



---

## PERSPEKTIF PENJUAL CAPPUCINO CINCAU TENTANG HAK MEREK DI KECAMATAN BANJARMASIN SELATAN

Uswatun Hasanah, Hidayatul Husna, Dini Awwalia, Muhammad Noor Ridani, Muhammad Haris

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

---

### Article Info

#### *Article history:*

Received June 11<sup>th</sup>, 2022

Revised Oct 26<sup>th</sup>, 2022

Accepted Des 12<sup>th</sup>, 2022

#### *Keyword:*

*Intellectual Property Rights;  
Trademark Right;  
Entrepreneur Perspective.*

---

**Abstract:** The right to a trademark is a special right that has been granted by the state to the holder of a trademark that has been recorded within a certain period of time by using the trademark itself or allowing others or using the trademark. There are still many people who do not know the use of the right to trademark. Due to the limited extension activities and awareness raising from the authorities about the usefulness of intellectual property rights, especially the right to trademark, until the business people only know that trademark registration must be done with the payment of expensive and complicated in the management. Though the trademark is very important, the trademark is used for identity, legal protection, and distinguish the goods or services produced. This study uses empirical legal research methods. The results of the analysis obtained it turns out that there are still many Cappuccino Cincau entrepreneurs who have not registered the trademark. This is because the seller lacks understanding of trademark rights and the seller feels no need to register the trademark for reasons of time-consuming and complicated management.

**Abstrak:** Hak atas merek adalah hak khusus yang telah diberikan oleh negara kepada pemegang merek yang telah tercatat dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan merek itu sendiri atau mengizinkan orang lain atau menggunakan merek tersebut. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui penggunaan hak atas merek. Karena terbatasnya kegiatan penyuluhan dan sosialisasi dari pihak yang berwenang tentang kegunaan hak kekayaan intelektual, khususnya hak atas merek, sehingga para pelaku usaha hanya mengetahui bahwa pendaftaran merek harus dilakukan dengan pembayaran yang mahal dan berbelit-belit dalam pengurusannya. Padahal merek sangat penting, merek digunakan untuk identitas, perlindungan hukum, dan membedakan barang atau jasa yang dihasilkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris. Hasil analisis yang diperoleh ternyata masih banyak pengusaha Cappuccino Cincau yang belum mendaftarkan mereknya. Hal ini disebabkan karena penjual kurang memahami tentang hak merek dan penjual merasa tidak perlu

---

mendaftarkan mereknya dengan alasan pengurusan yang memakan waktu dan rumit.



© 2022 The Authors. Published by Fakultas Syariah UIN Antasari.  
This is an open access article under the CC BY license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

---

Corresponding Author: Email: [muhammadnoorridani@gmail.com](mailto:muhammadnoorridani@gmail.com)

---

## Pendahuluan

Pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi membuat banyaknya perubahan aktivitas kehidupan masyarakat pada banyak bidang, yang berakibat pada munculnya pergantian baru dalam hukum. Pemakaian dan penerapan terhadap teknologi juga informasi harus diperluas untuk mendukung, memelihara dan memperkuat persatuan bangsa. Dengan berlandaskan kejujuran demi untuk keperluan masyarakat, penggunaan terhadap teknologi dan informasi yang akan membantu pertumbuhan ekonomi dan bisnis agar menciptakan kenyamanan rakyat.

Setelah Indonesia meratifikasi perjanjian *World Trade Organization* (WTO) melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994, Indonesia berkewajiban agar menyelaraskan peraturan perundang-undangan yang terkait pada perjanjian tersebut. Indonesia menerbitkan Hak Kekayaan Intelektual yaitu kreativitas intelektual dalam bentuk ide, penemuan dan ekspresi kreatif, yang kadang-kadang disebut sebagai “produk pemikiran”. Akan tetapi kesadaran masyarakat umum pada hak kekayaan intelektual di Indonesia dan negara berkembang lainnya masih rendah. Buktinya dapat dilihat dari rendahnya jumlah pendaftaran HKI yang dimiliki oleh pencipta dalam negeri dan banyaknya pelanggaran HKI yang dilakukan oleh masyarakat.<sup>1</sup>

