BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merek menjadi aset tidak berwujud penting yang punya fungsi besar dalam dunia bisnis. Adanya merek memberi ciri khas pada produk atau jasa, juga melindungi hak khusus pemiliknya dari tindakan memakai tanpa izin. Tetapi, dalam praktik di lapangan, sering terjadi sengketa hingga menyebabkan pembatalan merek, terutama saat pendaftaran dilakukan secara curang atau ada kesamaan dengan merek yang telah terdaftar lebih dulu. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadi landasan hukum utama dalam mengatur dan melindungi merek di Indonesia.[1]

Dalam hal ekonomi wilayah, proteksi merek makin penting dengan makin banyaknya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang pakai merek sebagai ciri khas dan mutu produk. Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadi dasar hukum penting untuk menata serta menjaga merek dagang di Indonesia. Dalam Pasal 3 undang-undang ini disebutkan bahwa hak atas merek baru didapat setelah merek itu sah tercatat. Aturan ini tunjukkan berlakunya sistem konstitutif, yang beri jaminan hukum bagi pemilik merek yang telah terdaftar, dan dorong pengusaha agar daftarkan merek mereka dengan resmi.[2]

---

[1]Ananda Aslam, 2025, **Alasan-Alasan Pembatalan Merek Terdaftar Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Nomor 45/Pdt.Sus-Merek/2022/PN.Niaga.Jkt.Pst.)**, Jurnal Hukum dan Ilmu Sosial, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (IBLAM), Volume 03 Nomor 02, hlm. 134.

[2]Oktavianto Setyo Nugroho, 2024, **Penggunaan Merek Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan HukumProduk Makanan Pelaku UMKM Di Kota Semarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis**, Jurnal Innovative Of Social Science Research, Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia, Volume 4 Nomor 3, hlm. 4-5.

Pengusaha biasanya berusaha mencegah pihak lain memakai mereknya sebab dengan memakai merek itu, para penjual bisa dapat nama baik juga keyakinan dari pembeli dan juga bisa membuat kaitan antara nama baik yang ada dengan merek yang sudah dipakai oleh perusahaan terus-menerus. Segala hal di atas tentu saja membutuhkan pengorbanan dari sisi waktu, usaha, serta uang.[3] Merek memainkan peran penting sekali dalam dunia iklan dan pemasaran karena pembeli sering kaitkan mutu atau kesan produk serta jasa dengan suatu merek tertentu. Merek itu sendiri dapat menjadi suatu harta yang sangat bernilai dalam lingkup usaha dagang.

Namun, faktanya, Dalam Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 belum sepenuhnya optimal, Khususnya di Wilayah Kota Semarapura Di Kabupaten Klungkung, sebagian pebisnis masih memakai merek tanpa mendaftar, karena kurangnya pemahaman pengetahuan hukum, lalu susahnya dapat informasi, atau orang-orang merasa mendaftarkan merek itu, tidak penting bagi mereka yang membuat usaha daganganya. Kondisi ini bisa memicu masalah terhadap plagiat merek dagang karena semakin banyak pelaku usaha yang menggunakan atau meniru yang sudah terkenal tanpa ijin dari pemilik aslinya maka hal tersebut menimbulkan persaingan usaha tidak sehat.[4] Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang aturan soal daftar merek bisa bikin susah saat mau mempertahankan hak merek jika ada

[3]Rizal Nugraha, 2019, **Sengketa Merek Terdaftar di Rektorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis**, Jurnal Ilmu Hukum, Universitas Langlangbuana, Volume 18 Nomor 2, hlm. 98.

[4]Dewi Tresnawati, 2022, **Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang Oleh Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Yang Belum Terdaftar Di Kota Bandung Dihubungkan Dengan Pasal 3 UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis**, Tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, hlm. 12-14.

yang melanggar, contohnya meniru atau pakai merek tanpa izin.

Sebenarnya, Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 ini sudah dengan jelas tertulis bahwa daftar merek itu penting supaya hak eksklusif (Badan hukum untuk menggunakan dan menguasai suatu hak tertentu atas merek tersebut. Jadi, seberapa bagus undang-undang ini dijalankan sangat tergantung dari bantuan pemerintah daerah, terkait juga seberapa sadar masyarakat tentang pentingnya mendaftarkan mereknya untuk melindungi merek dagang untuk menghindari dari plagiatrisme.[5] Berdasarkan penjelasan tersebut, studi ini ditujukan untuk meneliti Efektivitas dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek Dagang Di Wilayah Kota Semarapura yang terdapat di Kabupaten Klungkung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektifitas Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang merek dagang di kota semarapura.

Dalam aktivitas usaha merek dagang di kota semarapura tepatnya di Kabupaten Klungkung, yang dihadapi oleh pelaku usaha, serta upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perlindungan hukum terhadap merek dagang serta mencegah terjadinya peniruan atau plagiarisme,Lalu Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Terhadap perlindungan Merek Dagang dalam perlindungan hukum di Kota Semarapura, dengan perlindungan merek di tingkat lokal di Kota Semarapura.Informasi dalam bagan yang meliputi

[5]Rahmi Mulyati, 2023, **Perlindungan Hukum Merek Terkenal Untuk Barang Dan/ Atau Jasa Tidak Sejenis Dalam Hukum Merek Indonesia**, Kencana, Jakarta, hlm. 4-11.

rentang waktu dari tahun 2023 sampai tahun 2026 dipakai guna mengetahui seluruh HKI berbentuk hak merk dagang di Wilayah Klungkung.

Maksudnya adalah melihat perkembangan registrasi hak dagang tiap tahun dan seberapa sadar serta terlibatnya publik dan pebisnis dalam menjaga kekayaan intelektual yang mereka pegang.

Tabel 1. 1 Jumlah Pendaftaran Merek Di Kabupaten Klungkung Tahun 2023-2026.

NAMA	TAHUN	JUMLAH PENDAFTARAN MEREK	STATUS (TERDAFTAR)
KABUPATEN KLUNGKUNG	2023	7	DIDAFTAR
	2024	11	DIDAFTAR
	2025	10	DIDAFTAR
	2026	-	-

Sumber: Dinas Koperasi, UMKM,Perindustrian,Dan Perdagangan.

