

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 . Latar belakang**

Indonesia sebagai negara kepulauan sangat kaya dengan keanekaragaman adat istiadat. Hal tersebut pulalah yang membuat Negara Indonesia kaya akan warna produk budaya yang dihasilkan melalui buah karya para pelaku industri kreatif. Wilayah Indonesia yang luas serta ragamnya kultur dari Sabang hingga Merauke, menghasilkan banyak talenta kreatif yang menjadikan karya maupun produk tersebut memiliki ciri khasnya tersendiri. Demikian pula dengan nilai ekonomis yang dibawa dalam sebuah karya tersebut yang tidak luput menjadi salah satu sumber penghasilan baik bagi sang pengrajin maupun bagi masyarakat dalam wilayah geografis tersebut.

Sejalan dengan pesatnya kemajuan zaman serta perkembangan ekonomi dan teknologi, tentu saja setiap produk budaya yang dihasilkan tidak lepas dari banyaknya ide kreatif yang kaya akan hasil pemikiran anak bangsa dalam berbagai bidang. Ide kreatif yang bermunculan ini tentu merupakan sebuah aset berharga yang merupakan sumber daya tanpa batas yang memiliki nilai ekonomi sangat tinggi. Dalam hal ini, penting untuk menyadari bahwa ide karya suatu produk anak bangsa yang dihasilkan dalam bentuk produk barang maupun jasa tentunya bisa membawa dampak ekonomis pada warga terutama dalam sektor industri UMKM. Hal tersebut

terbukti terutama di dalam krisis, dimana sektor UMKM lah yang mampu untuk bertahan dalam hal daya jual beli masyarakat pada saat tersebut.

Dilema yang dialami dalam situasi di lapangan memperlihatkan bahwa masih banyak para pelaku UMKM yang belum memiliki kesadaran dalam melindungi inovasi dan kreatifitasnya. Hal tersebut tentu merugikan para pelaku UMKM dimana produk dan jasanya seharusnya dilindungi kekayaan intelektualnya yang akan menjadi nilai ekonomis di kemudian hari. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa dalam wacana akademis sendiri, HKI dibagi dalam dua kelompok substansi, yaitu : Hak Cipta dan Hak Atas Kekayaan Industri. Lingkup Hak Cipta ini termasuk di dalamnya adalah Hak Terkait atau *Related Right*<sup>1</sup> yang biasa disebut dengan *Neighboring Right*. Bidang kedua sendiri yaitu mencakup Paten, Merek, Desain Industri, dan Rahasia Dagang; sedangkan *Integrated Circuit* merupakan substansi pengaturan baru yang sekaligus menandai hilangnya disiplin pembidangan objek-objek HKI secara tradisional.<sup>2</sup> Begitu pula dengan Perlindungan Varietas Tanaman (*Plant Variety Protection*) yang baru dikembangkan menjadi regulasi tersendiri melalui undang-undang yang ditetapkan.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Article 14 TRIPS Agreement

<sup>2</sup> Henry Soelistyo, *Hak Kekayaan Intelektual Konsepsi, Opini dan Aktualisasi Buku Pertama*, (Jakarta:Penaku,2014), hal.3

<sup>3</sup> UU No.29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman

Kekayaan intelektual yang adalah *intangible asset*, memiliki nilai ekonomis yang sangatlah penting bagi daya saing UMKM itu sendiri. Kreativitas tersebut menjadi kekuatan bagi UMKM yang harus kita lindungi bersama. Terutama HKI telah menjadi alat yang efektif dalam membangun *leverage* dagang bagi para pelaku usahanya.

Penting bagi para pelaku UMKM untuk melindungi produk barang dan atau jasanya melalui perlindungan terhadap hak kreasi intelektualnya yang dimana melekat nilai ekonomi yang tentu saja dijamin oleh hukum negara. Dalam perihal ini, konsepsi monopoli (*exclusive right*) yang diakui serta dikukuhkan negara, dimana dalam pemahaman yang hakiki monopoli hadir dalam wujud hak untuk secara sendiri untuk mengeksploitasi manfaat ekonomi yang melekat pada karya intelektualnya dan melarang orang lain memanfaatkannya. Dalam perihal inilah HKI memiliki faktor instrumen ekonomi yang tentunya memerlukan perlindungan hukum dan bukan hanya pengakuan ataupun penghargaan saja.

