

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM MEMBERIKAN  
INFORMASI MENGENAI MEREK YANG MEMILIKI PERSAMAAN  
PADA POKOKNYA STUDI KASUS MEREK I AM GEPREK BENSU  
DENGAN GEPREK BENSU DI KOTA BUKITTINGGI**

*Oleh: Maya Zahara*

**Program Kekhususan : Hukum Perdata Bisnis**

**Pembimbing I: Dr.Firdaus, S.H.,M.H**

**Pembimbing II: Dasrol, S.H.,M.H**

**Alamat: Jl. Lokan No.10 kelurahan Tangkerang Barat, Kecamatan  
Marpoyan Damai, Pekanbaru.**

**Email / Telepon : mayazaharaa@gmail.com / 081372734153**

**ABSTRACT**

*Problems that often occur in brands are brand holders who have similarities between one brand and another that has been registered. The condition of consumers who are harmed a lot, requires efforts to protect them, so that consumer rights can be upheld. Therefore, business actors are responsible for providing correct, clear and honest information to consumers regarding the similarities between their brands and other brands so that consumers are not mistaken or feel cheated and do not harm the interests of consumers and are responsible for consumer rights to create a competitive climate healthy and honest business.*

*The purpose of this study is to determine the responsibility of business actors in providing information about brands that have similarities in essence, a case study of the I Am Geprek Bensu brand with Geprek Bensu brand in Bukittinggi city and to find out what efforts consumers can do to protect their rights by using sociological legal research methods can be concluded that First, there is still a lack of implementation of the responsibilities of business actor I Am Geprek Bensu brand and Geprek Bensu brand in providing information about the two brands that have the same basic principle in using the word BENSU. This is the same as a result that many consumers are mistaken and disadvantaged because it is possible that what they buy is not the food product they really want. Second, efforts that consumers can take to protect their rights can be started by raising awareness within themselves of the importance of the rights of consumers. then consumers must be careful before buying a product, read the information listed on a product, think critically and don't be easily persuaded when hearing promotions and discounts on a product, look for information about a product if the existing information is not sufficient,dare to ask employees/busoness actors of a product to ensure and obtain clearer and definite information about a product.*

*Keywords: Responsibility-Business actor-brand-I Am Geprek Bensu- Geprek Bensu*

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Merek merupakan salah satu wujud dari Hak Kekayaan Intelektual.<sup>1</sup> HKI adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak, hasil kerja rasio. Hasil dari pekerjaan rasio manusia yang menalar. Hasil kerjanya itu berupa benda immaterial.<sup>2</sup> Hak atas kekayaan intelektual dalam garis besarnya mencakup antara lain hak cipta, merek, paten, dan desain produk industri.<sup>3</sup>

Seiring dengan berkembangnya mengenai Hak atas Kekayaan Intelektual di era globalisasi ekonomi dan dalam menghadapi perdagangan bebas khususnya di Indonesia pada beberapa tahun belakangan ini mengenai pembangunan industri dan perdagangan di Indonesia dihadapkan pada suatu tantangan yaitu adanya persaingan antara negara-negara yang ada di dunia.<sup>4</sup> Hasil kerja otak itu kemudian dirumuskan sebagai intelektualitas. Orang yang optimal memerankan kerja otaknya disebut sebagai orang yang terpelajar, mampu menggunakan rasio, mampu berpikir secara rasional dengan menggunakan logika (metode berpikir, cabang filsafat), karena itu hasil pemikirannya disebut rasional atau logis. Orang yang tergabung dalam kelompok ini disebut kaum intelektual.<sup>5</sup> HKI bekerja untuk

---

<sup>1</sup> Hak Kekayaan intelektual untuk selanjutnya disebut dengan HKI

<sup>2</sup> Dasrol, *Hukum Ekonomi Suatu Pengantar dalam Hukum Bisnis*, Alaf Riau, Pekanbaru, 2017, hlm.97.

<sup>3</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2018, hlm. 152.

<sup>4</sup> Dasrol, "Analisis Terhadap Hambatan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Tenun Siak Di Kabupaten Siak Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta", *Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-43*, No.1 Januari-Maret 2013, hlm.2.

<sup>5</sup> Ok. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 10.

melindungi kemajuan intelektual dan sosial seseorang. Selain itu, Undang-Undang kekayaan intelektual berfungsi melindungi nilai ekonomi yang diwarisi dalam penciptaan dan kemajuan produk potensi ekonomi dalam kekayaan intelektual tidak bisa diabaikan.<sup>6</sup>

Penggunaan merek I Am Geprek Benu dan Geprek Benu dalam perdagangan usaha bisnis makanan secara bersamaan menimbulkan kesan seakan akan kedua merek tersebut berasal dari merek yang sama atau kedua merek tersebut memiliki hubungan. Sehingga menimbulkan kebingungan bagi para konsumen. Kondisi konsumen yang banyak dirugikan, memerlukan upaya untuk melindunginya, sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakan.<sup>7</sup> Salah satu hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dijanjikan. Berdasarkan Pasal tersebut berarti konsumen pada rumah makan/restoran/warung mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai makanan yang ditawarkan pelaku usaha.