Dalam tabel diatas menunjukkan total dari keseluruhan jumlah pendaftaran merek yaitu (Dua Puluh Delapan) 28 merek dagang dan jasa yang telah didaftarkan oleh pelaku usaha di wilayah klungkung, yang terdata di dinas diskoperindag.klungkung pada tahun 2023, 2024 sampai 2025, Namun di tahun 2026 belum ada data yang tercatat dalam melakukan pendaftaran merek dagangannya maupun jasa.[6]

hal ini kemungkinan banyak masyarakat khususnya di wilayah klungkung lebih dominan pada pendaftaran secara mandiri, tidak melalui pendaftaran kolektif melalui dinas diskoperindag.klungkung. Ini bisa terjadi karena beberapa pelaku usaha mendaftar sendiri, bukannya lewat pendaftaran bersama yang didukung oleh lembaga yang terkait. Pada kenyataannya,banyak pelaku usaha di daerah itu belum sepenuhnya

[6]Wawancara Dengan I Wayan Kusuma Yudha Selaku, JF. Pengembang Kewirausahaan Ahli Muda Di Dinas Koperasi UMKM & Perdagangan, 11 Mei 2026, Pukul 11.35 WITA.

mengerti pentingnya registrasi merek sebagai cara perlindungan hukum bagi barang yang mereka buat.[7]

Minimnya kesadaran hukum dan kurangnya informasi tentang prosedur pendaftaran merek membuat banyak pelaku usaha belum melakukan registrasi secara sah. Sejatinya, di tengah persaingan usaha yang kian ketat, merek memegang peran penting dalam menaikkan nilai ekonomi suatu komoditas.dengan mendaftarkan merek, pelaku usaha dapat mengamankan perlindungan hukum atas pemakaian merek itu dan bisa mencegah terjadinya peniruan atau penggunaan keliru oleh pihak lain.[8]

Kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang undang-undang ini membuat beberapa pebisnis tidak mendaftarkan merek mereka atau mengajukan pendaftaran merek yang tidak sesuai aturan, yang dapat berujung penolakan saat proses pendaftaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam menyediakan kepastian hukum untuk perlindungan merek dagang di Kota Semarapura belum maksimal.

[7]Yusuf CK Arianto, 2011, **Rahasia Dapat Modal Dan Fasilitas Dengan Cepat Dan Tepat**,PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm.3-5.

[8]Tommy Hendra Purwaka, 2018, **Perlindungan Merek**, Yayasan Pustaka Obor Indonesia,Jakarta, hlm. 8-11.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perlindungan hukum terhadap merek dagang serta mencegah terjadinya peniruan atau plagiarisme merek di Kota Semarapura?
2. Apa Saja Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Terhadap perlindungan Merek Dagang dalam perlindungan hukum di Kota Semarapura?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Ruang lingkup masalah sangat erat kaitannya dengan latar belakang dan rumusan masalah yang menjelaskan seberapa luas jangkauan penelitian yang akan dijalankan serta bertujuan untuk menentukan batasan dalam area penelitian. Umumnya, ruang lingkup masalah digunakan untuk mengatur pembahasan sehingga penelitian hanya berfokus pada isu-isu yang telah ditetapkan dan tidak mencakup keserbagunaan aspek yang terlalu luas. Dengan merumuskan ruang lingkup masalah ini, dapat diidentifikasi variabel-variabel yang akan diteliti serta yang tidak menjadi perhatian penelitian.

Dalam kajian ini, isu yang menjadi pusat perhatian adalah Efektivitas dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura, Kabupaten Klungkung dalam proses registrasi merek, dengan perhatian khusus kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Isu tersebut meliputi beberapa aspek, seperti tingkat wawasan dan pemahaman hukum pelaku usaha tentang pendaftaran merek, peran pemerintah daerah

serta institusi terkait dalam memberikan sosialisasi, bimbingan, dan dukungan dalam proses pendaftaran merek, serta berbagai tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam melakukan pendaftaran merek.

Tantangan tersebut bisa berupa kurangnya informasi, rendahnya kesadaran hukum, serta berbagai hambatan administratif dan teknis yang muncul dalam registrasi merek. Namun, penelitian ini tidak akan menyentuh beberapa aspek lain yang di luar fokus kajian, seperti resolusi sengketa merek di pengadilan, aspek hukum pidana yang berkaitan dengan pelanggaran merek, serta perlindungan indikasi geografis secara spesifik. Hal ini karena penelitian ini hanya tertuju pada Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura dalam pelaksanaan pendaftaran merek untuk pelaku usaha di Kabupaten Klungkung.

1.4 Tujuan Penelitin

Berdasarkan judul, "**EFEKTIVITAS UNDANG-UNDANG DASAR NO.20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM MEMBERIKAN KEPASTIAN HUKUM TERHADAP PERLINDUNGAN MEREK DAGANG DI KOTA SEMARAPURA**", Tujuan penelitian ini meliputi tujuan umum dan tujuan khusus, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Umum

1. Guna menerapkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, Khususnya dalam bidang riset yang dikerjakan oleh para mahasiswa.
2. Untuk Perkembangan Ilmu Pengetahuan Hukum.

3. Sebagai Sebuah Tuntunan Untuk Menuntaskan Jenjang Pendidikan Sarjana 1 (S1) Pada Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar.

1.4.2 Tujuan Khusus

1. Sasaran dari kajian ini adalah untuk mengerti bagaimana Efektifitas Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura.
2. Untuk mengukur sejauh mana pengusaha mengerti dan menyadari pentingnya mendaftarkan merek dagang sebagai keharusan guna memperoleh hak atas merek tersebut, Khususnya bagi umkm.
3. Untuk memahami peran dinas pemerintah daerah dan institusi berkaitan dalam menunjang kegiatan registrasi merek di kabupaten klungkung.
4. Untuk mengerti kendala yang dihadapi oleh para pengusaha Ketika menerapkan aturan Pasal 3 dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

1.5Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tata cara bagaimana cara melakukan penelitian. Metode penelitian membicarakan mengenai tata cara pelaksanaan penelitian.