Sebagai bagian dari instrumen HKI, maka adanya Undang-Undang Merek yang disusun dalam menunjang tatanan dan kegiatan perekonomian serta perdagangan, juga dapat menjadi sebuah alat filterisasi dari peredaran komoditas barang dan jasa dengan Merek yang serupa. Dalam UU Merek dan Indikasi Geografis tersebut, mencakup berbagai persyaratan yang diberikan dalam proses pendaftarannya. Dalam hal ini, Merek yang diberikan oleh negara atas dasar permintaan, dengan syarat tidak memiliki persamaan pada pokok atau pada keseluruhannya dengan Merek lain yang terdaftar sebelumnya. Hak atas Merek yang meliputi monopoli kepemilikan dan

penggunaan ini memiliki batas waktu sepuluh tahun yang dapat diperpanjang dan juga adanya batas kelas barang dan jasa yang diatur dalam *Nice Agreement*.<sup>4</sup> Dalam hal kepemilikannya, Merek dapat dialihkan atau diwariskan, dan juga dilisensikan berdasarkan perjanjian yang telah disepakati bersama.

Dengan mendaftarkan Hak atas Merek, maka hal ini merupakan sebuah wujud perlindungan hukum bagi para produsen barang dan jasa dari pihak yang berkepentingan sebagai langkah perlindungan yang preventif dan juga represif guna melindungi produk barang dan jasa tersebut. Tentu saja dengan mendaftarkan Merek dari barang maupun jasa dari para pelaku UMKM akan memberikan kepastian hukum bagi para pelakunya. Secara ekonomis, Sistem Merek ini dapat mencegah terjadinya distorsi pasar, terutama yang disebabkan oleh perbuatan curang dari oknum yang tidak bertanggung jawab, seperti pendomplengan popularitas merek terkenal, penyesatan *brand image*, serta pemalsuan komoditas barang. Dalam UU Merek dan Indikasi Geografis tersebut juga ditegaskan ancaman sanksi pidana dan gugatan perdata bagi para pelaku yang melanggarnya. Konsep merek di dalam HKI memiliki unsur kreatif dimana didalam suatu merek melekat semacam logo ataupun huruf. Terdapat hak cipta di bidang seni, tetapi hak merek bukan hak cipta di golongan seni yang diberikan perlindungan, melainkan merek itu sendiri serta hak merek itu dibatasi di

---

<sup>4</sup> Jill McKeough, et.al, *Intellectual Property: Commentary and Materials*, (Sydney: Third Edition, Lawbook Co., 2007), hal. 527-528. Serta dapat dibaca di PP No. 25 Tahun 2003 tentang Kelas Barang dan Jasa untuk Merek

dalam pemakaian hasil karya yang dipasarkan serta mempunyai nilai yang terjangkau.<sup>5</sup> Merek untuk produsen, dalam hal ini bagi para pelaku UMKM adalah sebagai citra nama baik untuk produk atau jasa, dan tidak hanya itu saja, merek adalah juga sebagai komponen dari strategi bisnis. Label yang digunakan pada merek tersebut adalah pembeda antara merek suatu produk tertentu serta pengenalan dengan merek produk yang lainnya.

Hak atas merek ialah hak yang berkarakter khusus (*exclusive*) yang dialokasikan dari negara terhadap pemiliknya buat memakai sendiri merek itu ataupun membagikan izin untuk orang lain buat memakainya. Alokasi hak khusus dari negara, menanggung konsekuensi bahwa untuk mendapatkannya wajib lewat metode registrasi, dan kemudian sifat dari registrasi ini adalah sebuah kewajiban (*compulsory*). Agar hak merek itu mendapatkan perlindungan serta pengesahan oleh negara, maka pemilik merek wajib melakukan pendaftaran pada negara. Apabila ada merek yang tidak dilakukan pendaftaran, maka merek tersebut tidak bisa diberikan perlindungan dari negara. Akibatnya merek itu bisa dipakai oleh tiap-tiap individu.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Sulastris, dkk.. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)”. Jurnal Yuridis, Vol,5.(2018)

<sup>6</sup> Agung Sujatmiko, “Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek”, Jurnal Media Hukum, 18.2 (2011), hal.177

