

 Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Islam Al-Syafi'iyah Hlm 65 - 80	Naskah dikirim: 23/08/2023	Naskah direview: 30/08/2023	Naskah diterbitkan: 06/09/2023
--	-------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK PADA PEMBANGUNAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Suci Lestari ¹, Annalisa Y ², Muhammad Syaifuddin ³

¹ Universitas Sriwijaya, Indonesia, lestarisuci392@gmail.com

² Universitas Sriwijaya, Indonesia, annalisa_yahanan@yahoo.com

³ Universitas Sriwijaya, Indonesia, syaifuddin_unsri@yahoo.co.id

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia telah menjadi fokus utama dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu aspek penting adalah perlindungan hukum bagi pemegang merek. Perlindungan hukum ini menjadi krusial karena merek merupakan aset berharga dalam industri kreatif. Pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah untuk memperkuat perlindungan merek melalui undang-undang dan regulasi yang lebih ketat. Perlindungan hukum ini mencakup hak eksklusif pemilik merek untuk mengendalikan penggunaan mereknya, mencegah pemalsuan, dan melindungi reputasi merek. Perlindungan hukum yang kuat bagi pemegang merek berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi kreatif. Hal ini berdampak bagi para pelaku industri kreatif untuk berinvestasi dalam merek mereka, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendorong inovasi. Dalam konteks global, perlindungan merek membuka pintu bagi ekspansi bisnis ke pasar internasional. Namun, tantangan tetap ada, termasuk penegakan hukum yang efektif dan kesadaran akan hak-hak merek. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, industri, dan pemegang merek sangat penting untuk memastikan perlindungan hukum yang efektif dalam memajukan ekonomi kreatif Indonesia.

Kata Kunci : *Perlindungan Hukum, Hak Merek, Ekonomi Kreatif.*

ABSTRACT

The development of the creative economy in Indonesia has become a main focus in recent years. One important aspect is legal protection for brand holders. This legal protection is crucial because brands are valuable assets in the creative industry. The Indonesian government has taken steps to strengthen brand protection through stricter laws and regulations. This legal protection includes the exclusive right of the brand owner to control the use of its brand, prevent counterfeiting, and protect the brand's

reputation. Strong legal protection for brand owners has a positive impact on the growth of the creative economy. This has an impact on creative industry players willingness to invest in their brands, increase consumer trust, and encourage innovation. In a global context, brand protection opens the door for business expansion into international markets. But challenges remain, including effective law enforcement and awareness of brand rights. Therefore, collaboration between government, industry, and brand holders is very important to ensure effective legal protection while advancing Indonesia's creative economy.

Keywords: Legal Protection, Brand Rights, Creative Economy.

PENDAHULUAN

Indonesia, dengan kekayaan budaya dan sumber daya alamnya yang melimpah, telah memasuki era baru dalam pembangunan ekonomi yang dikenal sebagai ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah sektor yang berkembang pesat di seluruh dunia, memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan nilai tambah, dan mempromosikan inovasi. Di Indonesia, potensi ekonomi kreatif sangat besar, seiring dengan keberagaman budaya, seni, desain, dan teknologi yang unik. Salah satu aset paling berharga dalam ekonomi kreatif adalah merek. Merek bukan hanya simbol identitas bisnis, tetapi juga aset berharga yang membedakan produk atau layanan dari pesaingnya. Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi pemegang merek menjadi sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang berkaitan dengan produksi, distribusi, dan eksploitasi berbagai bentuk kreativitas, budaya, seni, dan inovasi. Ini mencakup beragam industri seperti seni pertunjukan, musik, seni rupa, film, televisi, desain, mode, arsitektur, periklanan, teknologi informasi, permainan video, kuliner, dan banyak lagi. Ekonomi kreatif mengandalkan daya kreasi manusia, intelektualitas, dan ekspresi budaya untuk menghasilkan nilai ekonomi.¹

Beberapa karakteristik utama dari ekonomi kreatif seperti Kreativitas sebagai Sumber Utama Nilai Ekonomi kreatif mengandalkan ide-ide kreatif, desain inovatif, dan produk yang unik sebagai sumber nilai ekonomi. Ekonomi sebagai pasar global, Produk dan layanan