1.5.1 Jenis Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode penelitian hukum

empiris. Metode penelitian hukum empiris adalah metode penelitian yang melihat kesenjangan antara aturan dan faktanya ini menggunakan untuk mengetahui adanya kesenjangan antara ketentuan hukum yang berlaku dengan fakta yang terjadi di lapangan. Melalui metode ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap praktik yang terjadi di masyarakat guna mengetahui bagaimana pelaksanaan Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura.Inti kajian ini terletak pada implementasi ketentuan hukum tentang kepemilikan hak merek sesudah proses registrasi oleh para pelaku bisnis, terutama dalam ranah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Pengkajian hukum ini dilaksanakan dengan mengamati hukum sebagai aktivitas aktual di tengah masyarakat, yaitu melalui pengumpulan informasi awal yang bersumber langsung dari para pelaku usaha dan institusi terkait di Kabupaten Klungkung lewat wawancara dan pengamatan langsung. Di samping itu, studi ini turut menggunakan data pendukung yang bersumber dari telaah pustaka, meliputi undang-undang, kitab acuan, terbitan ilmiah hukum, beserta arsip lain yang berkaitan dengan merek dan pencatatan merek, demi memperkuat serta melengkapi data yang sudah dikumpulkan.

1.5.2 Jenis Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pendekatan Sosiologis Hukum.

   Pendekatan sosiologis hukum digunakan guna mengkaji hukum sebagai suatu gejala sosial yang hidup serta dipraktikkan dalam

masyarakat. Dengan memanfaatkan cara pandang ini, penulis mengamati bagaimana tanggapan, pengetahuan, dan opini para pelaku usaha, terutama UMKM di Kabupaten Klungkung, terkait kewajiban mendaftarkan merek sebagaimana ditetapkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Sasaran dari pendekatan ini yaitu mengerti bagaimana hukum merek berjalan dalam kenyataan dan apa saja elemen sosial yang berpengaruh pada implementasinya.[9]

2. Pendekatan Antropologi Hukum

   Pendekatan antropologi hukum dipakai untuk mengkaji hukum sebagai unsur kehidupan bermasyarakat, sehingga bisa diperhatikan bagaimana hukum dipahami, dijalankan, serta diterapkan oleh publik dalam kegiatan harian. Dengan cara pandang ini, peneliti tidak hanya melihat hukum sebagai aturan yang tercantum di dalam undang-undang, tetapi turut memperhatikan perilaku, kebiasaan, serta pemahaman hukum publik saat menerapkan ketentuan tersebut. Dalam pembahasan ini, cara pandang antropologi hukum digunakan untuk mengupas bagaimana para pelaku bisnis, terutama yang termasuk usaha kecil, mikro, serta menengah (UMKM) di wilayah Kabupaten Klungkung, memandang nilai dari pendaftaran merek dan bagaimana mereka mengimplementasikan aturan yang termasuk dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang

[9]Bernadete Nurmawati,2024, **HUKUM MEREK**, Mega Press Nusantara, Jawa Barat, hlm. 1-6.

Merek dan Indikasi Geografis.Metode ini juga membantu peneliti untuk mengenali beragam aspek sosial, budaya, maupun pengertian hukum yang mempengaruhi pengusaha dalam kegiatan pencatatan merek.[10]

3. Pendekatan Psikologi Hukum

   Pendekatan psikologi hukum dipakai untuk mengkaji hukum sebagai untuk mengupas bagian psikologis yang memengaruhi sikap seseorang dalam menaati atau menjalankan aturan hukum yang berlaku. Dengan metode ini, pengkaji dapat mengurai bagaimana anggapan, pengetahuan, keinsafan, serta pandangan seseorang tentang hukum mempengaruhi perbuatan mereka ketika mematuhi ketentuan yang ada. Dalam penelitian ini, metode psikologi hukum dipakai untuk memeriksa seberapa jauh pemahaman dan kesadaran pemilik usaha, terutama pada ranah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Klungkung, tentang pentingnya pencatatan merek sesuai dengan aturan yang termasuk dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sasaran dari metode ini juga adalah untuk mengetahui unsur psikologis yang mendorong atau menghalangi bagi pemilik usaha dalam mengambil sikap atau tidak mencatatkan merek demi keamanan

[10]Dewi Tenty Septi Artiany, 2018, **Merek Kolektif Produk Koperasi Ekonomi Kreatif**, Penerbit Alumni, Bandung, hlm. 4-6.

hukum atas nama dagang yang mereka pakai dalam kegiatan usaha.[11]

1.5.3 Sumber bahan hukum

Sumber informasi dalam studi hukum empiris ini dibagi menjadi tiga kategori, yaitu data primer, data sekunder, dan data tersier. Pembagian ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang pelaksanaan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis dalam aktivitas usaha di Kabupaten Klungkung, baik dari sisi norma maupun dari praktik yang ada di lapangan. Berikut adalah sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Data Primer

   Data Data Primer adalah data yang bersumber dari penelitian lapangan. Data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan yaitu baik dari responden maupun informan. informasi utama yang dikumpulkan secara langsung dari lokasi dan memiliki hubungan yang erat dengan subjek yang sedang diteliti. Dalam studi ini, data primer didapatkan melalui penelitian di lapangan, yaitu dengan cara mengumpulkan informasi langsung dari responden yang terkait dengan penelitian ini. Responden dalam studi ini merupakan pelaku usaha, khususnya bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Klungkung yang memanfaatkan merek dalam aktivitas usahanya. Di sisi lain, informan dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki pengetahuan dan hubungan dengan proses pendaftaran

[11]Rifyal Dahlawy Chalil, 2020**, Brand, Islamic Branding, & Re-Branding**, PT. RajaGrafindo Persada, Depok, hlm. 26-27.

merek, seperti pejabat pemerintah daerah atau institusi terkait yang berperan dalam memberikan sosialisasi, pendampingan, serta layanan mengenai pendaftaran merek. Data ini diperoleh melalui teknik wawancara dan pengumpulan informasi secara langsung di lapangan.

2. Data Sekunder

   Data Sekunder adalah suatu data yang bersumber dari penelitian kepustakaan yang terdiri dari Peraturan Perundang-Undangan, Buku, Jurnal, Makalah, Konsep Hukum, dan literatur hukum termasuk Putusan Pengadilan yang terkait untuk sebagai sumber atau pedoman untuk menganalisis isu atau permasalahan hukum.

