

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG
MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS TERKAIT HAK ATAS
MEREK TERDAFTAR
(Studi Kasus Penggunaan Kemasan Air Minum Merek Terdaftar Tanpa Lisensi
di Wilayah Kabupaten Buleleng)**

Kadek Briyan Sky Pinandita, Ketut Sudiatmaka, Si Ngurah Ardhya
Program Studi Ilmu Hukum
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: {briyansky@gmail.com, sudiatmaka58@gmail.com, ngurah.ardhya@undiksha.ac.id}

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Terkait Hak Atas Merek Terdaftar, serta (2) mengkaji dan menganalisis upaya-upaya yang dapat diterapkan untuk mencegah terjadinya pelanggaran dalam hal penggunaan kemasan air minum merek terdaftar tanpa lisensi, yang telah merugikan pemegang hak atas merek terdaftar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris, dengan sifat penelitian deskriptif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kabupaten Buleleng. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara studi dokumen, observasi dan wawancara. Teknik penentuan sample yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dan penentuan subjeknya menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengolahan dan analisis data secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) upaya penegakan hukum yaitu Upaya Prefentif berupa diaturnya larangan serta sanksi sebagai wujud pencegahan serta Upaya Refresif yaitu melakukan penegakan terhadap pelanggaran sebagai wujud penanggulangan. (2) ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Terkait Hak Atas Merek Terdaftar yang mengacu pada Kepmenperindag Nomor 705/MPP/Kep/11/2003 dan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 mengenai Pesyaratan Teknis Depot Air Minum Isi Ulang yang belum terimplementasikan dengan baik, hal ini tercermin dari adanya pelaku usaha yang menggunakan kemasan dengan mereka terdaftar.

Kata Kunci : Implementasi, Air Minum Isi Ulang, Hak Atas Merek Terdaftar

ABSTRACT

This research aims to (1) knowing the implementation of Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications Related to the Rights of Registered Marks, and (2) examining and analyzing measures that can be implemented to prevent violations in the use of bottled drinking water with registered brands without a license. , which has harmed the rights holder of the registered mark. This type of research is empirical legal research, with descriptive research characteristics. The research location was carried out in Buleleng Regency. The data collection technique used was document study, observation and interviews. The sampling technique used was Non Probability Sampling and the determination of the subject was using purposive sampling technique. Qualitative data processing and analysis techniques. The results showed that (1) law enforcement efforts, namely Preventive Efforts in the form of regulating prohibitions and sanctions as a form of prevention and repressive measures, namely enforcing violations as a form of prevention. (2) the provisions of Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications Related to the Rights of Registered Marks which refer to the Minister of Industry and Trade Decree Number 705 // MPP / Kep / 11/2003 and Number 651 / MPP / Kep / 10/2004 regarding Technical Requirements. Depot for Refill Drinking Water that has not been implemented properly, this is reflected in the presence of business actors who use packaging with them registered.

Keywords: Implementation, Refill Drinking Water, Rights to Registered Trademarks

PENDAHULUAN

Pembangunan Nasional Indonesia selama ini dan di masa yang akan datang, selalu di arahkan untuk bertujuan mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur yang dilakukan secara merata baik materiil maupun spiritual

berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945, Untuk mewujudkan hal tersebut maka pemerintah harus dapat mengoptimalkan seluruh sumber daya yang ada di Negara ini, baik sumber daya yang dapat diperbarui, maupun yang tidak

dapat diperbarui yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi (Kharismasari, 2007:1).