### B. Rumusan Masalah :

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan informasi mengenai merek yang memiliki persamaan pada pokoknya studi kasus Merek I Am Geprek Benu dengan Geprek Benu di Kota Bukittinggi?
2. Apa upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk melindungi hak-haknya?

---

<sup>6</sup> Jeffrey H. Matsuura, "Jefferson Vs. The Patent Trolls: A Populist Vision Of Intellectual Property Rights" *Jurnal West Law*, diakses melalui <http://1.next.westlaw.com/Document/> tanggal 3 November 2020 diterjemahkan oleh google translate.

<sup>7</sup> ABD. Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, CV. Sah Media, Makasar, 2017, hlm. 5.

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian :

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan informasi mengenai merek yang memiliki persamaan pada pokoknya studi kasus merek I Am Geprek Benu dengan Geprek Benu di Kota Bukittinggi.
- b. Untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk melindungi hak-haknya.

### 2. Kegunaan Penelitian :

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan bagi peneliti:
  - 1) Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Riau.
  - 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmu hukum khususnya tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan informasi mengenai merek yang memiliki persamaan pada pokoknya dan upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk melindungi hak-haknya.
- b. Kegunaan bagi dunia akademik:
  - 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan karya ilmiah dan referensi di perpustakaan Universitas Riau.
  - 2) Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan masukan serta referensi bagi mahasiswa, masyarakat maupun akademisi yang membutuhkan informasi mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan informasi mengenai merek yang memiliki persamaan pada pokoknya.

## D. Kerangka Teori

Teori merupakan seperangkat proposisi yang terdiri atas variable-variabel yang terdefiniskan dan saling berhubungan, teori menyusun antara hubungan seperangkat variable dan dengan demikian merupakan suatu pandangan sistematis mengenai fenomena-fenomena yang dideskripsikan oleh variabel-variabel itu.<sup>8</sup>

Teori adalah seperangkat konsep-konsep dan prinsip-prinsip yang saling terkait mengenai gejala-gejala tertentu yang tujuannya untuk menjelaskan atau memprediksi gejala-gejala tersebut.<sup>9</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teori yaitu:

### 1. Teori Kepastian Hukum

Menurut Sudikno mertokusumo, kepastian hukum merupakan jaminan bahwa hukum dijalankan dan yang berhak menurut hukum dapat memperoleh haknya dan bahwa putusan tersebut dapat dilaksanakan. Walaupun kepastian hukum erat kaitannya dengan keadilan, namun hukum tidak identik dengan keadilan.<sup>10</sup>

Menurut Utrecht, kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan kedua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu.<sup>11</sup>

Kepastian hukum juga dirumuskan

---

<sup>8</sup> Amiruddin dan H. Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 43.

<sup>9</sup> A'an Efendi, *et. al.*, *Teori Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2017, hlm. 91.

<sup>10</sup> Sudikno Mertokusumo dalam H. Salim Hs, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 24.

<sup>11</sup> Ridwan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm. 23.

sebagai:<sup>12</sup>

- a. adanya kejelasan hukum artinya dapat mudah dimengerti rakyat
- b. aturan hukum itu tidak bertentangan satu sama lain
- c. aturan tidak boleh mensyaratkan perilaku di luar kemampuan sesuatu yang tidak mungkin dilakukan
- d. adanya pengakuan dari warga secara prinsipil terhadap aturan-aturan hukum

## 2. Teori Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen, menurut Nasution, merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas. Beliau mengemukakan:

“hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.”<sup>13</sup> Menurut Az. Nasution, pengertian konsumen adalah “Setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang atau jasa untuk suatu kegunaan tertentu.”<sup>14</sup> Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Jadi sebenarnya hukum konsumen dan perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya.

Ruang lingkup hukum perlindungan konsumen pada dasarnya berfokus pada hubungan hukum antara konsumen

dengan pelaku usaha, di dalam berbagai tahap kegiatan ekonomi, yaitu kegiatan produksi, distribusi maupun konsumsi. Dalam peraturan Perundang-Undangan di Indonesia, istilah “Konsumen” sebagai definisi formal ditemukan pada pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu, “Setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan”.<sup>15</sup>

## E. Kerangka Konseptual

1. Tanggung Jawab adalah keadaan wajib menanggung sesuatu (kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan dsb).<sup>16</sup>
2. Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>17</sup>
3. Informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang dikelola menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penerimanya. Biasanya, informasi akan diproses terlebih dahulu agar penerima mudah memahami informasi yang diberikan.<sup>18</sup>
4. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga,

---

<sup>15</sup> *Ibid.* hlm. 14

<sup>16</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, hlm. 1443.