3. Data Tersier

   Data Tersier adalah bersumber dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Hukum, black law dictionary dan ensklopedi hukum.informasi tambahan yang bertujuan untuk menjelaskan istilah, konsep, dan definisi hukum yang dipakai dalam kajian.

1.5.4 Teknik pengumpulan bahan hukum

Pengumpulan bahan hukum serta data dalam telaah hukum empiris ini dikerjakan dengan meninjau sumber hukum dan menghimpun data dari lokasi yang berhubungan dengan penerapan Efektifitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura. Bahan hukum didapat melewati telaah kepustakaan dengan mengkaji regulasi yang berkaitan dengan merek dan indikasi geografis, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, dan juga teori hukum, bacaan, dan putusan pengadilan.

Telaah kepustakaan ini memiliki tujuan memperoleh landasan teori

serta batasan hukum yang akan dipakai guna menelaah implementasi ketentuan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Selain itu, telaah ini juga menggunakan cara penelitian lapangan guna mengumpulkan data aktual. Langkah pengumpulan data lapangan dikerjakan melalui dialog dengan orang-orang yang punya keahlian serta keterkaitan langsung dengan subjek telaah, contohnya staf di lembaga yang mengurus kekayaan intelektual, pebisnis atau pemilik merek di Kabupaten Klungkung, serta pihak lain yang dinilai mengerti tentang bagaimana pelaksanaan serta perlindungan hukum merek di wilayah tersebut.

Dialog dilaksanakan dengan pendekatan fokus untuk memperoleh keterangan seputar pelaksanaan, kendala, dan keberhasilan Efektifitas Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Selama menghimpun bahan hukum dan data aktual, penyusun mencatat dengan metode yang tertata dan berstruktur supaya penelaahan serta pemprosessan data menjadi lebih gampang. Data yang terkumpul kemudian diperiksa secara kualitatif dengan menghubungkan antara aturan hukum yang berlaku dan kenyataan yang ditemukan di lapangan.

Melalui cara mengumpulkan data dan informasi hukum ini, diharapkan kajian ini mampu menyajikan pandangan yang tepat dan lengkap mengenai Efektifitas Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura dan menyuguhkan responden yang jelas serta teratur terhadap persoalan penelitian.

1.5.5 Teknik Analisis Bahan Hukum

Teknik penilaian materi hukum dan informasi dalam kajian hukum

empiris ini dipakai guna mengurai, menafsirkan, dan mengkaji materi hukum serta data yang didapat dari lapangan guna menjawab permasalahan riset seputar penegakan Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura. Kegiatan penguraian dilaksanakan dengan menghubungkan regulasi hukum yang berlaku dengan bukti nyata yang berhasil didapatkan. Corak penguraian yang dipakai dalam kajian ini adalah kualitatif deskriptif, yang menjadi landasan penting dalam penyelidikan hukum empiris.

Cara ini dikerjakan dengan menguraikan secara mendalam tentang keadaan, pelaksanaan, dan pemanfaatan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam konteks memberikan kepastian hukum terhadapa perlindungan merek dagang di kota semarapura perlindungan merek dan indikasi geografis di kota semarapura. Dalam penelitian ini, penulis menguraikan ketentuan-ketentuan pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis beserta aturan lain yang berhubungan dengan pendaftaran dan penjagaan merek. Berikutnya, ketentuan ini diperiksa dengan menyamakannya terhadap informasi faktual yang didapat dari wawancara dan data lapangan berkaitan pelaksanaan hak merek, kendala yang dihadapi, dan tingkat pemahaman serta ketaatan pihak terkait di Kabupaten Klungkung.

Luaran dari penguraian ini kemudian dipakai untuk menilai kecocokan antara kaidah hukum yang ada dengan penerapannya di lapangan, sehingga kita bisa menentukan apakah Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20

Tahun 2016 dilaksanakan secara berhasil atau masih terdapat kendala dalam pelaksanaannya. Dengan memanfaatkan cara penguraian ini, diharapkan riset dapat menyajikan informasi yang terang, tersusun, dan berdasar fakta mengenai Efektivitas Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Dalam Memberikan Kepastian Hukum Terhadap Perlindungan Merek Dagang Di Kota Semarapura.

Selanjutnya, analisis yang dilakukan terhadap informasi lapangan dipakai untuk mengenali elemen-elemen yang berpengaruh terhadap keberhasilan penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 di Kota Semarapura. Elemen-elemen tersebut mencakup aspek hukum itu sendiri, pihak penegak hukum, faktor-faktor infrastruktur yang mendukung, masyarakat sebagai entitas hukum, serta norma budaya hukum yang ada di kalangan pelaku bisnis. Penelaahan terhadap elemen-elemen tersebut sangat penting untuk menentukan apakah ketentuan hukum yang ada telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan awalnya, yaitu memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi pemegang merek.

Hasil dari penelitian ini akan dianalisis dengan membandingkan das sollen (aturan hukum) dan das sein (realitas di lapangan). Tujuan perbandingan ini adalah untuk menilai sejauh mana pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 sesuai dengan praktik perlindungan merek dagang di Kota Semarapura serta mengevaluasi apakah jaminan dan perlindungan hukum telah terwujud.

1.6 Sistematika Penulisan

1.1.2 BAB I : Bab ini menguraikan latar belakang persoalan yang menyoroti pentingnya pengamanan hukum merek sesuai dengan aturan PASAL 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam konteks kegiatan usaha,serta kondisi penerapannya di Kabupaten Klungkung. Selain itu, bab ini juga memuat perumusan persoalan, maksud dari pengkajian, kegunaan dari pengkajian, dan juga urutan penulisan yang memberikan gambaran permulaan mengenai sasaran dan lingkup pengkajian.