Titik berat pembangunan nasional Indonesia saat ini adalah pada bidang ekonomi yang disertai dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia serta keterkaitan, keterpaduan dengan pembangunan di bidang-bidang lainnya. Indonesia adalah sebuah negara yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah. Usaha kecil dan menengah untuk pembangunan nasional sudah terbukti memiliki daya tahan yang cukup handal. Realitas membuktikan bahwa sejak terjadinya krisis ekonomi, sektor usaha kecil dan menengah mampu bertahan bahkan menjadi penyelamat perekonomian nasional. bila dicermati, hingga saat ini Usaha Kecil Menengah (selanjutnya di singkat UKM) yang diharapkan mempunyai daya kompetitif yang tinggi, barulah sebatas cita-cita dalam artian bahwa belum dapat terealisasi dengan baik. Dalam kondisi demikian, maka penting di ambil suatu langkah strategis yang mestinya dilakukan oleh pengusaha yang ada dalam lingkup UKM tersebut agar mampu mempunyai daya kompetisi sekaligus dapat menembus persaingan global. Salah satu langkah dan strategi yang harus di tempuh oleh pengusaha dalam lingkup UKM terletak pada kemampuan UKM untuk memposisikan produknya di pasaran dan membangun gambaran produknya agar langsung dapat dikenali oleh masyarakat. Untuk dapat membangun gambaran suatu produk diperlukan sebuah identitas atau pengenalan produk tersebut. Identitas tersebut dapat berupa merek, desain kemasan produk maupun bentuk dan konfigurasi dari produk tersebut. Identitas yang dipakai pada suatu produk haruslah berbeda dengan identitas produk yang sudah ada dan kekhususan identitas produk tertentu juga harus dilindungi agar produk tersebut tidak dibuat oleh pihak lain atau dipalsukan oleh pihak lain yang ingin meraup keuntungan dari identitas produk tertentu. Apabila suatu produk dikemas dalam identitas yang sama dengan identitas suatu produk yang sudah ada, konsumen akan terperdaya dan terkecoh karena ternyata produk yang dibelinya tidak sama dengan yang diharapkannya. Konsumen yang membeli akan merasa kecewa dan mungkin akan berhenti membeli produk dengan identitas tersebut (Miru, 2011:1).

Konsumen bukan satu-satunya pihak yang dirugikan oleh pemalsuan identitas produk. Produsen dari produk tersebut jelas mengalami

kerugian yang besar dikarenakan adanya ketidakpercayaan terhadap produk yang dibuatnya, padahal yang membuat suatu konsumen tidak percaya adalah produk dari produsen lain yang menggunakan produk identitas yang sama. Atas dasar itulah, suatu identitas produk perlu dilindungi oleh suatu undang-undang sehingga tidak terjadi pelanggaran hak dan mencegah berkembangnya suatu persaingan usaha yang tidak sehat atau curang.

Di Indonesia, perlindungan terhadap suatu identitas produk dituangkan dalam lembaga Hak Kekayaan Intelektual. Terdapat pula Undang-undang yang mengatur tentang Kekayaan Intelektual, yaitu :

1. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu;
2. Undang-undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri;
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang;
4. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten;
5. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis;
6. Undang-undang Nomor 24 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

Melihat dari peraturan perundangan mengenai Hak Kekayaan Intelektual, tampak jelas bahwa yang dilindungi dalam Hak Kekayaan Intelektual bukan hanya identitas suatu produk tetapi juga meliputi seluruh ciptaan manusia, sebagaimana didefinisikan oleh Dicky R. munaf bahwa Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak yang berasal dari karya, karsa, cipta manusia karena lahir dari kemampuan intelektualitas manusia dan merupakan hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya yang memiliki manfaat serta berguna dalam menujung kehidupan manusia juga mempunyai nilai ekonomi. Esensi terpenting dari setiap bagian Hak Kekayaan Intelektual adalah adanya ciptaan tertentu. Bentuk nyata dari ciptaan tersebut bisa di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni dan sastra (Riswandi dan Sumartiah, 2006:3).

Undang-Undang di bidang Hak Kekayaan Intelektual yang sangat berkaitan erat dengan identitas suatu produk adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan ketentuan pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016,

merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Mengacu pada definisi tersebut maka dapat dikatakan bahwa merek berfungsi sebagai tanda pembeda, oleh karenanya merek selalu digunakan oleh produsen untuk mengenalkan produknya. Untuk bisa sukses dipasaran, merek atau desain turut menjadi penentunya. Hal ini dapat di amati dari berbagai produk sejenis dengan merek yang berbeda yang telah beredar dipasaran seperti halnya merek air mineral yang satu dengan lainnya.

Ditengah beranekaragamnya merek air mineral yang diperdagangkan saat ini ternyata ada tren baru dalam usaha yang berkenaan dengan air mineral namun berupa isi ulang. Tren ini berkembang karena kebutuhan masyarakat air minum Sangat tinggi. Ketersediaan air yang layak minum dalam arti berkualitas dan terjamin dari segi kesehatan juga tinggi, demikian juga kebutuhan masyarakat terhadap sesuatu yang praktis dan instan. Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (selanjutnya disingkat AMDK) semakin menggiatkan karena kebutuhan air minum akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Perusahaan yang dianggap bisnis AMDK pun semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produk-produknya.

