

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK ATAS MEREK
PADA PERUSAHAAN *STARTUP* DIGITAL YANG TIDAK
MENDAFTARKAN MEREK DAGANG DI BANDUNG**

Oleh : *Rizka Aprilia*

Pembimbing I: Dr. Zulfikar Jayakusuma, SH., M.H

Pembimbing II: Ulfia Hasanah, SH., M.Kn

**Alamat: Jl. Jasa Perumahan Villa Nangka Permai Blok B No 35 , Labuh Baru
Timur, Payung Sekaki Pekanbaru**

Email: rizkaaprilia40@gmail.com- Telepon :081364558463

ABSTRACT

Registering a trademark is very important for entrepreneurs today. Trademarks include company names and logos, names and symbols of certain products from companies and company slogans. As you know, there are still many digital startups that have not registered their trademarks. In fact, the existence of IPR certificates is considered quite important to protect its business from piracy, imitation or other problems and when there are investors who are interested in working together. Where IPR in general or trademark specifically is the foundation of a digital startup company Regulations related to brands are regulated in Law Number 20 Year 2016 Regarding Trademarks and Geographical Indications. Even though the various phenomena present show the enormous potential of the creative economy, it turns out that there are not many startups who consider IC to be an important issue, which is the problem at hand.

The purpose of this thesis is; First, legal protection of trademark rights at digital startup companies that do not register trademarks in Bandung. Second, barriers faced against trademark rights in digital startup companies that do not register trademarks, Third, solutions or efforts made by the Creative Economy Agency. This type of research is sociological juridical research, which is research that emphasizes the legal aspects of the subject matter to be discussed, related to the reality in the field.

From the results of research and discussion, there are three main things that can be concluded, First, legal protection of the rights to trademarks in digital startup companies that do not register trademarks can be done, based on the provisions of Article 21 paragraphs (1) letters b and c which contain the application refusal registration and be strengthened by Article 76 regarding the claim for cancellation of the mark. Second, the obstacles faced by digital startups in trademark registration are the lack of knowledge and understanding of the importance of IP protection, the lack of understanding of IP by the organizers and the Time Management related to trademark registration. Third, solutions or efforts made by Bekraf to increase awareness of digital startup companies on trademark registration by holding programs such as Facilitation of IPR registration, IPR protection seminars for ecraft products and IPR socialization etc.

Keywords : Trademark, Startup Digital, Trademark Registrasion.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi internet telah memicu terjadinya gelombang revolusi industri ke-4, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi berbasis digital secara global. Ekonomi digital dapat terjadi diantaranya karena penggunaan teknologi digital, yaitu gabungan perangkat keras, perangkat lunak dan pengguna.

Dewasa ini, inovasi Teknologi Informasi (TI) berkembang sangat pesat. Para pelaku TI semakin gentar melakukan eksplorasi untuk menemukan atau menciptakan aplikasi-aplikasi inovatif yang memberikan layanan-layanan baru. Selain itu, TI telah menghadirkan terobosan-terobosan baru yang mengagumkan serta mengubah cara dan sarana untuk berkomunikasi. Inovasi TI tidak dapat dibendung lagi, para pelaku TI semakin kreatif dalam menciptakan solusi untuk menjawab berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat.¹ Berbagai kisah sukses perusahaan digital seperti Google, Facebook, Amazon, dll menginspirasi lahirnya *startup-startup* baru di berbagai belahan dunia, tidak terkecuali di Indonesia.²

¹ Budi Sutedjo Dharma Oetomo, *Inovasi Teknologi untuk Kemajuan Bangsa*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2016, hlm. 15

² Andy Saputra, "Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya, Vol.4 No.5 (2015), hlm. 1

Dalam industri kreatif dewasa ini, *startup* digital memiliki peran sentral dalam melahirkan inovasi yang dapat memajukan ekonomi kreatif, khususnya di Indonesia yang memiliki pangsa pasar potensial yang sangat besar seiring dengan lahirnya golongan kelas menengah (*middle-income class*). Hal ini telah dibuktikan dengan semakin banyaknya *startup* digital baru yang lahir di Indonesia dan berkonsentrasi untuk mengembangkan produknya untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik, di samping pasar internasional.³

Melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, Presiden Joko Widodo membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Badan ini bertanggung jawab terhadap pengelolaan ekonomi kreatif di Indonesia. Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.