1.1.3 BAB II : Bab ini menyajikan ringkasan singkat tentang perkakas analisis dan kerangka teoretis yang dipakai untuk mengkaji masalah hukum,meliputi teori perlindungan hukum. Semua hal tersebut berhubungan erat dengan pembahasan pelaksanaan Pasal 3 Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

1.1.4 BAB III : Bagian ini menguraikan pembahasan mengenai persoalan krusial yang pertama,yakni mengenai prosedur Penerapan Pasal 3 dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang

Merek Dan Indikasi Geografis pada aktivitas bisnis di Wilayah Kabupaten Klungkung,dengan memperhatikan dasar-dasar yuridis serta kondisi empiris yang teramati di area tersebut.

1.1.5 BAB IV : Bab ini menjelaskan mengenai pembahasan mengenai rumusan masalah kedua,Yaitu Faktor-Faktor Apa Saja Yang Berpengaruh Terhadap Fungsi Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis dalam kegiatan berusaha di Wilayah Kabupaten Klungkung,yang dianalisis berdasarkan data yang diporoleh dari penelitian di lapangan.

1.1.6 BAB V : Bab ini menjelaskan hasil penulisan yang mencakup kesimpulan dan saran sebagai respons terhadap masalah yang diangkat dalam penelitian,serta rekomendasi yang diharapkan dapat berkontribusi dalam penguatan perlindungan hukum untuk Merek Dan Indikasi Geografis Di Wilayah Kabupaten Klungkung.

BAB II
KERANGKA TERORITIS

2.1 Landasan Teori

Deretan gagasan, pemahaman, serta aturan yang dipakai sebagai dasar untuk menalar di dalam suatu riset atau perbincangan. Bagian ini menerangkan "dari perspektif mana" sebuah isu dinilai.

2.1.1 Teori Sistem Hukum

Sistem Hukum adalah Salah satu dasar serta bagian nyata dari sistem hukum adalah struktur hukum yang dijelaskan sebagai tiang penyangga yang menopang kokohnya sebuah konstruksi sistem hukum. Hal ini merefleksikan pengertian hukum sebagai suatu kesatuan yang terpadu, bukan sekadar menjadi tumpukan regulasi yang terpisah. Dengan kata lain, hukum dianggap sebagai jejaring yang terdiri dari beragam komponen yang saling berkaitan dan berkolaborasi untuk menata kehidupan masyarakat.[12]

Teori sistem hukum dari Lawrence M. Friedman dipakai buat membedah sistem hukum secara lebih mendalam. Sebagaimana dijelaskan oleh Lawrence M. Friedman, ini adalah "subjek ilmu sosial", sebab sistem hukum punya tiga komponen utama yakni struktur, substansi, dan budaya.[13]

Awalnya, struktur hukum adalah suatu badan yang diciptakan oleh sistem hukum dengan aneka ragam tugas untuk membantu kegiatan sistem itu sendiri,lalu struktur ini yang akan menerapkan siapa saja yang didalam hal tentang merek ini.Guna memberi perlindungan hukum atas suatu karya cipta, khususnya untuk merek, pemerintah membangun sebuah badan demi

[12]Sri Mulyani, 2014, **Kontruksi Konsep Hak Atas Merek Dalam Sistem Hukum Jaminan Fidusia Sebagai Upaya Mendukung Pembangunan Ekonomi**, Jurnal Masalah-Masalah Hukum, Universitas Diponegoro, Volume 43 Nomor 2, hlm. 220.

[13]Lawrence M. Friedman, 2019, **Sistem Hukum: Perspektif Ilmu Sosial**, Nusamedia, Bandung, hlm. 13-17.

mencapai maksud tersebut, yakni dengan berdirinya Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di bawah naungan Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Lembaga itu mempunyai perwakilan kantor di tiap provinsi.[14]

Kedua, substansi hukum merupakan produk dari sistem hukum yang berupa aturan-aturan serta keputusan-keputusan yang ditetapkan oleh kedua pihak, baik yang mengatur maupun yang diatur subtansi ini yang membicarakan tentang aturannya. Tujuan pemerintah ialah untuk memberikan perlindungan hukum terhadap karya cipta yang dihasilkan oleh masyarakat supaya terhindar dari tindakan plagiasi atau peniruan. Ini merupakan bentuk apresiasi pemerintah kepada masyarakat sebagai pencipta. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah adalah dengan merancang dan mengesahkan UU Merek yang memuat ketentuan mengenai merek dan perlindungannya. Kehadiran UU merek mestinya dipahami dan dihayati oleh masyarakat. Substansi hukum merupakan bagian dari sistem hukum yang memuat aturan serta putusan yang mengendalikan kewajiban dan hak warga. Terkait perlindungan merek, pemerintah menjamin secara hukum hasil ciptaan warga melalui UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis agar terhindar dari pemalsuan atau penyelewengan merek. Maka dari itu, aturan dalam undang-undang tersebut patut dimengerti dan dipatuhi oleh masyarakat, utamanya para pelaku usaha.[15]

[14]Yudhitiya Dyah Sukmadewi, 2018, **Kajian Legalitas Dan Manajemen Merek Pada UMKM Munaku Sulam Pita Semarang**, Jurnal Law Reform, Universitas Semarang, Volume 14 Nomor 2, hlm. 284-285.

[15]Simon Gottfriedus Nday, 2025, **Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Merek Asing Dalam Perspektif Putusan Pengadilan**, Tesis, Universitas Kristen Indonesia, hlm. 10.

Ketiga, budaya hukum terbentuk dari norma-norma, pandangan, sikap, kebiasaan, cara dalam bertindak, pola pikir, dan pendapat yang memengaruhi penerapan hukum. Sub sistem ini bisa dianalisis berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan sumber informasi, untuk mengetahui kenapa budaya di klungkung itu tidak mau mendaftarkan merek dagangnya, apa susah melakukan pendaftaran atau bagian dari struktur yang belum dapat dijelaskan secara optimal. Hal ini yang menunjukkan adanya sikap terbuka terhadap segala bentuk pengetahuan serta rasa ingin tahu terhadap suatu bidang ilmu.[16]

2.1.2 Teori Peran

Teori peran adalah sebuah kerangka yang menjelaskan bahwa dalam sebuah tatanan sosial, ada kedudukan (status) serta tugas (peranan) yang saling terhubung. Menurut Soerjono Soekanto, peranan merupakan aspek aktif dari kedudukan, yang mengindikasikan seseorang dianggap menjalankan peranan ketika ia menunaikan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya. Dalam studi ini, teori sistem peran dipakai guna menelaah bagaimana para pihak yang teribat dalam penerapan Undang-Undang Dasar Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis melaksanakan fungsinya dalam membentuk kejelasan hukum terkait perlindungan merek dagang.[17]

Dalam teori ini, sistem peran digunakan untuk mengkaji cara

[16]Ika Darmika, 2016, **Budaya Hukum (Legal Culture) Dan Pengaruhnya Terhadap Penegakan Hukum Di Indonesia,** Jurnal Hukum Tora, Universitas Kristen Indonesia, Volume 2 Nomor 3, hlm. 430.