Hak Kekayaan Intelektual ialah hak khusus untuk melindungi karya seseorang atau kelompok untuk menciptakan penemuan agar memperoleh keuntungan bersama antara pencipta dan pengguna.<sup>2</sup> Agar melindungi ketentuan hukum pada pemegang merek, pemerintah mencabut UU Merek menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992. Menurut ratifikasi WTO, yang memuat ketentuan *Trade Related Aspects of Intellectual Property* (TRIPs) dilakukalah perbaikan UU No. 19 Tahun 1992 dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 dan kembali dibarukan pada Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Lalu diperbarui dengan Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan dibuatnya UU ini untuk memastikan perlindungan kepada pemegang merek supaya merek tidak akan di salah gunakan untuk pemalsuan. Dalam dunia industri, merek tertentu banyak digunakan di masyarakat tanpa seizin pemilik merek, yang dapat

---

<sup>1</sup> Sri Rahayu Gorda, Putu Eva Ditayani Antari, dan Ida Ayu Ketut Artami, “Sosialisasi Hak Cipta Dan Hak Merek Pada Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Sebagai Aset Bisnis Di Era Industri Kreatif (Sosialisasi Hak Merek Dan Hak Paten Pada Masyarakat Desa Celuk Kabupaten Gianyar),” *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (23 Desember 2020): 28.

<sup>2</sup> Danang Sunyoto dan Wika Harisa Putri, *Hukum Bisnis* (Yogyakarta: Pustaka Yusticia, 2016), 142.

merugikan pemilik merek dan sekaligus menyesatkan masyarakat.<sup>3</sup>

Merek merupakan hasil karya seseorang dengan bentuk gambar, nama, kata, huruf, angka, skema warna atau kombinasinya, mempunyai ciri khas dalam penjualan barang dan jasa. Merek dibagi pada tiga bagian, merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif. Hak pada merek ialah hak khusus yang diberi pemerintah untuk pemegang merek yang telah tercatat dalam rentang waktu yang telah ditentukan dengan penggunaan untuk sendiri atau memberikan izin pada pihak lain untuk memakainya.<sup>4</sup>

Hak khusus pada merek tidak bisa diberikan jika merek itu tidak memiliki pembeda dengan yang lain, seperti angka, huruf, hanya mengandung keterangan waktu, tempat pembuatan, bentuk dan tujuan, kecuali pendaftar mendapatkan persetujuan dari yang berwenang. Merek tidak dapat digunakan apabila merek dengan tanda jaminan resmi dari badan pemerintahan. Merek bisa digunakan bilamana pemakai merek mendapat perizinan dari yang berwenang.<sup>5</sup>

Hak pada merek ini digunakan untuk identitas, perlindungan hukum, dan menjadi pembeda pada barang atau jasa yang diproduksi dengan perusahaan serupa. Saat ini banyak masyarakat atau pelaku usaha yang belum memahami atas perlindungan hak merek. Salah satunya adalah pelaku usaha Cappuccino Cincau Di Kecamatan Banjarmasin Selatan.

Usaha Minuman Cappuccino Cincau merupakan jenis usaha yang bergerak di bidang penyediaan minuman jadi beserta sistem dan pelayanan bisnisnya. Cappuccino cincau adalah sejenis minuman kopi atau cappuccino yang mengabungkan dengan cincau yang diserut ataupun potong dadu, disajikan dengan keadaan dingin dengan harga yang cukup terjangkau, membuat minuman ini digemari banyak orang dari semua kalangan, dari anak kecil, remaja bahkan orang tua.<sup>6</sup>

Dalam praktik pelaku usaha ditemukan bahwa di Kecamatan Banjarmasin Selatan banyak terdapat pelaku usaha Cappuccino Cincau dengan berbagai macam merek, mulai dari yang biasa hingga terkenal. Akan tetapi masih ada beberapa pelaku usaha yang tidak memahami tentang perlindungan hak merek. Beberapa kasus merek Di Kecamatan Banjarmasin Selatan, pelaku usaha Cappuccino Cincau tidak mendaftarkan hak atas mereknya tersebut. Dari pelaku usaha Cappuccino Cincau di Kecamatan Banjarmasin selatan ada salah satu usaha yang terkenal telah memulai usahanya selama 10 tahun dan mempunyai pelanggan tetap, tetapi pelaku usaha faktanya bahkan tidak mendaftarkan hak atas mereknya.