Ekonomi saat ini sangat dipengaruhi oleh globalisasi. Salah satu produk globalisasi adalah Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yang merupakan kapitalisasi dari intelektualitas manusia (*creative capital*). Orang-orang yang memiliki ide dan gagasan unik dapat memproteksi idenya itu dan menghalangi orang lain menggunakannya. Ide dapat di daftarkan sebagai hak cipta, paten,

³ Andy Saputra, *Op.cit*, hlm. 9

merek dan desain industri.⁴ Kebutuhan untuk melindungi Hak Kekayaan Intelektual dengan demikian juga tumbuh bersamaan dengan kebutuhan untuk melindungi barang atau jasa sebagai komoditi dagang. Kebutuhan untuk melindungi barang atau jasa dari kemungkinan pemalsuan atau dari persaingan tidak wajar (curang), juga berarti kebutuhan untuk melindungi hak kekayaan intelektual yang digunakan pada atau memproduksi barang atau jasa tadi. Hak Kekayaan Intelektual tersebut tidak terkecuali bagi merek.⁵

Merek merupakan simbol dari jaminan kualitas yang melekat pada produk-produk tersebut. Implementasi hukum merek banyak mengalami persoalan, baik dalam proses pendaftaran yang diperkirakan selesai dalam waktu satu atau dua minggu, pada kenyataannya memakan waktu satu tahun atau bahkan lebih.⁶ Peraturan tentang merek ini sekarang diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pendaftaran sebuah merek yang digunakan untuk mengidentifikasi barang dan jasa yang diproduksi atau distribusi oleh sebuah perusahaan tertentu memberikan hak kepada

⁴ Iswi Hariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Tim Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2010, hlm. 13

⁵ Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 82

⁶ Erma Wahyuni, *et. al., Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, Yayasan Pembaruan Administrasi Publik Indonesia, Yogyakarta, hlm. 5

perusahaan untuk menggunakan secara eksklusif merek tersebut.⁷ Mengamati perkembangan sejak pendirian Bekraf hingga saat ini, muncul beberapa fenomena menarik yang perlu dicermati. Pertama, perusahaan *startup* digital Indonesia beberapa diantaranya telah menjadi perusahaan *unicorn* – perusahaan teknologi yang memiliki valuasi lebih dari 13 triliun, seperti Gojek, Bukalapak, Tokopedia dan Traveloka. Kedua, bermunculan pula berbagai *startup* digital dan komunitas pelaku *startup* di kota-kota kreatif seperti Bandung dan Yogyakarta. Di kota Bandung sendiri, terdapat komunitas *startup* Bandung, yang menaungi berbagai *startup* digital yang berlokasi di kota Bandung.⁸ Salah satu *startup* digital yang ada di kota Bandung seperti PT Nightspade Multi Kreasi, PT Radya Anugrah Digital, PT Kuassa Teknik.

Meskipun berbagai fenomena yang hadir menunjukkan potensi ekonomi kreatif yang sangat besar namun ternyata belum banyak *startup* yang menganggap KI merupakan hal yang penting. Permasalahannya adalah pengusaha-pengusaha IT ini tidak sadar dengan KI. Jadi pengusaha-pengusaha IT ini membuat *software*, hanya di letakan saja di *server* dan orang lain bisa mengakses. Tidak didaftarkan KI nya, karena mereka merasa bukan hal

⁷ Tim Lindsey, *et. al., Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung, 2003, hlm.8

⁸ Wawancara dengan Bapak Puja Pramudya, Komisaris dari PT Radya Anugrah Digital, Hari Sabtu 25 November 2018

yang penting, sampai terjadi orang mendaftarkan baru merasa penting.