Selain bisnis AMDK, bisnis yang saat ini berkembang adalah bisnis Air Minum Isi Ulang (selanjutnya disingkat AMIU). Bisnis ini banyak mengundang perhatian di kalangan pelaku usaha AMDK, khususnya asosiasi perusahaan air minum dalam kemasan (Aspadin) adapun perhatian sebagaimana di maksud berorientasi pada harga air isi ulang yang jauh lebih murah dari harga air minum dalam kemasan, serta berorientasi pada penggunaan kemasan air minum terdaftar dalam hal adanya kegiatan isi ulang air minum (Kharismasari, 2007:18).

Mengacu pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/KEP/11/2003 tentang persyaratan teknis Industri air minum dalam kemasan dan perdagangannya, dalam ketentuan Pasal 9 ayat (3) dinyatakan bahwa : “Kemasan suatu merek

AMDK pakai ulang hanya boleh diisi ulang oleh perusahaan pemilik merek yang bersangkutan”, seperti halnya perusahaan AMDK merek AQUA yang menempelkan berupa stiker yang tertulis “botol ini hanya boleh diisi oleh pemilik merek AQUA. Adapun Kep. Menperindang nomor 705/MPP/KEP/11/2003 di tujukan untuk melindungi merek-merek air mineral terdaftar dari pihak-pihak tertentu yang perbuatannya sesungguhnya telah bertentangan dengan ketentuan pasal 9 ayat 3 kep. Menperindang nomor 705/MPP/KEP/11/2003.

Dalam pasal 7 surat keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 651/MPP/KEP/10/2004 tentang persyaratan teknis depot air minum isi ulang dan perdagangannya ditentukan bahwa:

1. Depot Air Minum hanya diperbolehkan menjual produknya secara langsung kepada konsumen dilokasi depot dengan cara mengisi wadah yang dibawa oleh konsumen atau disediakan Depot.
2. Depot Air Minum dilarang memiliki “stock” produk air minum dalam wadah yang siap dijual.
3. Depot air minum hanya diperbolehkan menyediakan wadah tidak bermerek atau wadah polos.
4. Depot air minum wajib memeriksa wadah yang dibawa oleh konsumen dan dilarang mengisi wadah yang tidak layak pakai.
5. Depot air minum harus melakukan pembilasan dan pencucian wadah dan dilakukan dengan cara yang benar.
6. Tutup wadah yang disediakan oleh Depot air minum harus polos/tidak bermerek.
7. Depot air minum tidak diperbolehkan memasang ssegel/*shrink wrap* pada wadah.

Persoalan Penggunaan kemasan air minum dengan bermerek terdaftar sebagaimana telah diuraikan sebelumnya dapat dikategorikan sebagai permasalahan yang masuk ranah hak kekayaan intelektual yang dalam hal ini secara khusus mengenai merek yang di atur dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang merek dan Indikasi Geografis terutama pasal 1 ayat 5 yang menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Secara substansi sebenarnya persoalan sebagaimana dimaksud di atas sudah di atur secara jelas di dalam suatu peraturan perundang-undangan. Namun demikian dalam prakteknya masih terjadi pelanggaran yang pada akhirnya dapat menimbulkan suatu kerugian bagi salah satu pihak yang dalam hal ini adalah pemegang hak atas merek terdaftar.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap pelaku usaha dan konsumen disalah satu Depot air minum isi ulang di desa panji, kecamatan sukasada kabupaten Buleleng dapat diketahui bahwa para pihak sebagaimana dimaksud tidak memperhatikan ketentuan Undang-Undang No.20 Tahun 2016 yang merujuk pada Kemenprindag Nomor 705/MPP/KEP/11/2003 dan Nomor 651/MPP/KEP/10/2004 yang berlaku sehingga dapat dikatakan bahwa mereka tidak menghormati hak ekonomi dari pemegang hak merek terdaftar karena telah menggunakan kemasan air minum dengan merek terdaftar tanpa izin atau lisensi.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan sebelumnya pada latar belakang masalah, dapat dilihat bahwa telah terjadi kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein* sehingga pada akhirnya menimbulkan suatu permasalahan hukum. Adapun terhadap permasalahan hukum tersebut penting untuk dibahas lebih lanjut dalam bentuk suatu penelitian hukum guna terselenggaranya perlindungan hukum terhadap pemegang hak atas merek terdaftar yang dirugikan. Adapun penelitian hukum yang akan dilakukan yakni dengan judul **“IMPLEMENTASI UNDANG – UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS TERKAIT HAK ATAS MEREK TERDAFTAR (Studi Kasus Penggunaan Kemasan Air Minum Merek Terdaftar Tanpa Lisensi di Wilayah Kabupaten Buleleng)”**