Merek yang berdasarkan dari pengertian Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 bisa ditunjukkan berupa :

*“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 tersebut untuk membedakan benda dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”*

Suatu bisnis tentu saja tidak bisa dilepas dari merek dagang ataupun jasa, sebab merek ialah bukti dari produk yang diperjualbelikan. Dari adanya suatu merek, maka konsumen dapat memastikan suatu pilihan dengan tidak munculnya keraguan atas produk barang maupun jasa yang dipilihnya. Dari serangkaian teori mengenai merek, maka terdapat tiga hal dasar yang dapat menggambarkan fungsi strategis dari merek tersebut. Adapun konsep dari fungsi merek tersebut yaitu sebagai tanda pembeda dalam lalu lintas perdagangan, penunjuk asal barang dan jaminan kualitas, serta merek sebagai *valuable assets* dimana bukan hanya sekedar sebagai ciri produk komoditi, namun juga menjadi komoditi itu sendiri.

UMKM yang memiliki potensi serta peranan yang besar dalam perekonomian nasional dapat dibuktikan saat Indonesia mengalami krisis di tahun 1998, dimana banyak pengusaha besar yang tidak mampu bertahan, namun UMKM mampu bertahan dalam menjalankan usahanya dengan keterbatasan yang ada. Bagi pelaku usaha menengah dan besar, tentu pendaftaran merek menjadi sebuah kebutuhan dalam rangka memenuhi merek dagangnya. Hanya saja, UMKM selaku industri berskala kecil seringkali ditemukan belum memiliki kesadaran akan penting dan

bermanfaatnya pendaftaran merek tersebut.

UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukan merupakan suatu hal yang penting. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan masih kecilnya angka registrasi Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Adapun yang menjadi masalah dari pelaku usaha UMKM yaitu mempunyai keterbatasan dari modal, aset maupun hasil penjualan tahunan jika dibandingkan dengan usaha Non-UMKM. Oleh karena itu, pemerintah memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek, yaitu lewat kebijakan biaya registrasi merek UMKM yang lebih murah dibandingkan merek Non-UMKM, melakukan kerjasama antara Ditjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, dengan memberikan insentif pembiayaan registrasi merek UMKM, serta registrasi merek kolektif UMKM.

Menurut pemikiran *World Intellectual Property Rights (WIPO)*, UMKM mempunyai kemampuan lebih dalam berkembang untuk segi kreativitas serta inovasi dari produk. Tetapi, sayangnya pemahaman pengusaha UMKM akan bergunanya perlindungan HKI buat menunjang aktivitas usaha mereka yang rendah. Contohnya pemakaian merek yang bertujuan buat membedakan produk satu dengan produk yang lain. Registrasi merek bagi pengusaha UMKM bisa menolong konsumen mengidentifikasi produk yang sudah dihasilkan, sehingga mempermudah para konsumen buat mencari serta membeli benda- benda tersebut.

Adapun yang menjadi manfaat perlindungan merek bagi UMKM yaitu:

- 1) Hak eksklusif dalam pasar.
- 2) Merek dapat meningkatkan nilai atau jaminan dimata investor dan institusi keuangan.
- 3) Merek meningkatkan *performance* dan *competitiveness*.
- 4) Merek meningkatkan pendapatan melaui lisensi dan penjualan.
- 5) Merek membangun perlindungan dan penegakan hak.

Perlindungan terhadap merek di Indonesia mengikuti asas konstitutif (registrasi) dengan metode *first to file*<sup>7</sup>. Dimana dalam hal tersebut diartikan bahwa, merek hanya memperoleh perlindungan jika merek itu dilakukan pendaftaran ke pemerintah lewat Kementerian Hukum dan Ham serta dalam hal ini berada di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM mempunyai produk baik berbentuk benda ataupun jasa dengan memakai produk merek tetapi tidak didaftarkan, lalu pelaku usaha UMKM itu akan lenyap perlindungan hukum dari mereknya. Pemilik merek yang sudah melakukan pendaftaran akan memperoleh Hak atas Merek, yaitu hak eksklusif yang dibagikan oleh Negara terhadap pemilik merek yang sudah terdaftar. Bersumber pada Hak atas Merek itu, para pemilik merek memperoleh perlindungan hukum hingga bisa meningkatkan usahanya secara tenang tanpa khawatir mereknya diklaim dari pihak lain.