[17]M. Abas, 2023, **Sosiologi Hukum: Pengantar Teori- Teori Hukum Dalam Ruang Sosial**, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Kota Jambi, hlm. 6-7.

masyarakat mendaftarkan merek bisnis mereka, serta bagaimana peran ini diterapkan dalam interaksi sosial. Teori ini juga berguna untuk mengevaluasi seberapa besar keterlibatan masyarakat tergambar dalam penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mencakup perlindungan hukum bagi merek dagang dan indikasi geografis.[18]

Melalui metode ini, kita dapat menyadari bahwa setiap orang memiliki peran dan kewajiban, Dalam struktur sosial, dengan para pelaku bisnis selaku pemegang merek yang berkewajiban mendaftarkan mereknya guna memperoleh perlindungan hukum. Maka dari itu, penerapan teori sistem peran ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran publik, khususnya di Kabupaten Klungkung, untuk melakukan pendaftaran merek secara tepat, tertib, dan sesuai dengan regulasi hukum yang berlaku, sehingga dapat memberikan perlindungan hukum serta menghalangi terjadinya pelanggaran merek.[19]

2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah bagian dari karya ilmiah yang menyajikan penjelasan mengenai teori, konsep, regulasi, dan hasil penelitian yang relevan dengan topik yang sedang dibahas. Melalui tinjauan pustaka, peneliti bisa memastikan bahwa isu yang diangkat memiliki dasar ilmiah yang kuat sekaligus memahami penelitian orang lain.[20]

---

[18]Lutfi Muta'ali, 2024, **Geografi Pemerintahan: Peran Geografi Dalam Manajemen Pemerintahan**, Star Digital Publishing, Yogyakarta, hlm. 37-202.

[19]Insan Budi Maulana, 2020, **Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta**, P.T. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 22-23.

[20]Syahriani Sirait, 2025, **Seni Dan Teknik Penulisan Karya Ilmiah**, Cv Get Press Indonesia, Sumatera Barat, hlm. 37.

Menurut Moh. Nazir Tinjauan pustaka adalah penelaahan terhadap buku, jurnal, dan laporan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, guna memperoleh informasi yang relevan. Dengan demikian, peneliti dapat mengenali kekurangan atau aspek yang kurang dari penelitian terdahulu, sehingga mampu menawarkan sesuatu yang baru atau berbeda dalam studi mereka.[21]

Materi dalam tinjauan pustaka umumnya berisi definisi konsep-konsep penting yang digunakan dalam penelitian,Menurut Shavelson dan towne telah melakukan tinjauan pustaka demi mendapatkan pemahaman komprehensif tentang pokok atau persoalan yang diteliti dan menemukan hasil-hasil yang sudah ada. Karenanya, pencarian pustakaan berfungsi sebagai sarana untuk menghimpun data dalam riset yang dilakukan peneliti serta menemukan persoalan yang cocok dan berkaitan dengan sumber atau riset pustakaan yang dimanfaatkan. Dengan demikian, peneliti melaksanakan studi mereka dengan menggunakan sistem tinjauan pustaka.[22]

2.2.1 Pengertian Efektifitas

Efektivitas adalah pencapaian tujuan suatu program atau organisasi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efisien, yang dapat ditinjau dari aspek masukan (input), proses, dan keluaran (output). Dengan demikian, efektivitas tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam mencapai hasil yang diharapkan, tetapi juga mencerminkan bagaimana

[21]Muannif Ridwan, 2021, **Pentingnya Penerapan Literature Review Pada Penelitian Ilmiah**,Jurnal Masohi, Universitas Islam Indragiri, Volume 2 Nomor 1, hlm. 47-48.

[22]Wiwik Sri Widiarty, 2024, **Buku Ajar Metode Penelitian Hukum**, Publika Global Media, Yogyakarta, hlm. 103-104.

seluruh tahapan pelaksanaan berjalan secara tepat sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara optimal.[23]

Menurut Effendy, efektivitas bisa dilihat sebagai sebuah proses komunikasi yang sukses mencapai target yang sudah disusun, sesuai dengan biaya, waktu, dan tenaga kerja yang disepakati. Efektivitas merupakan unsur penting untuk mencapai sasaran yang sudah ditetapkan dalam setiap organisasi, kegiatan, atau program. Sebuah hal dianggap efektif apabila target atau sasaran yang sudah ditentukan berhasil diraih.[24] Jadi Efektifitas bila mana Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 sanggup memberikan kepastian hukum demi melindungi merek dagang di Semarapura.

Dengan kata lain, Efektifitas di sini mengukur seberapa jauh penerapan undang-undang ini dalam praktik pelaksanaannya telah menyentuh tujuan yang diharapkan, yaitu melindungi hak-hak para pemilik merek, menghindari terjadinya pelanggaran, serta menyiapkan jaminan hukum yang kuat dan dirasakan oleh publik.

2.2.2 Kepastian Hukum

Kepastian hukum merujuk pada keadaan di mana suatu peraturan hukum memiliki kejelasan yang jelas, ketetapan, dan diterapkan secara konsisten sehingga masyarakat dapat dengan tegas memahami apa yang diperbolehkan dan dilarang serta mendapatkan jaminan perlindungan hukum tanpa kebingungan atau perbedaan dalam penafsiran. Kepastian hukum juga

[23]Alia Yassinta Echa Putri, 2023, **Efektifitas Adalah: Pengertian, Pendekatan, Dan Kriteria Pengukuran.** https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6944770/efektivitas-adalah-pengertian-pendekatan-dan-kriteria-pengukuran. Diakses tanggal 29 April 2026, pukul 13.37 WITA.