## Metode

Cara yang dipakai dalam penulisan ini ialah menggunakan metode

---

<sup>3</sup> Raissa Diva Kirana dan Hernawan Hadi, "Pemahaman Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Urgensi Penerapan Hukum Kekayaan Intelektual Terkait Merek Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Studi Di Dinas Koperasi Dan UMKM Surakarta)," *Jurnal Privat Law* 7, no. 1 (2 Februari 2019): 119, <https://doi.org/10.20961/privat.v7i1.30138>.

<sup>4</sup> Sunyoto dan Putri, *Hukum Bisnis*, 143.

<sup>5</sup> Insan Budi Maulana, *Perlindungan Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa* (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2018), 21.

<sup>6</sup> Terisia Muharam Sesunan, Yaktiworo Indriani, dan Indah Listiana, "Bauran Pemasaran Dan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Cappuccino Cincau," *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 3, no. 1 (Januari 2015): 94.

empiris yang artinya penelitian langsung turun ke lapangan dengan cara wawancara atau observasi, dengan hasil wawancara tersebut maka akan diperoleh data-data yang ingin diteliti. Proses pengambilan data menggunakan wawancara dan observasi secara langsung kepada penjual Cappuccino Cincin dengan teknik analisis secara deskriptif kualitatif.<sup>7</sup>

## **Pembahasan**

### **Hak Merek dan Manfaatnya terhadap Pelaku Usaha**

Hak merek adalah salah satu hak pokok yang mendapat perlindungan dari mekanisme Hak Kekayaan Intelektual. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 merek ialah “tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna atau gabungan dari unsur-unsur tersebut, yang mempunyai ciri khas dan digunakan dalam kegiatan perdagangan pada barang dan jasa”. Definisi merek dalam Undang-Undang terbaru ialah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dijelaskan dengan rinci mengenai merek mengandung unsur ciptaan.

Berdasarkan UUM Hak pada merek ialah hak khusus yang diberikan pemerintah pada pemegang merek yang telah tercatat dalam rentang waktu tertentu dengan menggunakan merek itu sendiri bisa juga mengizinkan orang lain. Pada pasal 35 ayat (1) Undang-Undang Merek, merek tercatat mendapat perlindungan dengan rentang 10 tahun dimulai dari tercatatnya merek dan rentang waktu itu bisa diperpanjang. Perlindungan merek sangatlah penting, selain dapat menjadi aset merek yang menguntungkan bagi para pengusaha (pemegang merek), juga dapat menjadi alat untuk perlindungan masyarakat sebagai konsumen dari penipuan terhadap kualitas suatu produk. Konsumen akan merasa dirugikan jika suatu merek yang dianggapnya berkualitas tinggi ternyata telah diproduksi juga oleh pihak lain dengan kualitas yang buruk.<sup>8</sup>

Pada pasal 4 Undang-Undang Merek dijelaskan merek tidak bisa didaftarkan dikarenakan permohonan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>9</sup> Indonesia mengubah Undang-Undang Merek tahun 1992 dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, kemudian Negara ini memberlakukan Undang-Undang Merek Tahun 2001. Perkembangan selanjutnya, beberapa ketentuan dalam UU Hak Cipta Tahun 2000 dan UU Merek Tahun 2001 ternyata sudah usang dan perlu direvisi, hal ini lah diberlakukannya Undang-Undang Hak Cipta Tahun 2014 dan Undang-Undang Merek Tahun 2016.<sup>10</sup>

Beberapa macam yang termasuk hak merek di antaranya:<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Nusa Tenggara Barat: Mataraman University Press, 2020), 54, <https://zlibrary-id.se/book/19217997/c84306>.

<sup>8</sup> Khoiril Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Malang: Setara Press, 2017), 52.

<sup>9</sup> Sunyoto dan Putri, *Hukum Bisnis*, 144.

<sup>10</sup> M. Hawin dan Budi Agus Riswandi, *Isu-isu Penting Hak Kekayaan Intelektual* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2020), 118.