Pemilik merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 76 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, “Gugatan pembatalan merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan/ atau Pasal 21”. Dimana pada Pasal 21 ayat (2) berbunyi:

“ Permohonan ditolak jika Merek tersebut:

- a. Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- b. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
- c. Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.”

Pada kenyataannya masih banyak Perusahaan *startup* yang tidak mengikuti aturan yang sudah

ada. Hal ini ditandai dengan belum banyaknya *startup* yang mendaftarkan kekayaan intelektualnya. Padahal, keberadaan sertifikat HKI dinilai cukup penting untuk melindungi usahanya dari pembajakan, peniruan ataupun permasalahan lainnya dan ketika ada investor yang berminat bekerjasama. Dimana HKI secara umum atau hak cipta, merek dan paten secara khusus merupakan fondasi dari sebuah perusahaan *startup* digital.⁹

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “**Perlindungan Hukum Terhadap Hak Atas Merek Pada Perusahaan Startup Digital Yang Tidak Mendaftarkan Merek Dagang di Bandung**”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap hak atas merek pada perusahaan *startup* digital yang tidak mendaftarkan merek dagang di Bandung?
2. Apa hambatan yang dihadapi oleh perusahaan *startup* digital yang tidak mendaftarkan merek dagang di Bandung terkait dengan hak merek?
3. Apa solusi atau upaya yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif untuk

9

<https://m.bisnis.com/jakarta/read/20170504/448/650485/merek-startup-bekraf-fasilitasi-2.000-aplikasi-hki> , diakses tanggal 8 Mei 2019

meningkatkan kesadaran perusahaan *startup* digital terhadap pendaftaran merek?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum terhadap hak atas merek pada perusahaan *startup* digital yang tidak mendaftarkan merek dagang di Bandung.
- b. Untuk mengetahui dan memahami hambatan yang dihadapi perlindungan hukum terhadap hak atas merek pada perusahaan *startup* digital yang tidak mendaftarkan merek dagang di Bandung terkait dengan hak merek.
- c. Untuk mengetahui dan memahami solusi atau upaya yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif untuk meningkatkan kesadaran perusahaan *startup* digital terhadap pendaftaran merek.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 dan syarat lulus dari Fakultas Hukum Universitas Riau.
- b. Untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai perlindungan hukum

terhadap merek dagang di perusahaan.

- c. Sebagai salah satu referensi bagi peneliti berikutnya yang mengkaji permasalahan yang sama.

D. Kerangka Teori

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Fitzgerald bahwa tujuan hukum harus diciptakan dengan tujuan melindungi kepentingan masyarakat dengan cara mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak.¹⁰

Permasalahan hak kekayaan intelektual berkaitan dengan berbagai aspek, seperti aspek teknologi, industri, sosial, budaya dan berbagai aspek lainnya. Namun aspek terpenting jika dihubungkan dengan upaya perlindungan bagi karya intelektual adalah aspek hukum. Hukum diharapkan mampu mengatasi berbagai permasalahan yang timbul berkaitan dengan hak kekayaan intelektual tersebut. Hukum harus dapat memberikan perlindungan bagi karya intelektual, sehingga mampu mengembangkan daya kreasi masyarakat yang akhirnya bermuara pada tujuan berhasilnya perlindungan hak kekayaan intelektual.¹¹

¹⁰ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 53

¹¹ Zulfikar Jayakusuma, Maryati Bachtiar, Ulfia Hasanah, *Analisis*

2. *Natural Right Theory*

Berdasarkan teori ini, seorang pencipta memiliki hak untuk mengontrol penggunaan dan keuntungan dari ide, bahkan sesudah ide itu diungkapkan kepada masyarakat. Ada dua unsur utama dari teori ini, yaitu: *First Occupancy* dan *a labor justification*:

1) *First Occupancy*

Seseorang yang menemukan atau mencipta sebuah invensi berhak secara moral terhadap penggunaan eksklusif dari invensi tersebut.