[24]Nadia Qisthina Putri,2020, **Efektifitas Penggunaan Aplikasi Qraved Sebagai Media Memilih Tempat Makan**, Jurnal Pewarta Indonesia, Institut Komunikasi Dan Bisnis LSPR, Volume 2 Nomor 1, hlm. 24.

menandakan bahwa hukum tidak hanya tertulis, melainkan juga dilaksanakan dengan adil dan mampu memberikan rasa aman bagi setiap individu yang terikat oleh hukum tersebut.[25]

Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum adalah jaminan bahwa hukum dijalankan, bahwa orang yang berhak sesuai hukum bisa memperoleh haknya, dan bahwa putusan bisa dieksekusi. Walaupun kepastian hukum berhubungan erat dengan keadilan, hukum tidaklah sama dengan keadilan. Hukum bersifat umum, berlaku bagi semua orang dan berlaku sama, sementara keadilan bersifat pribadi dan tidak sama.[26] Kepastian hukum dalam situasi ini dipahami sebagai kepastian mengenai adanya klarifikasi, perlindungan, dan penegakan hak atas merek yang nyata bagi pemiliknya, sesuai dengan ketentuan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang mengatur secara menyeluruh tentang pendaftaran, hak, serta perlindungan terhadap merek dagang.

2.2.3 Perlindungan

Perlindungan adalah mencakup semua langkah yang diambil demi memelihara, mengawal, serta mengukuhkan hak seseorang atau badan hukum, terhadap perbuatan yang berpotensi mendatangkan kerugian. Dalam hal ini perlindungan itu bermakna adanya jaminan dari negara lewat regulasi yang dibentuk agar hak-hak tersebut diakui, dijunjung, dan dijalankan. Jadi Perlindungan dalam upaya yang diatur oleh hukum demi

[25]Sinto Adi Prasetyorini, 2024, **Reformulasi Pengaturan Pendirian Lembaga Bantuan Hukum Dalam Upaya Mewujudkan Kepastian Hukum**, Lawwana, Semarang, hlm. 58.

[26]Budi Astuti, 2023, **Kepastian Hukum Pengaturan Transportasi Online**, Jurnal Al-Qisth Law Review, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Volume 6 Nomor 2, hlm. 218.

menghalangi timbulnya pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) oleh pihak yang tidak berhak. Apabila terjadi pelanggaran, tindakan itu harus diproses lewat jalur hukum, dan apabila terbukti bersalah, pelakunya bisa dikenakan hukuman sesuai aturan hukum yang berlaku, baik hukuman pidana maupun perdata.[27]

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah sebuah upaya untuk menjaga kepentingan seseorang dengan memberikan hak kepadanya supaya bisa bertindak demi kepentingannya itu. Perlindungan hukum yang dimaksud di sini berkaitan dengan perlindungan hak bagi pemilik merek dagang seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Bentuk perlindungan ini diwujudkan melalui proses pendaftaran merek, upaya pencegahan atas pelanggaran, serta penegakan hukum terhadap individu atau entitas yang menggunakan merek tanpa izin. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek dagang memainkan peranan krusial dalam menyediakan kepastian hukum dan mendukung terciptanya lingkungan bisnis yang adil dan menguntungkan, terutama di Kota Semarapura.[28]

2.2.4 Pengertian Merek

Merek adalah sebuah lambang yang diletakkan atau dilekatkan pada wadah barang dagangan atau pun sebuah penanda yang dijual, lazimnya berwujud sketsa yang tersusun atas huruf, kata, angka, corak, lukisan, serta kombinasi dari bagian-bagian tersebut. Menurut Lubis, Kalau tidak ada

[27]Hery Firmansyah, 2013, **Perlindungan Hukum Terhadap Merek**, Pressindo, Yogyakarta, hlm. 11.

[28]Agustinus Sihombing, 2023, **Hukum Perlindungan Konsumen**,Azka Pustaka, Sumatra Barat, hlm. 2-4.

pembedaan, maka tidak mungkin disebut merek. Kegunaan dari merek ialah untuk memberi jati diri dan memisahkan suatu barang dagangan agar gampang dikenali oleh pembeli di pasaran. Dalam penerapannya, penggunaan merek dapat dijalankan pada bermacam macam jenis usaha, seperti kedai pakaian atau pun warung kopi.[29]

Sebagai contoh, dalam usaha kedai pakaian layaknya distro (Distribution Outlet), merek dipakai untuk membedakan barang-barang yang dijajarkan, seperti kemeja, gelang, dan pelengkap lainnya, sehingga memiliki ciri khas tersendiri di benak pelanggan. Di sisi lain, dalam usaha warung kopi, merek diterapkan bukan sekadar pada hasil produksi seperti kopi dan kue, tetapi juga pada gagasan lokasi dan tempat yang di design aesthetic yang dirancang secara indah untuk memikat pengunjung serta mewujudkan pengalaman yang istimewa dan tak terlupakan.[30]

2.2.5 Pengertian Dagang

Dagang berarti kegiatan ekonomi yang melibatkan jual beli barang atau jasa oleh perorangan atau entitas demi memperoleh laba. Perdagangan secara umum mencakup seluruh rantai distribusi, dari pengadaan barang, penawaran, sampai ke tangan konsumen di pasar. Dalam ranah hukum, perdagangan juga berkaitan dengan aksi bisnis yang diakui legalitasnya, sehingga setiap transaksi dagang memiliki hak dan kewajiban yang mesti ditaati pelakunya.[31] Menurut R. Soekardono, Perdagangan adalah setiap

[29]Chandra Gita Dewi, 2020, **Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek**, Deepublish, Yogyakarta, hlm. 1.

[30]Sofhia Rahayu Zahra, 2025, **Pengaruh Harga,Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Coffe Shop Terhadap Minat Konsumen Berkunjung Ke Risala Kopi**, Jurnal Artificial Intelligence And Digital Business (RIGGS), Universitas Medan Area, Volume 4 Nomor 3, hlm. 8233-8234.