<sup>11</sup> Zulkifli Makkawaru, Kamsilaniah, dan Almusawir, *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, Dan Merek* (Sukabumi: Farha Pustaka, 2021), 129.

- a. Merek dagang, ialah merek yang dipergunakan pelaku usaha ataupun beberapa orang secara berkelompok agar membedakannya dari produk serupa.
- b. Merek jasa, biasanya jasa dipergunakan oleh individu atau beberapa orang secara berkelompok untuk membedakannya dari jasa serupa.
- c. Merek kolektif, ialah merek yang dipergunakan berdasarkan barang/jasa yang memiliki kesamaan kualitas.
- d. Hak pada indikasi geografis, ialah hak khusus yang diberikan oleh pemerintah pada pemegang hak atas indikasi geografis tercatat dengan syarat tetap menjaga reputasi, kualitas dan sifatsifat indikasi-geografis yang mendasari perlindungannya.

Merek harus memenuhi beberapa unsur, yaitu: sebagai tanda pembeda yang memiliki ciri khas, yang akan diperlukan pada perdagangan, sebagai daya pembeda agar tidak memiliki kesamaan.<sup>12</sup> Pemilik merek memiliki ciri khas tersendiri dan dapat membedakan produknya dari pesaing, dan pemilik merek selalu mendukung kualitas barang atau jasa yang dijual dan meningkatkan inovasi produk baru. Sehingga Konsumen dengan mudah dapat membedakan/mengidentifikasi produk asli dari produk yang sama atau mirip, dan konsumen yang puas dengan produk tertentu akan membeli atau menggunakan kembali barang dan/atau jasa tersebut karena kualitas produk terjamin.<sup>13</sup>

### Prosedur Permohonan Pendaftaran Merek

Tindakan untuk mengajukan pendaftaran merek secara *online* meliputi:

- a. Pelamar mengirimkan alamat emailnya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual untuk mendapatkan akun pendaftaran.
- b. Pelamar membayar biaya pendaftaran yang telah ditentukan. Jumlah yang harus dibayarkan dapat dilihat di situs web [resmi http://www.dgip.go.id/tarifmerek](http://www.dgip.go.id/tarifmerek). Pembayaran dilakukan kepada bank komersial yang ditunjuk oleh Menteri Keuangan untuk menerima simpanan bebas pajak (tax free bank).
- c. Setelah melakukan pembayaran, pemohon akan menerima kode billing (kode pengenalan) atas pembayaran tersebut.
- d. Melewati situs formal: <https://merek.dgip.go.id> pelamar mengisi formulir digital.
- e. Pemohon harus mengisi data pribadi dan mengunggah dokumen merek yang bersangkutan lalu melakukan verifikasi dan finalisasi proses pengajuan hak merek.

Menurut pasal 20 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, merek tidak dapat didaftar jika:

- a. "Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.

---

<sup>12</sup> Elza Syarief dkk., "Implikasi Penggunaan Merek Kopi Tiam Berdasarkan Hukum Merek Di Indonesia," *Maleo Law Journal* 5, no. 1 (15 April 2021): 37.

<sup>13</sup> *Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis* (Jakarta: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, 2019), 7.

- b. Hal yang sama berlaku untuk barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, atau sekadar penyebutannya.
- c. Mengandung unsur-unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal-usul, mutu, jenis, ukuran, macam, dan tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, atau merupakan nama ragam yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang bersangkutan.
- d. Memuat informasi yang tidak sesuai dengan kualitas, efisiensi atau efektivitas barang dan/atau jasa yang dihasilkan,
- e. Tidak memiliki daya pembeda dan.
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang kepemilikan umum.”

### Jangka Waktu Hak Merek dan Penyelesaian Sengketanya

Penadaan merek berlaku sejak tanggal penerimaan sampai 10 (sepuluh) tahun maka jangka waktunya telah habis tetapi jangka waktu merek dapat diperpanjang untuk 10 (sepuluh) tahun berikutnya sekaligus. Untuk cara perpanjangan merek dapat dilakukan secara *online* ataupun *offline*, dapat diwakilkan jika pemilik merek berhalangan untuk mengurus cara pembaharuan dapat diselesaikan 6 (enam) bulan sebelum merek berakhir dan 6 (enam) bulan setelah merek berakhir dengan pembayaran denda yang telah ditetapkan. Peraturan memperpanjang merek dimuat oleh Pasal 35, 36, 37, 38, 39 sampai 40.