2) *A Labor Justification*

Seseorang yang telah berupaya di dalam mencipta hak kekayaan intelektual, dalam hal ini adalah sebuah invensi, seharusnya berhak atas hasil dari usahanya.¹²

3. *Utilitarian Theory*

Teori ini diperkenalkan oleh Jeremy Bentham dan merupakan reaksi terhadap *natural right theory*. Menurut Bentham, *natural right* merupakan “*simple nonsense*”. Kritik ini muncul disebabkan oleh adanya fakta bahwa *natural rights* memberikan hak mutlak hanya kepada inventor dan tidak kepada masyarakat. Menurut *utilitarian*

Perlindungan Hak Merek dan Permasalahan Pendaftaran Merek di Provinsi Riau, Jurnal Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Riau, hlm.10

¹² Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, hlm. 10

theory, negara harus mengadopsi beberapa kebijakan (misalnya membuat peraturan perundang-undangan) yang dapat memaksimalkan kebahagiaan anggota masyarakatnya. Teori ini memperkenalkan pembatasan terhadap invensi yang dipatenkan oleh pihak lain selain pemegang hak.¹³

4. **Konsep Benda Tidak Berwujud**

Sebagaimana diterangkan oleh Mahadi barang yang dimaksud oleh Pasal 499 KUH Perdata tersebut adalah benda materil (*stoffelijk voorwerp*), sedangkan hak adalah benda immateril. Uraian ini sejalan dengan klasifikasi benda menurut Pasal 503 KUH Perdata, yaitu penggolongan benda ke dalam kelompok benda berwujud (bertubuh) dan benda tidak berwujud (tidak bertubuh).

Benda immateril atau benda tidak berwujud yang berupa hak itu dapatlah kita contohkan seperti hak tagih, hak atas bunga uang, hak sewa, hak guna bangunan, hak guna usaha, hak atas benda berupa jaminan, hak atas kekayaan intelektual (*Intellectual Property Rights*) dan lain sebagainya. Selanjutnya mengenai hal ini Pitlo, sebagaimana dikutip oleh Mahadi mengatakan, serupa dengan hak tagih, hak immateril itu tidak mempunyai benda (berwujud) sebagai objeknya.

Hak milik immateril termasuk ke dalam hak-hak yang disebut Pasal 499 KUH Perdata. Oleh karena itu

¹³ *Ibid.* hlm. 11

hak milik immateril itu sendiri dapat menjadi objek dari suatu hak benda. Selanjutnya dikatakan pula bahwa, hak benda adalah hak absolut atas sesuatu benda berwujud. Itulah yang disebut dengan nama Hak Atas Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*).¹⁴

E. Kerangka Konseptual

1. Perlindungan hukum adalah suatu upaya perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum tentang apa saja yang dapat dilakukannya untuk mempertahankan atau melindungi kepentingan dan hak dari subjek hukum.¹⁵
2. Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.¹⁶
3. 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 jasa¹⁷

4. Hak Atas Kekayaan Intelektual adalah hak hukum yang bersifat eksklusif (khusus) yang dimiliki oleh para pencipta/penemu sebagai hasil aktivitas intelektual dan kreativitas yang bersifat khas dan baru.¹⁸
5. Badan Ekonomi Kreatif adalah Badan yang bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.¹⁹
6. Startup digital adalah perusahaan baru yang beroperasi dengan menggunakan sistem digital.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diajukan, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yuridis sosiologis, yaitu penelitian yang menekankan pada aspek hukum (peraturan perundang-undangan) berkenaan dengan pokok permasalahan yang akan

¹⁴ *Ibid.* hlm.12

¹⁵ Abdul Khakim, *Dasar-Dasar Hukum Ketenagakerjaan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, hlm. 105

¹⁶ Pasal 1 Angka 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁷ Pasal 1 Angka 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