<sup>17</sup> Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>18</sup> [https://m.merdeka.com/jateng/pengertian-informasi-beserta-jenis-dan-fungsinya-perlu-diketahui.html?page=2&\\_gl=1\\*35e4at\\*\\_ga\\*bXfOX1FWNFZKeU12NUFfNDdyMUF4RS1pcDJBNTN1a1ZNRktmR3pTTVVYdDU4WIRFUjd2dFBueWFXWHJJWF9UaQ,,](https://m.merdeka.com/jateng/pengertian-informasi-beserta-jenis-dan-fungsinya-perlu-diketahui.html?page=2&_gl=1*35e4at*_ga*bXfOX1FWNFZKeU12NUFfNDdyMUF4RS1pcDJBNTN1a1ZNRktmR3pTTVVYdDU4WIRFUjd2dFBueWFXWHJJWF9UaQ,,) diakses, tanggal, 26 September 2021.

---

<sup>12</sup> Salim dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi dan Tesis*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2017, hlm.24.

<sup>13</sup> Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ombak, Yogyakarta, 2014, hlm. 5.

<sup>14</sup> Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm.69.

orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>19</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah sosiologis yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan, setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.

### 2) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah I Am Geprek Benu dan Geprek Benu di Kota Bukittinggi.

### 3) Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan atau himpunan objek dengan ciri yang sama.<sup>20</sup> Sugiono mengemukakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pihak-pihak yang terkait dengan usaha bisnis makanan I Am Geprek Benu, Geprek Benu dan para konsumen kedua usaha bisnis makanan tersebut.

#### b. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi.<sup>22</sup> Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria masalah yang diteliti, tidak semua populasi yang dijadikan sampel. Penelitian ini mengambil sampel usaha bisnis makanan I Am Geprek Benu dan Geprek Benu serta konsumen di Kota Bukittinggi.

### 4) Analisis Data

Pengolahan bahan hukum hanya ditujukan pada analisis bahan hukum secara kualitatif, yaitu menguraikan bahan hukum sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini, kemudian diuraikan dan disimpulkan dengan metode berpikir deduktif. Pada prosedur deduktif, bertolak dari suatu proporsi umum yang kebenarannya telah diketahui (diyakini) dan berakhir pada suatu kesimpulan (pengetahuan baru) yang bersifat lebih khusus.<sup>23</sup>

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Tinjauan umum Merek

#### 1. Pengertian Merek

Dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat, produsen akan memberikan tanda terhadap barang dan/atau jasa yang dihasilkannya sebagai suatu hal yang dapat membedakan produknya dengan produk yang lain,<sup>24</sup> tanda inilah yang disebut sebagai merek. Merek juga diartikan sebagai tanda pengenal yang membedakan merek yang satu dengan merek lain.<sup>25</sup> Suatu merek penting dalam mempengaruhi perkembangan

<sup>19</sup> Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>20</sup> Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm. 118.

<sup>21</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 90.

<sup>22</sup> *Ibid.* hlm. 119.

<sup>23</sup> Bambang Sugono, *Op.cit.*, hlm. 77.

<sup>24</sup> M. Nurrachmad, *Segala tentang HAKI Indonesia*, Buku Biru.Bantul, 2011, hlm. 54.

<sup>25</sup> Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual Khususnya Hukum paten dan Merek*, Akademika Pressindo, Jakarta, 1990, hlm. 44.

bisnis suatu barang dan atau jasa, hal itu dapat dilihat dari keinginan masyarakat sebagai konsumen/pembeli dalam penggunaan barang atau jasa yang memiliki merek terkenal.<sup>26</sup>

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Merek merumuskan bahwa merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Tanda ini yang merupakan tanda pengenal bagi produk barang dan jasa yang bersangkutan yang lazimnya disebut dengan merek.<sup>27</sup>

## 2. Fungsi Merek

Pada hakikatnya merek digunakan oleh pemilik merek atau produsen untuk melindungi produk-produk yang dihasilkan dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Dalam dunia perdagangan merek mempunyai fungsi yang sangat penting, fungsi tersebut antara lain:<sup>28</sup>

1. Sebagai tanda pengenal barang atau jasa, yang dapat membedakan antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain;
2. Bagi produsen merek berguna untuk jaminan nilai hasil produksi, yaitu cara pemakaian dan hal lain yang berkenaan dengan teknologi;
3. Bagi konsumen yaitu untuk memilih barang atau jasa yang akan dibeli atau digunakan;

---

<sup>26</sup> Fandy H. Kowel, "Perlindungan Hukum Terhadap Penerima Lisensi Merek Di Indonesia", *Lex et Societatis*, Vol. V, No. 3 Mei 2017, hlm. 53.