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum empiris, yakni penelitian yang dilakukan beranjak dari adanya kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein* (Ali dan Heryani, 2012:2). Adapun sifat penelitian ini adalah deskriptif, yakni bertujuan menggambarkan secara nyata mengenai keadaan-keadaan atau gejala-gejala yang ada dalam masyarakat. Data yang digunakan adalah data primer (Field Research), yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam

bentuk dokumen tidak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti (Sugiyono, 2016: 225). Data Sekunder (Library Research) adalah mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya (Amirudin dan Zainal Asiki, 2016:30). Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni teknik studi dokumen, teknik observasi dan teknik wawancara (Waluyo, 2008:8).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, jadi tidak ada ketentuan yang pasti baik dalam bentuk angka ataupun presentase mengenai jumlah sampel yang akan diteliti didasarkan atas titik jenuh, yang mana penelitian akan dihentikan dan dianggap telah mewakili keseluruhan objek penelitian bila jawaban-jawaban dari responden maupun informan telah ada kesamaan atau kemiripan (Ardhya, Jurnal Komunikasi Hukum, No. 1, Pebruari 2017:127-146). Selanjutnya dalam penentuan subyek menggunakan *Purposive Sampling* yaitu sampel dapat ditentukan sendiri atau dapat dipilih oleh peneliti, dimana menunjukkan dan pemilihan sampel didasarkan pertimbangan bahwa sampel telah memenuhi kriteria dan sifat-sifat atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri utama dari populasinya. Data-data yang telah terkumpul selanjutnya dilakukan reduksi data dan dilakukan penyajian data secara deskriptif kualitatif dan sistematis guna mendapatkan kesimpulan akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya penegakan hukum yang dilakukan Oleh Instansi Terkait untuk mencegah terjadinya pelanggaran dalam hal penggunaan kemasan air minum merek terdaftar tanpa lisensi di wilayah kabupaten Buleleng

Usaha atau upaya yang dilakukan dalam mengatasi penggunaan gallon air minum dalam kemasan yang telah terdaftar dan memiliki merek antara lain dilakukan dengan dua hal. Berdasarkan Philipus M. Hadjo terdapat cara untuk melakukan upaya penegakan hukum yaitu Upaya Preventif berupa pencegahan dan Upaya Represif berupa penanggulangan. Berdasarkan penelitian, adapun upaya preventif yang telah ada yaitu dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi Geografis yang di dalamnya termuat juga aturan dari Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/Kep/11/2003 Tentang persyaratan

teknis Industri Air Minum Dalam Kemasan dan Perdagangannya, serta Keputusan Menteri Prindustrian dan Perdagangan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 Tentang Persyaratan Teknis Depot Air Minum Isi Ulang dan Perdagangannya.

Dalam aturan tersebut telah jelas mengatur larangan terkait penggunaan gallon merek terdaftar dan sanksi yang tegas. Adapun sanksi tersebut telah diatur dalam :

Pasal 90

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Pasal 91

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”

Pasal 92

“(1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi-geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(2) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang pada pokoknya dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang yang sama atau sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

(3) Terhadap pencantuman asal sebenarnya pada barang yang merupakan hasil pelanggaran ataupun pencantuman kata yang menunjukkan bahwa barang tersebut merupakan tiruan dari barang yang terdaftar dan dilindungi berdasarkan indikasi-geografis, diberlakukan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).

Pasal 93

“Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang atau jasa sehingga dapat memperdaya atau menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atau asal jasa tersebut, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).”