¹⁸ Iswi Hariyani, *Op.cit*, hlm. 16

¹⁹ <http://www.bekraf.go.id/profil> , diakses, tanggal 12 Maret 2019

dibahas,dikaitkan dengan kenyataan yang ada di lapangan.²⁰

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih penulis adalah Kota Bandung Provinsi Jawa Barat dan Jakarta Pusat yaitu Badan Ekonomi Kreatif yang berada di Jakarta Pusat, PT Nightspade Multi Kreasi, PT Radya Anugrah Digital, dan PT Kuassa Teknika yang berada di Bandung.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Deputi Fasilitasi HKI dan Regulasi Bekraf
2. *Chief Executive Officer* PT Radya Anugrah Digital
3. Komisaris PT Radya Anugrah Digital
4. *Chief Executive Officer* PT Nightspade Multi Kreasi
5. *Chief Executive Officer* PT Kuassa Teknika

b. Sampel

No.	Jenis Populasi	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel	Persentase (%)
1.	Deputi Fasilitasi HKI dan Regulasi Bekraf	1	1	100%
2.	<i>Chief Executive Officer</i> PT Radya Anugrah Digital	1	1	100%
3.	Komisaris PT Radya Anugrah Digital	1	1	100%
4.	<i>Chief Executive Officer</i> PT Nightspade Multi Kreasi	1	1	100%
5.	<i>Chief Executive Officer</i> PT Kuassa Teknika	1	1	100%
Jumlah		5	5	100%

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang penulis dapatkan/peroleh secara langsung melalui responden di lapangan dengan menggunakan alat pengumpul data wawancara, dan studi kepustakaan mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti.

b. Data Sekunder

Data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya

1) Bahan Hukum Primer

- a. Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945
- b. Kitab Undang-undang Hukum Perdata
- c. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

²⁰ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 167

- d. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan-bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya kamus hukum, indeks komulatif, dan lainnya.²¹

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, wawancara yang digunakan penelitian adalah wawancara nonstruktur diartikan dengan metode wawancara dimana si pewawancara bebas menanyakan suatu hal kepada responden tanpa terikat dengan daftar-daftar pertanyaan.
- b. Kajian kepustakaan, adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengkaji, menelaah dan menganalisis literatur-literatur keperpustakaan yang memiliki kolerasi dengan permasalahan yang sedang diteliti.

3. Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Metode kualitatif adalah metode

²¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta: 2006, hlm. 50.

penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme,

II. PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Hak Atas Merek Pada Perusahaan *Startup* Digital Yang Tidak Mendaftarkan Merek Dagang di Bandung

Kemajuan teknologi informasi dan transportasi yang sangat pesat, juga mendorong globalisasi hak kekayaan intelektual.²² HKI adalah salah satu alat pemicu untuk mendorong pertumbuhan produk industri, dan secara umum HKI dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan iklim usaha yang sehat. Sehingga kita dapat bersaing dengan produk industri berbasis KI (Kekayaan Intelektual) dan HKI milik negara lainya.²³

Peranan KI dalam pembangunan ekonomi tidak dapat diragukan. Banyak negara-negara yang memiliki modal asset non fisik (modal intelektual) atau modal yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi telah menyumbangkan kekayaan yang jauh melebihi kekayaan yang berbasis fisik (sumber daya alam).²⁴ Oleh karena itu KI, sebagai hak moral (*moral rights*) dan hak ekonomi (*economic*

²² Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, *Op.cit.*, hlm. 82

²³ Sudarmanto, *KI dan HKI Serta Implementasinya Bagi Indonesia*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta, 2012, hlm. 61

²⁴ Agus Candra, *Kumpulan Essay Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, 2009, hlm. 5

rights) mutlak memerlukan perlindungan hukum.