<sup>27</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Bandung, 2003, hlm.320.

<sup>28</sup> Enny Mirfa, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar", *Jurnal Hukum*, Volume 11, Nomor 1, Januari-Juni 2016, hlm. 71.

Selain itu merek juga memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:<sup>29</sup>

- a. Sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk yang dihasilkan oleh produsen satu dengan produsen yang lainnya (*product identity*). Fungsi ini juga sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan.
- b. Sebagai sarana promosi dagang (*means of trade promotion*). Promosi tersebut dapat dilakukan melalui iklan produsen atau pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa. Merek merupakan simbol pengusaha sebagai sarana promosi dagang (*means of trade promotion*). Promosi untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya untuk menarik konsumen.
- c. Sebagai jaminan atas mutu suatu barang dan/atau jasa (*quality guarantee*). Hal ini selain menguntungkan produsen pemilik merek, juga memberikan perlindungan jaminan mutu barang dan/atau jasa bagi konsumen.

## 3. Pendaftaran Merek

Para pengusaha harus mendaftarkan merek miliknya pada Direktorat Jenderal HKI untuk mendapatkan perlindungan atas merek tersebut. Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Direktorat Jenderal HKI adalah instansi pendaftaran merek yang ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Budi Agus Riswandi dan M.Syamsudin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 85.

<sup>30</sup> Syahriyah Semaun, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa", *Jurnal Hukum Diktum*, Volume 14, Nomor 1, Juli 2016, hlm. 107 – 123.

Berkaitan dengan perlindungan hukum bagi pemilik merek di Indonesia Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan dasar hukum yang jelas yakni dalam Pasal 1 angka 5 ditentukan bahwa:<sup>31</sup> Hak Atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Artinya pemilik merek harus melakukan pendaftaran terhadap merek miliknya terlebih dahulu agar lahir hak atas merek miliknya.<sup>32</sup>

#### 4. Persamaan Merek pada Pokoknya

Pada dasarnya pada suatu perusahaan merek digunakan sebagai pembeda untuk barang dan atau jasa sejenis yang diproduksi. Persamaan pada pokoknya merupakan kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dan merek lainnya. Untuk melihat penilaian mengenai apa yang merupakan persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya menurut Mr. Sudargo Gautama & Rizawanto Winata, pada hakikatnya harus ditentukan oleh instansi pengadilan. Karena terdapat dua persoalan, yaitu apa yang merupakan persamaan pada pokok atau keseluruhannya dan apakah termasuk barang atau jasa sejenis, semuanya akan ditentukan melalui putusan hakim apabila sengketa diajukan ke pengadilan. Mereka mengharapkan

---

<sup>31</sup> Lihat Pasal 1 Angka 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>32</sup> Nadya Valerie dan Edbert Seligshan Horman, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Christian Dior Ditinjau Dari Konsep Trademark Dilution", *Jurnal Cendekia Hukum*, Vol. 4, No. 2, Maret 2019, hlm. 232.

yurisprudensi yang sekarang ini telah dibentuk dengan rangkaian putusan-putusan dari pengadilan.<sup>33</sup>

## B. Tinjauan Umum Tanggung Jawab Pelaku Usaha

### 1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Tanggung jawab pelaku usaha telah diatur didalam Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang dan atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundnag-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waku 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

### 2. Tanggung Jawab Produsen Sebagai Pelaku Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatu bila apa-apa boleh dituntut,

---

<sup>33</sup> Irma Lestari Ayomi, "Perlindungan Hukum Merek Dagang Bagi Konsumen Terhadap Barang Tiruan Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek", *Lex Privatum* Vol. V No. 6 Agustus 2017, hlm. 75.

dipersalahkan, dan diperkarakan. Dalam kamus hukum tanggung jawab adalah sesuatu keharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.<sup>34</sup> Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha harus dapat dimintai pertanggung jawabannya apabila perbuatannya telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen, menimbulkan kerugian, atau kesehatan konsumen terganggu.

#### a. Pertanggungjawaban Publik

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu kepada produsen dibebankan tanggungjawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku dikalangan dunia usaha.<sup>35</sup>

#### b. Pertanggungjawaban Privat

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai pertanggungjawaban produsen yang disebut pelaku usaha, Bab IV Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pasal 19- Pasal 28.<sup>36</sup> Tanggung jawab pelaku usaha yang diatur dalam Pasal-Pasal tersebut adalah tanggung jawab sehubungan dengan adanya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumennya dan tanggung jawab berdasarkan hubungan hukum yang lahir kemudian baik yang bersifat kontraktual maupun di luar kontraktual.<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, 2005.