Pasal 94

(1) Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, dan Pasal 93 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

(2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran

Pasal 95

Tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, Pasal 93, dan Pasal 94 merupakan delik aduan.

Pengaturan sanksi ini bertujuan untuk mengarahkan pelaku usaha agar tidak melakukan perbuatan melawan hukum sebagai wujud pencegahan yang dimana ini nantinya akan menyukkseskan pembangunan ekonomi yang baik dan menciptakan iklim usaha yang sehat. Oleh karena itu sanksi menjadi salah satu wujud dari upaya hukum yang dapat mengembalikan keadaan pada keadaan semula mana kala terjadi pelanggaran dan bisa di bilang sebagai upaya preventif bagi pengusaha lainnya agar masyarakat di Kabupaten Buleleng mulai mengerti akan aturan yang ada mengenai pendirian usaha depot air minum, agar suatu depot air minum isi ulang tidak menggunakan dan mengisi gallon air bermerek sehingga ketika pelaku usaha ingin mendirikan usahanya mereka sudah bisa mendirikan usahanya sesuai dengan prosedur dan aturan yang ada walaupun belum sepenuhnya bisa terealisasikan di masyarakat. Selain sanksi yang tegas, adapun upaya prefentif lainnya yaitu dengan melakukan sosialisasi atau seminar terhadap masyarakat. Namun dalam hal ini pemerintah belum mampu melaksanakannya karena ada beberapa factor seperti keterlambatan mengetahui aturan yang berlaku serta kondisi Pandemi COVID-19.

Selanjutnya adalah upaya refresif yaitu upaya penanggulangan apabila telah terjadi pelanggaran di masyarakat. Adapun penanggulangan tersebut

berupa sidak langsung ke masyarakat baik itu berupa pemberian teguran ataupun pemberian sanksi administrative berupa denda. Namun hal ini belum dapat dilaksanakan oleh pemerintah karena pemerintah menyadari bahwa belum adanya sosialisasi awal kepada pelaku usaha. Selain itu kondisi pandemic COVID-19 menjadi factor lainnya yang menghambat sosialisasi serta penindakan langsung ke lapangan.

Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yang mengatur tentang penggunaan kemasan air minum merek terdaftar

Merek merupakan salah satu daya pembeda produk satu dengan produk yang lainnya. Merek yang belum didaftarkan oleh pemiliknya dapat merugikan si pemilik merek itu sendiri, jika di contohkan ketika si pemilik merek yang belum mendaftarkan mereknya dan di pergunakan oleh pelaku usaha lain atau di tiru oleh oleh pelaku usaha lain maka si pemilik merek tidak bisa berbuat apa-apa untuk melindungi hak atas mereknya. Hal ini yang membuat suatu konsumen bingung untuk membedakan mana yang merek asli dan mana yang merek palsu, Karena inilah masyarakat menyadari perlunya hak intelektual mereka dilindungi terutama bagi masyarakat pelaku bisnis, khususnya pelaku bisnis air minum dalam kemasan air isi ulang.

Air Minum Isi Ulang ini merupakan hal yang normal di kalangan pembisnis sebagaimana yang terjadi di Filipina, Turki, Amerika Serikat maupun negara lainnya (Kharismasari,2007:88). Di Indonesia sendiri kehadiran depot air minum isi ulang menimbulkan persaingan yang tidak fair atau adil. Sebab, para pelaku bisnis yang bergerak di industri air minum dalam kemasan punya kewajiban memenuhi berbagai standar dengan segala dampaknya terhadap biaya. Selain itu dari pihak lain yaitu depot air minum isi ulang menanggung untung besar tanpa ada kewajiban memenuhi persyaratan dan peraturan, termasuk jaminan terhadap keselamatan dan kesehatan kosumen.

Sebagaimana yang tertuang dalam pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, pemilik merek yang sudah mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual memiliki hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri

merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Dari uraian yang tertera sudah jelas bahwa selain pemilik merek, pihak lain tidak boleh ada yang menggunakan merek tersebut kecuali telah diberikan ijin kepada pihak tersebut untuk menggunakannya. Dan didalam pasal 35 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis di uraikan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat di perpanjang. Dan didalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis sudah sangat jelas dilarang meniru merek yang sudah terdaftar.