KI bagi pelaku ekonomi kreatif merupakan suatu hal yang sangat penting, terlebih pada zaman sekarang ini. Bisa dilihat dengan banyaknya perusahaan-perusahaan atau perorangan yang sudah menghasilkan suatu karya baik barang maupun jasa yang sangat bermanfaat bagi masyarakat dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang digunakan. Bagi pelaku ekonomi kreatif, merek (*trademark*) merupakan suatu hal yang sangat penting. Karena merek ialah sebagai suatu ciri khas, karakteristik dari suatu produk barang atau jasa yang di hasilkan oleh suatu perusahaan.

Pengaturan terhadap merek diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek pada suatu perusahaan baik barang maupun jasa dapat mendaftarkan mereknya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Sistem pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem *first to file*. Sistem ini berarti, yang mendaftarkan mereknya pertama kali lah yang mendapatkan hak atas merek tersebut dengan ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan survei BPS dan Bekraf, diketahui bahwa dari 8,2 juta unit usaha ekonomi kreatif baru sekitar 11% yang memiliki HKI terdaftar. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya perlindungan HKI menjadi faktor utama masih

banyaknya *startup* yang belum mendaftarkan HKI nya. Masyarakat belum sadar akan kerugian yang akan diderita apabila HKI nya digunakan tanpa izin.²⁵ Perlindungan hukum terhadap merek yang tidak di daftarkan dapat dilihat pada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis pada ketentuan Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c:

“Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

- a. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu.”

Hal ini juga dijelaskan dalam Pasal 76 yang berisi:

- 1) Gugatan pembatalan merek terdaftar dapat diajukan oleh pihak yang berkepentingan berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 dan/atau Pasal 21.
- 2) Pemilik merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) setelah mengajukan

²⁵ Wawancara dengan Bapak Ari Juliano, Deputy Fasilitasi HKI dan Regulasi Bekraf, Hari Kamis 16 Mei 2019

- Permohonan kepada Menteri.
- 3) Gugatan pembatalan diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap pemilik Merek terdaftar.
 - 4) Penolakan

Penolakan pendaftaran merek berkaitan dengan perlindungan secara preventif terhadap merek terkenal perlu memperhatikan adanya unsur itikad tidak baik, dalam artian pendaftar yang bukan pemilik dari merek terkenal sengaja dengan itikad tidak baiknya ingin memanfaatkan ketenaran merek terkenal orang lain, memanfaatkan promosi merek terkenal untuk keuntungan dirinya sendiri secara cuma-cuma.²⁶

B. Hambatan Yang Dihadapi Oleh Perusahaan Startup Digital Yang Tidak Mendaftarkan Merek Dagang di Bandung Terkait Dengan Hak Merek

Bila dikaitkan dengan penerapan HKI di Indonesia. Ciri dari masyarakat Indonesia sangat berbeda dengan isu tentang perlindungan atas kepentingan ekonomi individu pemilik hak dalam sistem HKI. Masyarakat lokal banyak yang tidak peduli terhadap upaya perlindungan HKI. HKI bersifat individualistik dan masyarakat Indonesia adalah masyarakat komunal yang sangat menghargai kebersamaan.

²⁶ Putu Eka Krisna Sanjaya dan Dewa Gde Rudy” *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia*” *Jurnal Hukum Bisnis*, Fakultas Hukum Universitas Udayana, hlm 6-7

Keduanya saling bertentangan, sehingga penerapan HKI di Indonesia banyak mendapatkan kendala. Konsep HKI yang dibawa di Indonesia kurang pas terhadap budaya yang ada di Indonesia. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah untuk membentuk perundang-undangan yang sesuai dengan budaya komunal yang ada di Indonesia.²⁷

Pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa hambatan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif.