<sup>35</sup> Janus Sidabalok, *Op.cit*, hlm. 93

<sup>36</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>37</sup> Janus Sidabalok, *Op.cit*, hlm. 100.

### C. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

#### 1. Pengertian Konsumen

Secara umum konsumen sering diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diberikan oleh pengusaha yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan lagi.<sup>38</sup>

Istilah konsumen berasal dari ahli bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nantinya yang akan menentukan konsumen tersebut akan termasuk kedalam kelompok konsumen pengguna yang mana. Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.<sup>39</sup> Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Di dalam perpustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah penggunaan atau pemanfaatan akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses

---

<sup>38</sup> Regino G. Salindeho, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengguna Barang Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Lex Crimen* Vol. V/No. 7 September 2016, hlm.37.

<sup>39</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2001, hlm. 3.

produksi suatu produk lainnya. Oleh karena itu, pengertian yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah konsumen akhir.<sup>40</sup>

## 2. Pengertian Pelaku Usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen digunakan istilah pelaku usaha bagi pihak yang memproduksi dan memperdagangkan produk, yaitu pihak-pihak yang terlibat dalam penyediaan produk sampai ke tangan konsumen. Produsen diartikan sebagai pelaku usaha pembuat/pabrik yang menghasilkan produk, selain itu produsen juga diartikan sebagai mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 Ayat 3 memberikan pengertian tentang Pelaku usaha, Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha sebagai penghasil produk juga bertanggung jawab atas kerugian atau dampak negatif yang ditimbulkan usahanya.

## 3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya juga memiliki hak dan kewajiban yang harus mereka jalankan. Hak dan Kewajiban Pelaku usaha diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 6 UUPK menjelaskan mengenai hak- hak pelaku usaha.

Hak pelaku usaha adalah:

a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan

mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

## 4. Pengertian Perlindungan konsumen

Perlindungan diartikan sebagai perbuatan dalam hal melindungi. Perlindungan hukum merupakan segala bentuk pengayoman terhadap harkat dan martabat manusia serta pengakuan terhadap hak asasi manusia di bidang hukum. Menurut Satjipto Raharjo mengemukakan perlindungan hukum adat “memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang digunakan orang lain dan perlindungan itu diberikan oleh hukum.”<sup>41</sup>

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum bagi rakyat dikenal dengan dua bentuk perlindungan yang bersifat preventif dan perlindungan yang bersifat represif. Perlindungan hukum yang bersifat represif memberikan kesempatan kepada warga negara untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitive. Perlindungan hukum yang bersifat preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa sedangkan perlindungan hukum yang bersifat represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa.<sup>42</sup>

## BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

<sup>41</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 54.

<sup>42</sup> Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 2.

<sup>40</sup> Elsi Kartika Sari dan Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, PT Gramedia Widiasarana, Jakarta, 2008 hal. 159.

## **A. Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Memberikan Informasi Mengenai Merek yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya Merek I Am Geprek Benu dengan Geprek Benu di Kota Bukittinggi**

### **1. Pengetahuan Konsumen Terhadap Merek I Am Geprek Benu dan Geprek Benu yang Memiliki Persamaan Pada Pokoknya**

Sebagai konsumen terutama dalam hal mengkonsumsi makanan harus pintar dan lebih berhati-hati agar tidak salah dalam memilih produk makanan yang hendak dibeli. Pentingnya memperhatikan merek yang tercantum dalam kemasan juga membantu kita agar tidak salah dan keliru dalam membeli, dikarenakan adanya merek yang memiliki persamaan sehingga dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan konsumen. Penggunaan merek I Am Geprek Benu dan Geprek Benu dalam perdagangan usaha bisnis makanan secara bersamaan menimbulkan kebingungan dan menimbulkan kesan seakan akan kedua merek tersebut berasal dari merek yang sama atau kedua merek tersebut memiliki hubungan.

Salah satu hak konsumen adalah hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Jika dilihat dari hasil kuisioner yang telah disebarkan oleh penulis maka terdapat 9 (sembilan) orang responden atau 45% responden yang menjawab sudah mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur namun masih ada 11 (sebelas) orang responden atau 55% responden yang menjawab tidak atau belum mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur.

Dalam hal memproduksi produsen atau pelaku usaha diharuskan bertindak jujur dalam memberikan informasi sehingga konsumen dapat memilih produk yang terbaik bagi dirinya.