---

<sup>7</sup>Hidayah K., *Hukum HKI*, (Jakarta: Setara Press, (2017), hal.308

Dalam hal ini, hukum memainkan peran yang sangat penting dalam mempertahankan ketertiban dan kedamaian dalam kehidupan sosial. Hal ini disebabkan karena hukum mengatur agar kepentingan masing-masing individu tidak bersinggungan dengan kepentingan umum, mengatur mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban masyarakat atau para pihak dalam suatu hubungan hukum dan lain sebagainya.<sup>8</sup>

Kepastian hukum merupakan salah satu tujuan hukum dapat dikatakan sebagai bagian dari upaya untuk menerapkan keadilan. Bentuk kepastian hukum yang sebenarnya adalah implementasi atau penegakan hukum untuk gugatan, terlepas dari siapa yang melakukan. Adanya kepastian hukum mengakibatkan setiap orang dapat memperkirakan apa yang akan dialami jika melakukan tindakan hukum tertentu. Kepastian diperlukan untuk mewujudkan prinsip persamaan dihadapan hukum tanpa diskriminasi.<sup>9</sup>

Kata “kepastian” berkaitan erat dengan asas kebenaran, yaitu sesuatu yang secara ketat dapat disilogismekan secara legal-formal. Melalui logika deduktif, aturan-aturan hukum positif ditempatkan sebagai premis mayor, sedangkan peristiwa konkret menjadi premis minor. Melalui sistem logika tertutup akan serta merta dapat diperoleh konklusinya. Kesimpulan itu harus sesuatu yang dapat diprediksi, sehingga semua orang wajib berpegang kepadanya. Dengan pegangan inilah masyarakat menjadi tertib.

---

<sup>8</sup> Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), hal.43

<sup>9</sup> Bodenheimer dalam Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2021) hal. 277

Oleh sebab itu, kepastian akan mengarahkan masyarakat kepada ketertiban.<sup>10</sup> Kepastian hukum dapat menjamin seseorang dalam melakukan perilaku sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Begitu pula sebaliknya, bila tanpa ada kepastian hukum maka seseorang tidak memiliki ketentuan baku dalam menjalankan perilaku.

Gustav Radbruch mengemukakan bahwa kepastian sebagai salah satu tujuan dari hukum. Tata kehidupan dalam masyarakat tentu berkaitan erat dengan kepastian dalam hukum. Hal tersebut merupakan sesuatu yang bersifat normatif baik ketentuan maupun keputusan hakim. Dengan adanya kepastian hukum, hal tersebut mengantarkan pada pelaksanaan tata kehidupan yang jelas dalam pelaksanaannya jelas, teratur, konsisten, dan konsekuen serta tidak dapat dipengaruhi oleh keadaan-keadaan yang sifatnya subjektif di dalam kehidupan masyarakat.<sup>11</sup> Kepastian hukum merupakan hal yang bisa dijawab secara normatif, bukan sosiologis. Secara normatif, kepastian hukum adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam pengertian tidak menimbulkan keragu-raguan (multi-tafsir) dan logis yang berarti hal tersebut dapat menjadi suatu sistem norma dengan norma lain sehingga tidak menimbulkan konflik norma. Konflik norma yang ditimbulkan dari ketidakpastian aturan dapat berbentuk kontestasi norma, reduksi norma atau distorsi norma.

---

<sup>10</sup> Moh. Mahfud MD, Penegakan Hukum dan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik, Bahan pada Acara Seminar Nasional "Saatnya Hati Nurani Bicara" yang diselenggarakan oleh DPP Partai HANURA. Mahkamah Konstitusi Jakarta, 8 Januari 2009.