- 1) Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya perlindungan KI

Startup digital ini sebagian besar merupakan perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan, pada saat inilah HKI sebaiknya didaftarkan. Karena semakin besar dan terkenalnya produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, semakin besar pula kemungkinan pihak lain yang ingin mendompleng ketenaran perusahaan tersebut dengan cara menggunakan merek atau HKI lain yang digunakan perusahaan tersebut dalam perdagangan

²⁷ Sigit Nugroho, “*Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Upaya Peningkatan Pembangunan Ekonomi di Era Pasar Bebas ASEAN*”, *Jurnal Penelitian Hukum Supremasi Hukum*, Fakultas Hukum Universitas Bangka Belitung, ISSN: 1693-766X, Vol. 24, No. 2, Agustus 2015 hlm. 172

produknya.²⁸ Selain itu, kebanyakan *startup* memasarkan produknya secara cepat melalui jaringan internet. Hal tersebut semakin memperluas kesempatan orang lain untuk meniru dan menggunakan HKI yang dimiliki oleh *startup* tersebut. Dengan demikian mendaftarkan HKI akan menjadi upaya untuk memberikan perlindungan hukum.²⁹

Kurangnya pemahaman terhadap KI oleh pihak penyelenggara

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa wawancara terkait dengan hambatan atau kesulitan yang dihadapi oleh perusahaan *startup* yang akan mendaftarkan merek (*trademark*). Dimana salah satu perusahaan *startup* digital yang akan mendaftarkan mereknya, mendapatkan informasi yang salah atau kesalahpahaman pengertian dari Kemenkumham yang berada di daerah tersebut.

2) Waktu Pengurusan Pendaftaran

Proses pengurusannya melalui banyak tahapan dan dari setiap tahapan cukup

memakan waktu dengan jangka waktu yang berbeda-beda. Waktu pengurusan pendaftaran merek yang dikatakan cepat, ternyata tidak sesuai dengan kenyataan. Pada kenyataannya waktu yang diperlukan untuk mendapatkan hak merek tersebut bisa setahun bahkan dua tahun.

C. Solusi atau Upaya Yang Dilakukan Oleh Badan Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kesadaran perusahaan *Startup* Digital Terhadap Pendaftaran Merek

Solusi yang diberikan oleh Bekraf untuk menanggulangi hal ini dengan membuat program HKI adalah sebagai berikut: Fasilitasi pendaftaran HKI, seminar perlindungan HKI untuk produk ekraf dan sosialisasi HKI, sosialisasi pengelolaan royalti di bidang musik, kampanye anti pembajakan produk ekraf, bimbingan teknis penyusunan spesifikasi permohonan paten, Bekraf HKI *run*, sosialisasi sistem pendaftaran HKI Internasional melalui *Madrid Protocol*, sosialisasi dan bimbingan teknis lainnya yang terkait dengan HKI, Katapel.

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Sistem pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem

²⁸ Wawancara dengan Bapak Ari Juliano, Deputi Fasilitasi HKI dan Regulasi Bekraf, Hari Kamis 16 Mei 2019

²⁹ *Ibid.*

- first to file*. Sistem ini berarti, yang mendaftarkan mereknya pertama kali lah yang mendapatkan hak atas merek tersebut dengan ketentuan yang berlaku. Perlindungan hukum terhadap merek yang tidak di daftarkan tetap mendapatkan perlindungan, karena Indonesia sudah meratifikasi Konvensi Paris dan Perjanjian TRIPS (*the World Trade Organization's TRIPS Agreement*). Dan berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (1) huruf b dan c yang berisikan tentang penolak permohonan pendaftaran dan diperkuat dengan Pasal 76 tentang gugatan pembatalan merek dan dapat diajukan pada Pengadilan Niaga.
2. Saat melakukan pendaftaran merek, ada beberapa hal hambatan yang dihadapi oleh para perusahaan *startup* digital. Seperti kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya perlindungan KI, kurangnya pemahaman terhadap KI oleh pihak penyelenggara dan waktu pengurusan terkait pendaftaran merek atau KI tersebut.
 3. Solusi yang diberikan oleh Bekraf untuk menanggulangi hal ini dengan membuat program HKI adalah sebagai berikut: Fasilitasi pendaftaran HKI, seminar perlindungan HKI untuk

produk ekraf dan sosialisasi HKI, sosialisasi pengelolaan royalti di bidang musik, kampanye anti pembajakan produk ekraf, bimbingan teknis penyusunan spesifikasi permohonan paten, Bekraf HKI *run*, sosialisasi sistem pendaftaran HKI Internasional melalui *Madrid Protocol*, sosialisasi dan bimbingan teknis lainnya yang terkait dengan HKI, Katapel.