Informasi yang diberikan oleh produsen mengenai produknya diharuskan informasi yang jujur, benar, dan jelas sehingga tidak mengelabui atau membodohi konsumen.<sup>43</sup> Begitu pula pelaku usaha I Am Geprek Benu dan Geprek Benu bertanggung jawab untuk lebih gencar lagi dalam memberikan informasi mengenai perbedaan usaha bisnis makanan ayam geprek yang mereka miliki, sehingga tidak merugikan kepentingan konsumen. karena jika dilihat berdasarkan hasil kuisioner yang telah penulis sebarakan masih ada sebagian konsumen yang merasa belum mendapatkan informasi yang jelas, jujur dan benar dari pelaku usaha I Am Geprek Benu dan Geprek Benu. Para pelaku usaha I Am Geprek Benu dan Geprek Benu dapat memanfaatkan media sosial dengan lebih baik lagi, baik itu dengan menggunakan iklan, billboard dan media lainnya hendaknya dilandasi kejujuran dan niat yang baik.

### **2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Memberikan Informasi Sehingga Tidak Merugikan Kepentingan Konsumen Studi Kasus I Am Geprek Benu dan Geprek Benu**

Globalisasi dan perdagangan bebas didukung dengan kemajuan teknologi telekomunikasi memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Merek atas suatu produk barang dan/atau jasa yang sudah terkenal di pasaran cenderung membuat para produsen lain untuk bersaing dan bahkan dapat menyebabkan persaingan tidak sehat ini dapat merugikan konsumen. Merek suatu perusahaan harus dilindungi agar tidak merusak citra merek tersebut dari peniruan dan pemalsuan oleh pihak lain. Permasalahan yang sering terjadi adalah

---

<sup>43</sup> Janus Sidabalok, *Loc.cit*, hlm. 41.

sering ditemukan nama-nama barang atau jasa yang sama dengan yang sudah terdaftar. Merek yang memiliki persamaan dengan merek lain dapat membuat konsumen produk atas barang dan/ jasa tersebut menjadi bingung dan dapat keliru dalam membeli barang dan/jasa tersebut.

Menurut Prasetya bahwa tujuan penggunaan merek agar konsumen dapat mengetahui siapa yang memproduksi atau memperdagangkan barang tersebut.<sup>44</sup> Seperti halnya persamaan merek I Am Geprek Benu dengan Geprek Benu yang memiliki persamaan pada pokoknya. Persamaan tersebut terdapat pada penggunaan kata "BENSU" yang terdapat dalam merek I Am Geprek Benu dan Geprek Benu. Selain itu, para pelaku usaha bisnis makanan baik I Am Geprek Benu maupun Geprek Benu sama-sama menjual jenis makanan Ayam Geprek. Penggunaan kata "BENSU" membuat seakan akan usaha bisnis makanan tersebut menjadi hal yang sama, sehingga menimbulkan kebingungan bagi konsumen. Jika dilihat dari bentuk logo I Am Geprek Benu dan Geprek Benu kedua memakai Ayam sebagai logo tersebut yang jika tidak diperhatikan dengan seksama maka logo tersebut terlihat sama. Dalam bentuk penyajian makanan ayam geprek kedua merek tersebut juga terlihat mirip, sehingga tidak heran jika banyak konsumen yang tidak mengetahui bahwa kedua merek tersebut berbeda. Untuk itu para pelaku usaha harus memberikan tanggung jawab kepada konsumen, sehingga tidak merugikan kepentingan konsumen.

## **B. Upaya yang dapat dilakukan Konsumen untuk Melindungi Hak-Hak nya.**

Upaya untuk menjaga harkat dan martabat konsumen harus didukung

---

<sup>44</sup> <https://fhukum.unpatti.ac.id/perlindungan-merek-dan-pengaruhnya-bagi-perlindungan-konsumen/>

dengan peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.<sup>45</sup> Perlindungan konsumen merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha.

### **1. Hak-Hak Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

Hak-hak konsumen sudah diatur dalam UUPK Pasal 4. Dari hak-hak konsumen tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hak atas keamanan dan keselamatan  
Untuk menjamin keamanan dan keselamatan dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, agar konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik ataupun psikis) dari produk yang digunakannya.<sup>46</sup>
2. Hak untuk memilih  
Memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk sesuai kebutuhannya tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak lain. Konsumen juga dapat memilih produk baik dari kualitas maupun kuantitas produk yang akan dibeli. Jika suatu produk telah dikuasai oleh salah satu pihak atau sudah dimonopoli maka konsumen tidak mempunyai pilihan sehingga hak memilih tidak dapat terlaksana dengan baik. Pemerintah telah membuat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-Undang ini dibuat untuk mengantisipasi pelaku usaha yang akan melakukan monopoli suatu produk karena dapat

---

<sup>45</sup> Wahyu Simon Tampubolon, Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Ilmiah "Advokasi"* Vol. 04. No. 01. Maret 2016, hlm. 56.