Berkenaan dengan persyaratan terkait proses pembaharuan merek menurut Pasal 36 Undang-Undang No 20 Tahun 2016, merek harus digunakan sebagai mana termuat pada sertifikat merek, yang berarti kegunaan merek barang/jasa dapat dilakukan pada sertifikat merek. Apabila produksi barang/jasa tersebut benar-benar berhenti maka merek tidak bisa diperbaharui. Berlakunya merek adalah 10 (sepuluh) tahun dan dapat diperbaharui kembali untuk rentang waktu yang sama. Ketika masa pendaftaran merek berakhir, maka perlindungan hukum atas merek tersebut secara otomatis akan berakhir.<sup>14</sup>

Merek yang terdaftar bisa dijadikan sebagai perjanjian lisensi untuk pengelola usaha pemilik merek. Pasal 1 ayat 18 menyebutkan bahwa lisensi ialah pemberian izin dari pemegang merek yang tercatat pada orang lain dengan melakukan kesepakatan yang tercantum dalam peraturan perundang-undangan merek.

Aturan ketentuan ini membuktikan bahwa penggunaan merek yang terdaftar bila ada orang lain memakai merek dari pemegang merek tercatat tanpa perizinan, ini akan melanggar pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jika terjadinya pelanggaran pada pemilik merek yang tercatat, akan timbul konflik hukum antara pemegang merek dan orang lain dengan melawan hukum menggunakan merek pemegang merek tersebut.

---

<sup>14</sup> Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar,” *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (13 Mei 2020): 55, <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.

Permasalahan pelanggaran merek bisa diselesaikan di Pengadilan Niaga yang bertugas menyelesaikan permasalahan pelanggaran merek antara pemegang merek tercatat dan orang lain yang memakai merek serupa secara tidak sah pada prinsipnya atau secara keseluruhan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyebutkan dalam Pasal 3, Hak atas merek didapatkan pada saat pendaftaran merek. Pada pasal 3 menjelaskan bahwa “pendaftaran” berarti permohonan telah lulus proses formil, proses pemberitahuan dan pengamatan yang mendalam dan mendapat perizinan untuk diterbitkan sertifikatnya. Tuntutan pelanggaran merek juga dapat diselesaikan melalui penyelesaian permasalahan alternatif melalui kesepakatan antara para pihak sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Informasi Geografis.<sup>15</sup>

### **Perspektif Pengusaha Cappucino Cincau terhadap Hak Merek**

Dari observasi terhadap tujuh penjual Cappucino Cincau di Kecamatan Banjarmasin Selatan menghasilkan data-data sebagai berikut:

1. Cappucino Rizky Aisyah simpang empat Beruntung Jaya

Usaha ini telah selama 9 tahun sejak 2014 sampai sekarang, usaha ini merupakan milik sendiri. Dari hasil wawancara, penjual belum mengetahui tentang hak merek dan belum mendaftarkan mereknya, padahal sudah memiliki pelanggan tetap dan cukup terkenal.

Tetapi usaha Cappucino Rizky Aisyah telah mendaftarkan usahanya di Dinas Kesehatan dengan alasan penjual ingin menjamin kebersihan dan kesehatan untuk meyakinkan para pelanggan.

Setelah penjual telah mengetahui tentang hak merek penjual tidak berminat untuk mendaftarkan merek usahanya dengan beralasan tidak ada waktu untuk mendaftarkannya, dan penjual yakin tidak ada orang yang mengikuti merek penjual tersebut karena merek itu milik sendiri dan penjual memiliki racikan rahasia.

2. Yan Cappucino Boba dan Thai Tea

Pada usaha ini telah selama 7 tahun sejak 2016 sampai sekarang, usaha ini merupakan milik sendiri. Dari hasil wawancara, penjual kali ini juga belum mengetahui tentang hak merek dan belum mendaftarkan mereknya, padahal sudah memiliki pelanggan tetap karena terletak di sekitar sekolah. Alasan penjual tidak mendaftarkan mereknya karena tidak tertarik untuk mendaftarkan merek usahanya, dan penjual merasa ribet untuk mendaftarkan merek usahanya.

