamzah, *Asas-Asas Hukum Pidana*, Rineka Cipta, Jakarta, 2020
- Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013
- Haris Munandar, *Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan Seluk-beluknya*, Jakarta: Erlangga, 2016
- Ibrahim, J, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia. Publishing, 2021,
- Insan Budi, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal. Asing di Indonesia dari masa ke masa*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2017
- Isnaini, Yusran. *Buku Pintar Haki* Bogor: Ghalia Indonesia, 2015
- M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merk Secara Umum Dan Hukum Merk Di Indonesia Berdasarkan Undang-undang No. 19 Tahun 1992*, Bandung: PT. Ccitra Aditya Bakti
- O.C. Kaligis, *Teori dan Praktik Hukum Merek Indonesia*, Alumni, Bandung, 2018
- Purwosutjipto, H.M.N., *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia. Hukum Pengangkutan. Jilid 3* Jakarta: Penerbit Djambatan, 2021
- Rahmi Jened, *Hukum Merk Trademark Law DALAM Era Global Integrasi Ekonomi* Jakarta: Prenada Media Group, 2015
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Supriadi. *Hukum Lingkungan di Indonesia : Sebuah Pengantar*. Jakarta. Penerbit Sinar Grafika. 2016
- Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: Alumni, 2013
- Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2021

Jurnal

- Ahmadi Miru, *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang – Undang. Merek*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015
- Barda Nawawi Arief , *Masalah Penegakan Hukum Dan Kebijakan Penanggulangan Kejahatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2021
- Fajar Nurcahya, “Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek”, *Mimbar Keadilan Jurnal Ilmu Hukum*, 2014
- Iffa Rohmah. *Penegakkan Hukum*. <http://pustakakaryaifa.blogspot.com>. Diakses 30 Januari 2023
- Indirani Wauran, “Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Benda: Penelusuran Dasar Perlindungan HKI Di Indonesia”, *Jurnal Refleksi Hukum*, Vol. 9, No. 2, 2015

- Jened, Rahmi. *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2015
- Maulana, Insan Budi, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal. Asing di Indonesia dari masa ke masa*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018,
- Much ,Nurachmad. *Buku Pintar Memahami Dan Membuat Surat Perjanjian* . Visimedia: Jakarta. Mike Rini. 2017
- Sabian Usman, *Dasar-Dasar Sosiologi* Yogyakarta:Pustaka Belajar, 2019, Soerjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia* Jakarta: Universitas Indonesia, 2015
- Salman Luthan, *Penegakan Hukum dalam Konteks Sosiologis*, Jurnal Hukum, Vol. IV, 7
- Soerjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum Dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia* Jakarta: Universitas Indonesia, 2015
- Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement Perjanjian. Aspek Perdagangan Terkait Hak Kekayaan Intelektual
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Pasal 1 angka 1
- Yudiono OS, “Metode Penelitian”, digilib.unila.ac.id.2013,