<sup>46</sup> Aulia Muthiah, *Op. cit.*, hlm. 64.

menghilang hak memilih yang dimiliki oleh konsumen dan pelaku usaha dapat menguasai harga pasar.<sup>47</sup>

### 3. Hak untuk memperoleh informasi

Hak atas informasi yang benar dan jelas agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar dan jelas atas suatu produk agar konsumen dapat memilih produk mana yang akan dibeli sesuai kebutuhannya, serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk. Informasi tersebut berupa mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping penggunaan produk, tanggal kadaluasra dan identitas produsen dari produk tersebut. Informasi yang benar dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dan memberikan kenyamanan serta kepuasan terhadap konsumen.<sup>48</sup>

## 2. Kewajiban Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Konsumen

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen antara lain:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Penulis menarik kesimpulan upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk mendapatkan dan melindungi hak-

haknya adalah dengan diawali dari diri konsumen itu sendiri. Konsumen harus menyadari dan mengetahui hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen serta memenuhi kewajibannya. Upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk mendapatkan hak-hak nya adalah sebagai berikut:

1. Teliti sebelum membeli suatu produk
2. Membaca informasi yang tercantum pada suatu produk
3. Berpikir Kritis dan jangan mudah terbujuk ketika mendengar promosi dan diskon suatu produk
4. Mencari informasi mengenai suatu produk apabila informasi yang ada belum memadai
5. Berani bertanya kepada karyawan/pelaku usaha dari suatu produk untuk memastikan dan mendapatkan informasi yang lebih jelas dan pasti mengenai suatu produk

## BAB IV PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur merupakan salah satu hak konsumen yang menjadi tanggung jawab pelaku usaha sebagai produsen atau penghasil barang. Tetapi berdasarkan hasil kuisioner yang penulis sebarakan masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui, dan tidak bisa membedakan kedua merek tersebut serta masih banyak masyarakat di Kota Bukittinggi yang menganggap kedua merek tersebut sama. Hal ini di karenakan masih kurangnya pelaksanaan tanggung jawab Pelaku Usaha I Am Geprek Benu dan Geprek Benu dalam memberikan informasi mengenai merek keduanya yang memiliki persamaan pada pokoknya menggunakan kata BENSU. Persamaan itu membuat masyarakat menganggap kedua merek tersebut sama, akibatnya

<sup>47</sup> Aulia Muthiah, *Op. cit*, hlm. 65.

<sup>48</sup> Aulia Muthiah, *Op. cit*, hlm. 66.

banyak konsumen yang keliru dan dirugikan karena bisa saja yang ia beli bukanlah produk makanan yang sebenarnya diinginkan. Tanggung jawab pelaku usaha I Am Geprek Benu dan Geprek Benu disini juga untuk memberikan kepastian hukum agar tidak merugikan kepentingan konsumen, dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

2. Upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk melindungi hak-haknya bisa dilakukan dengan mulai menimbulkan kesadaran dalam diri akan pentingnya hak-hak yang dimiliki konsumen itu sendiri. Upaya yang dapat dilakukan konsumen untuk mendapatkan hak-haknya adalah sebagai berikut:
  1. Teliti sebelum membeli suatu produk
  2. Membaca informasi yang tercantum pada suatu produk
  3. Berpikir kritis dan jangan mudah terbujuk ketika mendengar promosi dan diskon suatu produk
  4. Mencari informasi mengenai suatu produk apabila informasi yang ada belum memadai
  5. Berani bertanya kepada karyawan/pelaku usaha dari suatu produk untuk memastikan dan mendapatkan informasi yang lebih jelas dan pasti mengenai suatu produk

Upaya untuk mencari informasi terhadap produk yang akan dibeli. Informasi tersebut dapat dilakukan dengan mencari di media sosial maupun bertanya secara langsung kepada pelaku usaha makanan baik I Am Geprek Benu maupun Geprek Benu terkait produk makanan yang mereka jual. Hal ini bisa meminimalisir kebingungan dan agar konsumen tidak salah dalam membeli produk makanan tersebut. Selain bertanya langsung masyarakat

juga bisa mendapatkan informasi melalui media sosial.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka di kemukakan pula beberapa saran:

1. Pelaku usaha dalam menjalankan usaha makanannya sebaiknya lebih gencar lagi dalam pelaksanaan tanggung jawab untuk memberikan informasi yang benar, jujur dan jelas terhadap makanan yang mereka jual, karena salah satu hak konsumen adalah hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak bingung dan tidak salah membeli produk makanan yang mereka inginkan serta tidak merugikan kepentingan konsumen.
2. Selain memiliki hak untuk mendapatkan informasi, konsumen juga memiliki hak untuk didengar, sehingga konsumen tidak malu untuk bertanya kepada pelaku usaha terkait informasi yang lebih dalam lagi.
3. Masyarakat sebagai konsumen harus lebih sadar akan hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen dan juga harus lebih teliti serta berhati-hati dalam membeli produk makanan agar tidak salah ataupun keliru memilih produk.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **A. Buku:**

A'an Efendi, *et. al.*, 2017, *Teori Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.