3. Cappucino Ice Blend Saijan

Merek ini cukup terkenal di kalangan masyarakat karena memiliki

---

<sup>15</sup> Patrichia Weyni Lasut, “Penyelesaian Sengketa Gugatan Atas Pelanggaran Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis,” *Lex Et Societatis* 7, no. 1 (4 Februari 2019): 66, <https://doi.org/10.35796/les.v7i1.22848>.

cabang yang cukup banyak. Walaupun sudah memiliki banyak cabang, ternyata merek usaha ini belum didaftarkan. Penjual beralasan tidak mendaftarkan brand usahanya karena yakin tidak ada yang meniru.

4. Kedai Keyla

Merek usaha ini baru berdiri sekitar 2 bulan. Ini merupakan usaha sendiri dan mereknya belum terdaftar. Penjual belum mengetahui tentang hak merek, tetapi setelah mengetahui tentang hak merek dan keuntungan dari mendaftarkan merek usahanya penjual tertarik untuk mendaftarkannya. Dan penjual menanyakan bagaimana cara mendaftarkan merek brand usahanya.

5. Abude Group (Bumi Mas)

Merek usaha ini sangat terkenal di kalangan masyarakat karena banyak cabang dan memiliki pelanggan yang banyak. Usaha ini telah berdiri dari tahun 2014 sampai sekarang. Walaupun sudah berdiri lama dan terkenal ternyata merek usaha ini juga belum didaftarkan tetapi hanya sekedar membuka cabang, yang di mana ternyata pemilik cabang itu merupakan karyawan yang telah bekerja di Abude Group cabang pertama di Cempaka. Walaupun dengan tidak mendaftarkan merk usahanya, pemilik yakin masyarakat pasti mengetahui merek Cappucino Abude, dengan alasan ini pemilik berkeyakinan juga tidak akan ada orang yang mengambil brand usahanya dan merasa sudah terkenal di kalangan masyarakat.

6. Cappucino Cincau Do it

Merek usaha ini memiliki banyak cabang kurang lebih 200 namun sayangnya sistem usahanya juga hanya buka cabang dan belum mendaftarkan mereknya. Alasan pemilik tidak mendaftarkan mereknya karena merasa brand usahanya sudah besar, dan tidak akan ada orang yang menirunya.

7. Cappucino Cincau Loemer

Usaha ini baru berdiri 1 bulan, usaha ini merupakan milik pribadi yang memiliki resep racikan sendiri. Brand usaha ini belum didaftarkan mereknya, karena penjual tidak ada waktu untuk mengurus pendaftaran yang ingin lebih fokus membesarkan usahanya terlebih brand usahanya masih baru. Walaupun penjual mengetahui fungsi hak merek, penjual tidak berminat untuk mendaftarkan mereknya.

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, terdapat simpulan bahwa kesadaran hukum pelaku usaha Cappucino Cincau di Wilayah Banjarmasin Selatan terhadap hak merek masih kurang. Mereka beranggapan bahwa tidak perlu mendaftarkan mereknya karena usaha tersebut sudah besar dan tidak mungkin ada masyarakat yang menirunya. Padahal justru karena telah



membesarnya brand sebuah usaha sehingga sangat perlu untuk didaftarkan mereknya untuk menghindari adanya penyalahgunaan terhadap pihak yang bertanggung jawab dan justru akan berdampak buruk dan merugikan pihak pengusaha. Kurangnya kesadaran ini perlu ditinjau lanjuti oleh pihak-pihak terkait untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa pendaftaran hak merek diperlukan untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum sehingga pengusaha merasa aman menjalankan bisnisnya.