[31]Farida Hasyim, 2023, **Hukum Dagang**, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 1-8.

tindakan perantara yang terjadi antara produsen dan konsumen dalam urusan jual beli barang, dengan niat meraih keuntungan.[32]

2.2.6 Pengertian Merek Dagang

Merek dagang adalah sebuah tanda yang dipakai untuk membedakan properti perorangan dari yang lain. Merek dagang sebuah simbol yang unik dan spesifik, yang memberikan karakter serta keistimewaan pada produk tertentu. Menurut Prof. Molengraf, merek dagang adalah cara untuk mengidentifikasi suatu produk tertentu, guna menunjukkan sumber produk tersebut, serta menjamin kualitasnya sehingga dapat dibandingkan dengan barang-barang sejenis yang diproduksi dan dijual oleh individu atau perusahaan lain.[33]

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 menjelaskan bahwa merek dagang dan merek jasa memperoleh perlindungan hukum yang setara, sehingga pengajuan salah satunya dapat ditolak jika memiliki kemiripan dengan merek lain. Undang-undang ini juga melebarkan cakupan definisi merek dibanding UU No. 15 Tahun 2001 dengan menyertakan kategori baru seperti merek suara dan merek tiga dimensi. Mekanisme perlindungan merek di Indonesia menganut prinsip "siapa cepat dia dapat," di mana hak eksklusif diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek, berlaku selama sepuluh tahun, dan melarang pemakaian merek tersebut untuk tujuan komersial oleh pihak lain tanpa persetujuan.[34]

---

[32]Endang Sutrisno, 2026, Buku Ajar Hukum Dagang, Deepublish, Yogyakarta, hlm. 6.

[33]Ach Bakir, 2023, **Hak Merek Dagang Perspektif Perundangan Dan Ekonomi Islam**, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Volume 9 Nomor 3, hlm. 3.

[34]Sulastri, 2018, **Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware**, Jurnal Yuridis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Volume 5 Nomor 1, hlm. 166.

Jenis - jenis merek jasa dan merek kolektif, Merek Jasa merupakan merek yang digunakan untuk **jasa** yang diberikan oleh seseorang atau badan hukum guna membedakan dengan jasa sejenis lainnya seperti, jasa transportasi, jasa perhotelan, dan Pendidikan.Lalu Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, atau mutu, serta digunakan secara bersama oleh beberapa orang atau badan hukum. Seperti Dipakai oleh kelompok asosiasi.[35]

2.2.7 Geografis Kota Semarapura

Geografis adalah ringkasan atau penjelasan mengenai sejarah sebuah subjek biasanya orang, tempat, atau wilayah yang mencakup informasi krusial seperti urutan waktu, asal-usul, perkembangan, serta kondisi keseluruhan yang menentukan identitas subjek tersebut. Menurut Sudargo Gautama Geografis menandakan asal produk dari wilayah tertentu, dengan reputasi atau kualitasnya sangat terkait dengan daerah tersebut. Dengan reputasi atau kualitasnya sangat terkait dengan daerah tersebut. Dalam hal ini, Kota Semarapura merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Klungkung yang terletak di Provinsi Bali, Indonesia. Secara administrasi, Semarapura berada di dalam wilayah Kecamatan Klungkung dan berfungsi sebagai pusat pemerintahan, kegiatan ekonomi, serta interaksi sosial masyarakat.[36]

Kota ini memiliki nilai sejarah yang tinggi karena sebelumnya merupakan pusat dari Kerajaan Klungkung yang merupakan salah satu

[35]Enny Mirfa, 2016, **Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar**, Jurnal Hukum Samudra Keadilan, Universitas Samudra, Volume 11 Nomor 1, hlm. 71.

[36]I Nengah Alit Nuriawan, 2021, **Pengembangan Terpadu City Tour Semarapura Melalui Ship Approach**,Jurnal Master Pariwisata, Universitas Udayana, Volume 7 Nomor 2, 777.

kerajaan penting di Bali. Nama "Semarapura" berasal dari kata "Semara" yang berarti cinta dan "Pura" yang berarti tempat atau kota, sehingga dapat diartikan sebagai kota yang indah dan penuh kedamaian. Secara geografis, Semarapura terletak di daerah dataran rendah dengan lokasi yang cukup strategis karena menghubungkan daratan Bali dengan wilayah Nusa Penida. Dari sudut pandang sejarah, Semarapura diakui sebagai tempat terjadinya Perang Puputan Klungkung pada tahun 1908, yang menjadi lambang perjuangan masyarakat Bali dalam mempertahankan martabat.[37]

Warisan historis ini masih memberikan dampak bagi kehidupan sosial dan budaya warga hingga sekarang. Dalam hal sosial dan ekonomi, Semarapura telah berkembang menjadi pusat bisnis dan layanan di Kabupaten Klungkung, dengan kegiatan yang banyak dilakukan oleh UMKM dan usaha modern seperti brand pakian (baju brand) serta kerap banyak tempat kopi yang modern seperti coffeshop, di wilayah kota semarapura. Situasi ini sangat terkait dengan pentingnya perlindungan merek, sebab produk lokal memiliki ciri yang harus dijaga. Oleh sebab itu, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis memegang peranan krusial dalam memberikan kepastian hukum dan mencegah praktik tiruan serta persaingan usaha yang tidak sehat.[38]

Menimbang situasi tersebut, keberadaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memiliki peran yang amat penting dalam memberikan perlindungan serta kepastian hukum bagi para

[37]Anonim, 2025, **Semarapura**, https://id.wikipedia.org/wiki/Semarapura, diakses tanggal, 2 Mei 2026, pukul 19.37 WITA.

[38]Cokorda Gede Alit Semarajaya, **Menapaki Jejak Lansekap Budaya Sekitar DAS Oos Jinah**, Jurnal Arsitektur Lansekap, Universitas Udayana, Volume 2 Nomor 2, hlm. 147- 153.

pelaku usaha di Kota Semarapura. Lewat tahapan pendaftaran merek, para pelaku usaha memperoleh hak tunggal atas merek mereka dan memiliki dasar hukum untuk melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau mirip. Dengan demikian, perlindungan merek tidak hanya menjamin kepastian hukum bagi pemilik merek, melainkan juga turut berperan dalam menciptakan suasana bisnis yang sehat,serta mendorong kemajuan ekonomi masyarakat.