Adisumarto, Harsono, 1990, *Hak Milik Intelektual Khususnya Hukum paten dan Merek*, Akademika Pressindo, Jakarta.

Ahmad Ali, 2002, *Menguk Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*, Gunung Agung, Jakarta.

- Amiruddin dan H. Zainal Asiki, 2010, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Dasrol, 2017, *Hukum Ekonomi Suatu Pengantar dalam Hukum Bisnis*, Alaf Riau, Pekanbaru
- Djumhana, Muhammad dan R Djubaedillah, 2014, *Hak milik Intelektual Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Djumhana, Muhammad & R. Djubaidillah, 1993, *Hak Milik Intelektual*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Hamid, Haris, ABD, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, CV. Sah Media, Makasar.
- Sidabalok, Janus, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Hidayah, Khoirul, 2017, *Hukum HKI Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Malang.
- Kristiyanti, Siwi, Tri, Celina 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Kurnia, Slamet, Titon, 2011, *Perlindungan Terhadap Merek Tekenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs*, PT Alumni, Bandung.
- Peter Mahmud Marzuki, Mahmud, Peter, 2009, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana Prada Media Group, Jakarta.
- Mertokusumo, Sudikno dalam H. Salim Hs, 2010, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Miru, Ahmad, dan Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- M. Nurrachmad, M, 2011, *Segala tentang HAKI Indonesia*, Buku Biru. Bantul.
- Muhammad, Kadir, Abdul, 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Muthiah, Aulia, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Pustaka Baru Pers, Yogyakarta..
- Nasution, Az, 1995 *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.

## B. Jurnal:

- Andrea Morgan, “Trips To Thailand: The Act For The Establishment Of And Procedure For Intellectual Property And International Trade Court”, *Jurnal West Law*, diakses melalui [http://1.next.westlaw.com/Document/tanggal 3 November 2020](http://1.next.westlaw.com/Document/tanggal%203%20November%202020) diterjemahkan oleh google translate.
- Bradlee R. Frazer, Common-law Trademarks or Trade-name Rights In Geographical Areas of Prior Use, *Jurnal West Law* diakses melalui [https://1.next.westlaw.com/Document/tanggal 5 November 2020](https://1.next.westlaw.com/Document/tanggal%205%20November%202020) diterjemahkan oleh google translate.

Dasrol, “Analisis Terhadap Hambatan Pelaksanaan Perlindungan Hukum Tenun Siak Di Kabupaten Siak Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta”, *Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-43*, No.1 Januari-Maret 2013, hlm.2.

Enny Mirfa, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar”, *Jurnal Hukum*, Vol. 11, No. 1, Januari-Juni 2016, hlm. 71.

Evelyn Larissa Florentia Wijaya, “Perlindungan Hukum Konsumen Atas Kesamaan Bunyi Merek Terhadap Barang Yang Tidak Sejenis”, *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)* , Vol. 5, No 2, Maret 2020, hlm. 187.

Fandy H. Kowel, “Perlindungan Hukum Terhadap Penerima Lisensi Merek Di Indonesia “, *Lex et Societatis*, Vol. V, No. 3 Mei 2017, hlm. 53.

Haidar Hasan Ridhovi, Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Merek Converse atas produk peniruan sepatu converse, Skripsi Universitas Jember, Jember, 2018, hlm. 24.

### C. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999  
Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016  
Tentang Merek dan Indikasi  
Geografis

Putusan Nomor 57/Pdt.Sus-  
Merek/2019/PN Niaga Jkt.Pst.  
hlm.9

### D. Website

<https://kumparan.com/viral-food-travel/profil-benny-sudjono->

[sosok-di-balik-124-cabang- i-am-geprek-bensu-1tbCH3K0thj/full](https://kumparan.com/viral-food-travel/profil-benny-sudjono-sosok-di-balik-124-cabang-i-am-geprek-bensu-1tbCH3K0thj/full) diakses, tanggal, 3 Juni 2021.

<https://kumparan.com/viral-food-travel/profil-benny-sudjono-sosok-di-balik-124-cabang-i-am-geprek-bensu-1tbCH3K0thj/full> diakses, tanggal, 3 Juni 2021.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Bukittinggi#:~:text=belum%20dapat%20dilaksanakan.,Geografi,antara%2016.1%E2%80%9324.9%20%C2%B0C](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Bukittinggi#:~:text=belum%20dapat%20dilaksanakan.,Geografi,antara%2016.1%E2%80%9324.9%20%C2%B0C) diakses, tanggal, 28 Juni 2021. Kota Bukittinggi Dalam Angka 2021, hlm, 3.