Dalam Keputusan Menti Perindustrian dan perdagangan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 tentang persyaratan teknis depot air minum isi ulang dan perdagangannya dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang merek dan indikasi geografis, usaha depot air minum isi ulang harus memenuhi beberapa persyaratan yaitu meliputi ketentuan depot isi ulang tidak boleh memiliki merek, tidak boleh menggunakan gallon perusahaan lain (gallon yang mereknya sudah di daftarkan), tidak boleh mengatar ke konsumen atau ke toko, tidak boleh memiliki stok dan hanya boleh menjual di tempat. Dan dalam Keptusan Menti Perindutrian dan Perdagangan Nomor 706/MPP/Kep/11/2003 tentang persyaratan teknis industri air minum dalam kemasan dan perdagangannya, yang dimana suatu depot air minum isi ulang di atur dengan syarat yang lebih jelas. Yaitu wajib memiliki tanda daftar industri (TDI) dan Tanda daftar usaha perdagangan dengan nilai investasi perusahaan Rp 200.000.000 (dua ratus juta), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Akan tetapi didalam pengimplementasiannya di masyarakat masih banyak yang melanggar Undang-Undang ini dengan cara menggunakan merek yang sudah terdaftar tersebut. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis mengacu juga dalam Peraturan Menti Perindutrian dan Perdagangan Nomor 706/MPP/Kep/11/2003 dan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 yang dimana aturan ini hanya dijadikan aturan biasa saja yang tidak harus di turuti oleh pelaku usaha air minum isi ulang oleh karenanya suatu depot air minum isi ulang masih banyak yang mempergunakan kemasan

dengan merek terdaftar, selain itu Masyarakat Buleleng masih banyak yang belum tahu tentang Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis yang mengacu pada Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 706/MPP/Kep/11/2003 dan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 tentang persyaratan teknis depot air minum ini.

Sehubungan dengan hal itu terealisasinya sebuah aturan tergantung pada berhasil atau tidaknya suatu penegakan hukum yang memuat tiga teori dasar implementasi hukum. Menurut Lawrence M. Friedman terdapat tiga teori implementasi hukum yang dikenal dengan *Legal System Theory* yang terdiri dari substansi hukum, struktur hukum, dan budaya hukum. Substansi hukum disini biasanya menjadi penentu dapat atau tidaknya sebuah hukum dilaksanakan. Substansi juga berarti produk yang dihasilkan oleh seseorang yang mencakup keputusan-keputusan yang dikeluarkan. Dalam hal penggunaan kemasan merek terdaftar, telah di atur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yang merujuk pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/Kep/11/2003 tentang persyaratan teknis industri air minum dalam kemasan dan perdagangannya dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 tentang persyaratan teknis depot air minum dan perdagangannya. Hal ini mencerminkan bahwa sudah terdapat substansi hukum yang telah diciptakan oleh pemerintah. Dari keberadaan aturan tersebut sudah jelas bahwa tidak ada masalah terkait Substansi karena aturan tersebut sudah jelas mengatur apa-apa saja yang diperbolehkan dan juga dilarang serta tercantum sanksi yang tegas.

Selanjutnya teori sistem hukum yang kedua yaitu Struktur Hukum. Demi menjalankan substansi hukum, tentu diperlukan sebuah penegak-penegak hukum, dalam teori ini dijelaskan bahwa struktur hukumlah yang dapat mempengaruhi jalannya regulasi dengan baik. Dalam kaitannya penggunaan kemasan air minum merek terdaftar di wilayah kabupaten Buleleng, memang sudah ada instansi yang membatu merealisasikan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yaitu Dinas perdagangan dan perindustrian kabupaten Buleleng. Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kabupaten Buleleng terlihat jelas bahwa struktur hukumlah yang kurang

melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha melalui sosialisasi terkait penggunaan kemasan dengan merek terdaftar. Hal ini terjadi akibat keterlambatan pihak Dinas Perdagangan dan Perindustrian kabupaten Buleleng untuk mengetahui terkait aturan gallon ini. Ketika pihak dinas telah mengetahui aturan ini dan merancang untuk melakukan sosialisasi terjun ke masyarakat, dunia diserang oleh sebuah virus yang bernama COVID-19. Hal ini menyebabkan keterbatasan dinas untuk bergerak ke masyarakat. Akibat belum adanya sosialisasi dari pemerintah, pihak dinas belum berani melakukan penindakan untuk menyikapi permasalahan yang terjadi di masyarakat.