B. Saran

1. Bagi perusahaan-perusahaan *startup digital* dan pelaku ekonomi kreatif lainnya, yang tidak mendaftarkan mereknya berharap mereka tetap mendapatkan perlindungan hukum yang semestinya, dan diberlakukan dengan benar dan baik. Jika memang terjadi kesalahan, kemiripan atau yang merugikan salah satu pihak dapat di tindak lanjuti sesuai dengan aturan yang sudah ada dan berlaku.
2. Diharapkan hambatan - hambatan yang dihadapi oleh perusahaan *startup digital* yang akan mendaftarkan mereknya dapat diatasi dengan baik. Sehingga tidak terjadi kesulitan-kesulitan saat akan mendaftarkan mereknya. Karena hak atas merek terhadap suatu

perusahaan baik jasa maupun barang merupakan suatu hal yang sangat penting. Yang akan menjamin bagaimana kualitas dari suatu produk baik jasa maupun barang.

3. Diharapkan program-program yang dibuat oleh Badan Ekonomi Kreatif terutama pada Deputi Fasilitasi HKI dan Regulasi tetap berlanjut dari tahun ketahun dan dapat membuat para perusahaan *startup* digital dan pelaku ekonomi kreatif lainnya untuk sadar akan pentingnya KI. Dan Bekraf tetap akan membimbing pelaku ekonomi kreatif yang tidak paham mengenai KI.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Amiruddin dan Zainal Asikin, 2003, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2005, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta

Hariyani Iswi, 2010, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Tim Pustaka Yustisia, Yogyakarta

Khakim Abdul, 2009, *Dasar-Dasar Hukum Ketenagakerjaan*, Citra Aditya Bakti, Bandung

Lindsey Tim, *et, al.*, 2003, *Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung

Oetomo Budi Sutedjo Dharma, 2016, *Inovasi Teknologi untuk Kemajuan Bangsa*, CV. Andi Offset, Yogyakarta

Raharjo Sadjipto, 2014, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung

Soekanto Soerjono, 2006, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta

Sudarmanto, 2012, *KI dan HKI Serta Implementasinya Bagi Indonesia*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta

Utomo Tomi Suryo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Graha Ilmu, Yogyakarta

Wahyuni Erma, *et, al.*, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, Yayasan Pembaruan Administrasi Publik Indonesia, Yogyakarta

2. Peraturan PerUndang-Undangan

Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Undang-undang Nomor 20

Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Peraturan Presiden Republik

Indonesia Nomor 6 Tahun 2015
Tentang Badan Ekonomi Kreatif

3. **Jurnal**

Andy Saputra, “Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya*, Vol.4 No.5 (2015)

Putu Eka Krisna Sanjaya dan Dewa Gde Rudy, ”Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia”, *Jurnal Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Udayana*

Sigit Nugroho, “Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Upaya Peningkatan Pembangunan Ekonomi di Era Pasar Bebas ASEAN”, *Jurnal Penelitian Hukum Supremasi Hukum, Fakultas Hukum Universitas Bangka Belitung*, ISSN: 1693-766X, Vol. 24, No. 2, Agustus 2015

Zulfikar Jayakusuma, Maryati Bachtiar, Ulfia Hasanah, “Analisis Perlindungan Hak Merek dan Permasalahan Pendaftaran Merek di Provinsi Riau”, *Jurnal Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Riau*

4. **Website**

<https://m.bisnis.com/jakarta/read/20170504/448/650485/merek-startup-bekraf-fasilitasi-2.000-aplikasi-hki> , diakses tanggal 8 Mei 2019