### **Simpulan**

Hasil pembahasan tentang Pemahaman Penjual Cappucino Cincau Tentang Hak Merek Di Kecamatan Banjarmasin Selatan, dapat diketahui bahwa masih banyak para penjual yang belum mengetahui tentang hak merek. Karena kurangnya kegiatan sosialisasi dari pihak yang berwenang, dengan menerangkan manfaat hak kekayaan intelektual khususnya terhadap hak merek, maka dari itu para pelaku usaha akan memahami kegunaan dari hak merek. Bukan hanya memahami bahwa pendaftaran merek harus dilakukan dengan pembayaran yang mahal dan rumit dalam pengurusannya. Walaupun merek sangat penting, merek berfungsi untuk membedakan identitas, perlindungan hukum dan produk barang atau jasa yang dihasilkan.

Masih banyak pemahaman di antara para penjual Cappucino Cincau Di Kecamatan Banjarmasin Selatan yang menjadi alasan belum didaftarkannya merek mereka. Beberapa di antaranya terkait dengan budaya saling membantu, budaya menerima peniruan merek. Terkait juga dengan faktor keuangan adalah pemahaman bahwa penjual menganggap keuntungan lebih penting daripada mendaftarkan mereknya, penjual juga menganggap biayanya mahal dan menganggap tidak akan dirugikan apabila mereknya tidak terdaftar. Selain kurangnya sosialisasi oleh pemerintah, faktor yang membuat pelaku usaha tidak mendaftarkan mereknya adalah mereka tidak ada waktu, dan percaya bahwa merek mereka tidak akan ditiru oleh orang lain. Melalui tulisan ini kami berharap bisa menjadikan dasar acuan untuk sosialisasi terkait hak merek bisa digencarkan. Penelitian ini bisa lebih dikembangkan dengan menanyakan perspektif lembaga pemerintah terkait upaya sosialisasi hak merek oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia untuk melihat perspektif dari kedua belah pihak dan menyempurnakan kekurangan dari penelitian kami.

### **Daftar Pustaka**

- Arifin, Zaenal, dan Muhammad Iqbal. "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar." *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (13 Mei 2020): 47–65. <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.
- Gorda, Sri Rahayu, Putu Eva Ditayani Antari, dan Ida Ayu Ketut Artami. "Sosialisasi Hak Cipta Dan Hak Merek Pada Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Sebagai Aset Bisnis Di Era Industri Kreatif (Sosialisasi Hak Merek Dan Hak Paten Pada Masyarakat Desa Celuk Kabupaten Gianyar)." *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (23 Desember 2020): 27–31.

- 
- Hawin, M., dan Budi Agus Riswandi. *Isu-isu Penting Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2020.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press, 2017.
- Kirana, Raissa Diva, dan Hernawan Hadi. "Pemahaman Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Terhadap Urgensi Penerapan Hukum Kekayaan Intelektual Terkait Merek Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Studi Di Dinas Koperasi Dan UMKM Surakarta)." *Jurnal Privat Law* 7, no. 1 (2 Februari 2019): 118–23. <https://doi.org/10.20961/privat.v7i1.30138>.
- Lasut, Patrichia Weyni. "Penyelesaian Sengketa Gugatan Atas Pelanggaran Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." *Lex Et Societatis* 7, no. 1 (4 Februari 2019). <https://doi.org/10.35796/les.v7i1.22848>.
- Makkawaru, Zulkifli, Kamsilaniah, dan Almusawir. *Hak Kekayaan Intelektual Seri Hak Cipta, Paten, Dan Merek*. Sukabumi: Farha Pustaka, 2021.
- Maulana, Insan Budi. *Perlindungan Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*. Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2018.
- Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, 2019.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Nusa Tenggara Barat: Mataraman Univesity Press, 2020. <https://zlibrary-id.se/book/19217997/c84306>.
- Sesunan, Terisia Muharam, Yaktiworo Indriani, dan Indah Listiana. "Bauran Pemasaran Dan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Cappuccino Cincau." *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis* 3, no. 1 (Januari 2015): 93–99.
- Sunyoto, Danang, dan Wika Harisa Putri. *Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Yusticia, 2016.
- Syarief, Elza, Rina Shahriyani Shahrullah, Febri Jaya, dan Edward Banner Purba. "Implikasi Penggunaan Merek Kopi Tiam Berdasarkan Hukum Merek Di Indonesia." *Maleo Law Journal* 5, no. 1 (15 April 2021): 35–49.