Unsur yang terakhir dalam teori sistem hukum adalah Budaya Hukum. Menurut Friedman, budaya hukum merupakan sikap manusia terhadap hukum yang berlaku. Budaya hukum erat kaitannya dengan kesadaran hukum. Semakin tinggi kesadaran hukum masyarakat, maka akan tercipta budaya hukum yang baik. Berdasarkan hasil penelitian di kabupaten Buleleng, dapat dikatakan bahwa pelaku usaha masih memiliki kesadaran hukum yang rendah. Hal ini terbukti dari kurangnya pengetahuan pelaku usaha terkait keberadaan Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis yang berkaitan dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/Kep/11/2003 dan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di wilayah kabupaten Buleleng masih banyak pelaku usaha yang tidak mengetahui akan aturan tersebut sehingga ada hak ekonomi yang tidak terpenuhi.

Dapat diketahui, berdasarkan teori sistem hukum M.Friedman, jika dilihat dari Substansi hukumnya, segala hal yang berkaitan dengan penjualan air minum serta pengaturan mengenai larangan menggunakan gallon merek terdaftar telah diatur jelas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis yang merujuk pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/Kep/11/2003 tentang persyaratan teknis industri air minum dalam kemasan dan perdagangannya dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 tentang persyaratan teknis depot air minum dan perdagangannya. Selanjutnya jika dilihat dari Struktur Hukumnya yaitu tercermin dari adanya instansi terkait untuk

menangani hal ini yaitu Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Buleleng. Hanya saja tugas serta fungsinya belum dapat berjalan maksimal. Hal ini karena tidak adanya sosialisasi ke masyarakat akibat keterlambatan untuk mengetahui aturan terkait larangan menggunakan gallon merek terdaftar serta terhalang Pandemi COVID-19. Berdasarkan Budaya Hukumnya, terlihat bahwa pelaku usaha masih kurang sadar terkait adanya aturan yang mengatur larangan menggunakan gallon dengan merek terdaftar. Dapat diketahui bahwa yang menjadi permasalahan dalam hal ini adalah Struktur Hukum yang belum berperan dengan maksimal serta Budaya Hukum yang kurang dari masyarakat yang tercermin dari rendahnya kesadaran hukum di masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Adapun upaya penegakan hukum yaitu Upaya Prefentif berupa diaturnya larangan serta sanksi sebagai wujud pencegahan. Selain itu adapun upaya prefentif yang belum dilaksanakan oleh pemerintah yaitu sosialisasi langsung kepada masyarakat khususnya pelaku usaha depo air minum. Selanjutnya Upaya Refresif yaitu melakukan penegakan terhadap pelanggaran sebagai wujud penanggulangan. Namun hal ini belum terlaksana oleh pemerintah akibat belum adanya sosialisasi ke masyarakat serta kondisi Pandemi COVID-19
2. Ketentuan Pasal 20 Tahun 2016 Tentang merek dan indikasi geografis yang mengacu pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/Kep/11/2003 dan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 Mengenai Persyaratan Teknis depot Air Minum Isi Ulang yang belum terimplementasikan dengan baik, hal ini tercermin dari adanya pelaku usaha yang menggunakan kemasan dengan merek terdaftar, mengacu pada *Legal System Theory* yang dikemukakan oleh Lawrence M. Friedman yang terdiri dari substansi, Struktur, dan Budaya Hukum, maka dapat diketahui bahwa ketidak efektifan aturan tersebut terletak pada unsur struktur yaitu kurang optimalnya peran pemerintah dalam hal sosialisasi ke masyarakat dan juga dalam hal budaya hukum yaitu kurangnya

kesadaran hukum masyarakat terkait larangan penggunaan gallon merek terdaftar tanpa lisensi..