<sup>11</sup> Nur Agus Susanto, Dimensi Aksiologis Dari Putusan Kasus "ST" Kajian Putusan Peninjauan Kembali Nomor 97 PK/Pid.Sus/2012, Jurnal Yudisial Vol. 7 No. 3 Desember 2014

Selanjutnya kepastian hukum adalah dimana sebuah perihal (keadaan) yang pasti, ketentuan atau ketetapan. Hukum secara hakiki harus bersifat pasti dan adil. Pasti sebagai pedoman kelakuan dan adil karena pedoman kelakuan itu harus menunjang suatu tatanan yang dinilai wajar. Hanya karena bersifat adil dan dilaksanakan dengan pasti hukum dapat menjalankan fungsinya.<sup>12</sup>

Hukum bertugas menciptakan kepastian hukum karena bertujuan untuk menciptakan ketertiban dalam masyarakat. Gustav Radbruch mengemukakan 4 (empat) hal mendasar yang berhubungan dengan makna kepastian hukum, yaitu : Pertama, bahwa hukum itu positif, artinya bahwa hukum positif itu adalah perundang-undangan. Kedua, bahwa hukum itu didasarkan pada fakta, artinya didasarkan pada kenyataan. Ketiga, bahwa fakta harus dirumuskan dengan cara yang jelas sehingga menghindari kekeliruan dalam pemaknaan, di samping mudah dilaksanakan. Keempat, hukum positif tidak boleh mudah diubah.<sup>13</sup>

Pendapat Gustav Radbruch tersebut didasarkan pada pandangan bahwa kepastian hukum adalah kepastian tentang hukum itu sendiri. Kepastian hukum merupakan produk dari hukum atau lebih khusus dari perundang-undangan. Berdasarkan pendapatnya tersebut, maka menurut Gustav Radbruch, hukum positif yang mengatur kepentingan-kepentingan manusia dalam masyarakat harus selalu ditaati meskipun hukum positif itu kurang adil.

---

<sup>12</sup> Dominikus Rato, *Filsafat Hukum Mencari: Memahami dan Memahami Hukum*, (Yogyakarta:Laksbang Pressindo, 2017), hal.59.

<sup>13</sup> Gustav Radbruch Terjemahan Shidarta, *Tujuan Hukum*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 56

Dalam hal pengertian, merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara atau hologram, atau kombinasi dari kesemuanya yang mempunyai ciri khas sendiri sehingga menjadi daya pembeda dengan produk lain dan digunakan dalam perdagangan barang maupun jasa.<sup>14</sup>

Selain sebagai pembeda, merek tertentu dalam kehidupan sehari-hari sering dianggap sebagai jaminan kualitas atas suatu barang atau jasa. Merek menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) serta reputasi suatu barang dan jasa hasil usaha sewaktu diperdagangkan. Merek sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena masyarakat sering mengaitkan suatu *image*, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial. Merek suatu perusahaan seringkali lebih bernilai dibandingkan dengan aset riil perusahaan tersebut. Ketentuan dalam Pasal 21 UU Merek 2016 yang mewajibkan untuk menolak pendaftaran suatu merek apabila terdapat unsur yang sama dengan merek terkenal baik untuk barang dan/atau sejenis maupun barang dan/atau barang tidak sejenis. Ketentuan tersebut menunjukkan adanya perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik merek terkenal. Perlindungan diberikan dengan memberi kemungkinan bagi lembaga pendaftaran merek untuk menolak pendaftaran merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek

---

<sup>14</sup> Pasal 1 ayat (1) UU No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

terkenal yang dimiliki oleh pihak lain. Selain itu, untuk merek yang belum terdaftar menurut ketentuan Pasal 76 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 diberikan kesempatan untuk mengajukan gugatan pembatalan merek setelah mengajukan permohonan kepada menteri. Berdasarkan pasal tersebut, pemilik merek terkenal yang mereknya belum terdaftar di Indonesia dapat mengajukan gugatan pembatalan merek apabila terdapat pendaftaran merek yang secara itikad tidak baik memiliki persamaan dengan merek miliknya.

Terdapatnya wujud perlindungan ataupun tujuan perlindungan yang memberikan jaminan kepastian hak kepada UMKM yang dilindungi dengan memberikan dorongan seperti insentif, pembinaan, pemantauan selaku upaya pemihakan pemerintah terhadap ekonomi masyarakat agar bisa berkembang, mandiri dan berdaya saing.

Oleh karena itu, perlu bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk mendaftarkan merek atas produk maupun jasanya sebagai upaya hukum dalam melindungi produk dan jasa mereka juga sebagai alat pembeda dalam tujuan ekonomi.

## **1.2. Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaturan mengenai perlindungan merek bagi pelaku UMKM dalam menjamin kepastian hukum bagi pelaku

pengembangan ekonomi kreatif ?