SARAN

1. Untuk pemerintah dalam hal ini yaitu dinas Perdagangan dan Perindustrian seharusnya sering menangani permasalahan yang ada mengenai hak kekayaan intelektual khususnya di bidang merek, selain itu pemerintah diharapkan sering melakukan pengecekan di depot air minum isi ulang yang memang masih menggunakan gallon merek terdaftar , jika ada di lihat masih menggunakan merek terdaftar bisa di beritahu dan di tegur ataupun di berikan sanksi sebagai mana mestinya agar aturan yang ada bisa terealisasi dengan baik, di samping itu sosialisasi menjadi hal yang penting juga untuk dilakukan agar masyarakat tidak bingung terhadap aturan khusus mengenai depot air minum isi ulang di wilayah kabupaten Buleleng.
2. Bagi pelaku usaha dan masyarakat diharuskan untuk tetap mematuhi peraturan yang telah di buat oleh pemerintah dan selalu mengikuti sosialisasi yang diberikan oleh instansi terkait sehingga pelaku usaha tidak minim akan informasi. Berkenaan dengan hal itu instansi juga harus sering melakukan sosialisasi secara intensif agar penerapan Undang-undang nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis terlaksana dengan maksimal.
3. Untuk masyarakat selaku konsumen semestinya tahu juga mengenai aturan yang mengatur tentang pengisian air minum isi ulang sehingga konsumen bisa mengantisipasi dalam hal penggunaan gallon air minum isi ulang yang memang menggunakan kemasan merek terdaftar dan juga dari pihak instansi juga bisa memberikan himbauan untuk tidak menggunakan kemasan merek terdaftar dalam pengisian air minum isi ulang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Asikin, Zainal. 2014. Hukum Dagang, Jakarta : Rajawaliipers.
- Amirudin dan Asikin. 2016. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: PT. TIKI Raja Grafindo Persada.

- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Diantha. 2017. *Metode Penelitian Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Efendi, Jonaedi dan Johnny Ibrahim. 2016, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Hasyim, Farida. 2017. *Hukum Dagang*, Jakarta : Sinagrafika.
- H.S., Salim, dan Erlies Septiana Nurbani. 2013. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lindsey, Tim,dkk. 2013. *Hak Atas Kekayaan Intlektual*. Bandung : P.T Alumni
- Miru, Ahmadi. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlinungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

ARTIKEL DALAM JURNAL

- Ayu Dianti dan Simona Bustani, “Kajian Yuridis Terhadap Penggunaan Kemasan Merek Terdaftar Oleh Pihak Lain Yang Berdampak Bagi Kesehatan Masyarakat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis”, Vol 1, No 1 (2019).
- Hellen Last Fitriani, “Penyalah Gunaan Hak Merek Aqua Pada Kemasan AMDK (Air Minum dalam Kemasan) Pakai Ulang Oleh Pelaku Usaha Pengisian Ulang Air Minum di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Riau”, *Menara Ilmu*, Vol. XI Jilid 2 No.76 Juli 2017.
- Mangku, D. G. S. (2010). Pelanggaran terhadap Hak Kekebalan Diplomatik (Studi Kasus Penyadapan Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Yangon Myanmar berdasarkan Konvensi Wina 1961). *Perspektif*, 15(3).
- Mangku, D. G. S. (2012). Suatu Kajian Umum tentang Penyelesaian Sengketa Internasional Termasuk di Dalam Tubuh ASEAN. *Perspektif*, 17(3).
- Si Ngurah Ardhya. Product Liability Terhadap Smart Phone Tanpa Fasilitas Purna Jual Berupa Garansi Terkait Pencantuman Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Baku. *Jurnal Komunikasi Hukum* Vol. 3 No. 1 Pebruari 2017.

SKRIPSI

- Saputra Yana Agus Putu. 2018. Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tetang Merek Terhadap Clothing di Kota Singaraja (Skripsi), Program Studi Ilmu Hukum Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.
- Kharismasari Ika, 2007, Penggunaan Galon Air Milik Pihak Lain Oleh Pelaku Usaha Air Minum Isi Ulang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Tesis), Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro, Semarang.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20
Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi
Geografis (Lembar Negara Republik
Indonesia Tahun 2016 Nomor 252,
Tambahannya Lembaran Negara Republik
Indonesia Nomor 5953)

Keputusan Menteri Perindustrian dan
Perdagangan Republik Indonesia Nomor
651/MPP/KEP/10/2004 Tentang
Persyaratan Teknis Depot Air Minum Isi
Ulang dan Perdagangan.

Keputusan Menteri Perindustrian dan
Perdagangan Nomor
705/MPP/KEP/11/2003 tentang
persyaratan teknis Industri air minum
dalam kemasan dan perdagangannya.