- 2) Bagaimana prosedur pendaftaran merek bagi industri UMKM dapat menjamin kepastian hukum bagi pelaku pengembangan ekonomi kreatif ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengkaji pengaturan mengenai perlindungan merek bagi para pelaku UMKM.
- 2) Untuk dapat merumuskan prosedur pendaftaran merek UMKM dapat menjamin kepastian hukum bagi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian tujuan di atas, maka manfaat yang penulis harapkan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada pemerintah dan pihak terkait dalam menyusun kebijakan yang lebih tegas terkait perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif.
- 2) Hasil penelitian ini dapat membantu para pelaku UMKM agar dapat memahami secara lebih mendalam prosedur pendaftaran merek guna melindungi pemasaran atau perdagangan produk maupun jasanya.

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai kajian yuridis terhadap kepastian hukum bagi para pelaku ekonomi kreatif terutama dalam melindungi produk dan jasanya serta sebagai pengembangan ilmu pengetahuan. Tulisan ini diharapkan dapat memperkaya literatur khususnya dalam Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Kreatif dalam Melindungi Produk dan Jasanya dengan Merek yang mereka gunakan. Penulisan ini juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kepastian hukum akan perlindungan merek bagi pelaku ekonomi kreatif.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Jika dilihat dari sisi praktis, penulis memiliki harapan bahwa hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi:

- 1) Penulisan ini dapat membantu para pelaku ekonomi kreatif terkait perlindungan merek, sehingga para pelaku ekonomi kreatif ini memiliki kesadaran akan pendaftaran merek dalam mewujudkan keamanan serta dampak ekonomis akan produk maupun jasa mereka.
- 2) Hasil penulisan ini dapat dijadikan pedoman bagi regulator atau pembuat kebijakan dalam menelaah lebih dalam serta memperbaiki regulasi maupun peraturan dalam sosialisasi maupun kebijakan dalam perlindungan merek terutama bagi pelaku ekonomi kreatif.

## 1.5 Metode Penelitian

Metode dalam hal ini diartikan sebagai suatu cara yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan alat-alat tertentu. Sedangkan penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji suatu pengetahuan, suatu usaha dimana dilakukan dengan menggunakan metode tertentu. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif yang merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan mengkaji bahan pustaka atau data sekunder sebagai sumber yang akan diteliti secara kualitatif. Data yang akan digunakan meliputi:

- 1) Data Primer:
  - a) UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
  - b) UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah
  - c) Peraturan Pemerintah Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM
  - d) Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif
- 2) Data Sekunder: Peraturan perundang-undangan, serta literatur maupun jurnal lainnya.
- 3) Sumber Bahan Hukum Tersier:
  - a) abstrak,
  - b) penerbitan pemerintah,
  - c) dokumen,
  - d) website, dsb.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang berurutan dengan materi pembahasan. Pada BAB III penulis akan memuat hal mengenai metode penelitian yang digunakan dalam merangkai proses pembuatan penelitian ini. Penulis akan menjabarkan sebagai berikut :

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada BAB I ini merupakan materi pendahuluan yang berisi gambaran mengenai permasalahan singkat terkait analisis yuridis terhadap kepastian hukum dalam perlindungan merek barang dan jasa bagi sektor UMKM, yang diuraikan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penelitian.

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Pada BAB II ini merupakan tinjauan pustaka yang berisikan tinjauan teori, dalam hal ini berupa teori-teori hukum, peraturan perundang-undangan, dan dilengkapi dengan landasan konseptual dari topik penelitian serta rumusan masalah.

penjelasan mengenai metode penelitian yang terdiri dari; Jenis Penelitian, Jenis Data, Cara Perolehan Data, Jenis Pendekatan dan Analisis Data.

#### **BAB IV: Hasil Penelitian dan Analisis**

Pada BAB IV ini penulis akan membahas hal mengenai rumusan masalah yang telah diuraikan pada Bab I sebelumnya. Bab IV ini berisi mengenai data - data dan informasi yang diperoleh oleh penulis, kemudian pembahasan menjawab rumusan masalah yang penulis tentukan.

#### **BAB V: Penutup**

Bab V dan yang merupakan bab terakhir dari penulisan ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah disusun.