¹ Rahma Sandhi, *Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif*, (Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 2018), Vol.1 No.1, hlm. 10

dalam ekonomi kreatif seringkali memiliki daya tarik global, memungkinkan perluasan bisnis ke pasar internasional. Ekonomi sebagai Pendorong Inovasi, Industri ekonomi kreatif mendorong inovasi dalam teknologi, desain, dan cara berpikir. Ekonomi sebagai Keanekaragaman Budaya, Ekonomi kreatif sering mempromosikan dan memelihara keanekaragaman budaya serta identitas lokal. Ekonomi sebagai Keberlanjutan Lingkungan, Kreativitas sering dipadukan dengan keberlanjutan lingkungan, seperti desain ramah lingkungan atau produk daur ulang. Ekonomi dan Lapangan Pekerjaan Ekonomi kreatif menciptakan lapangan pekerjaan bagi seniman, desainer, produser konten, pengembang perangkat lunak, dan berbagai profesional lainnya.

Dalam era digital dan globalisasi, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang paling cepat berkembang dan berpotensi besar dalam membentuk masa depan perekonomian dunia. Hal ini memungkinkan ekspresi kreatif, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan merangkul budaya dan kreativitas manusia sebagai sumber daya utama.

Ekonomi kreatif sebagai fenomena ekonomi yang berkembang pesat, telah menjadi sorotan utama dalam pembahasan ekonomi global. Di tengah perubahan drastis dalam dunia digital dan teknologi, ekonomi kreatif menjadi salah satu mesin utama pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. Hal ini mencakup berbagai sektor, seperti seni, budaya, media, hiburan, teknologi, desain, dan banyak lagi.²

Karakteristik utama dari ekonomi kreatif adalah kemampuannya untuk menghasilkan nilai tambah melalui kreativitas, inovasi, dan ekspresi budaya. Seiring dengan perkembangan globalisasi, ekonomi kreatif tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang tak terbatas, tetapi juga mempromosikan keanekaragaman budaya, identitas lokal, dan pertukaran lintas budaya.

Dalam dinamika ekonomi kreatif, menggali potensinya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mengeksplorasi peran pentingnya dalam membentuk masyarakat modern yang semakin terhubung dan berinovasi. Dengan demikian, dapat lebih memahami bagaimana ekonomi kreatif menjadi motor penting dalam menghadapi tantangan ekonomi dan sosial di masa depan.

Perlindungan hukum bagi pemegang hak merek merupakan aspek penting dalam

² Andri Irawan, *Ekonomi Kreatif Sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat dalam Meningkatkan Tingkat Perekonomian*, (Jakarta : Seminar Nasional Ekonomi Bisnis (SNEB), 2019), hlm.171

konteks ekonomi global yang semakin terhubung dan kompetitif. Merek tidak hanya mewakili identitas dan kualitas produk atau layanan, tetapi juga merupakan aset berharga dalam lingkup bisnis. Keberhasilan dan keberlanjutan merek dapat memengaruhi kesuksesan perusahaan serta pertumbuhan ekonomi suatu negara. Oleh karena itu, pemahaman dan pelaksanaan perlindungan hukum yang efektif bagi pemegang hak merek menjadi sangat penting.³

Dalam konteks ini, pentingnya perlindungan hukum bagi pemegang hak merek, baik di tingkat nasional maupun internasional. menjelajahi peran merek dalam bisnis dan ekonomi modern, serta tantangan yang dihadapi oleh pemegang hak merek dalam menjaga merek mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas dan signifikansi perlindungan hukum bagi pemegang hak merek, Maka dapat memahami mengapa hal ini menjadi isu yang perlu diperhatikan di era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Selanjutnya, sehingga dapat meningkatkan perlindungan hukum bagi merek, mendukung inovasi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Adapun penelitian sebelumnya yang menjelaskan seputar penelitian ini yakni dilakukan oleh Wizna Gania Balqis dan Budi Santoso menangkat judul penelitian “Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif”, Jurnal pembangunan Hukum Indonesia, Tahun 2020, Penelitian ini lebih membahas mengenai arti penting terhadap perlindungan merek bagi komunitas yang mengasilkan produk ekonomi kreatif.⁴

Penelitian lainnya yakni oleh Hari Sutra Disemadi dan Cindy Kang membahas seputar “Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0”, Tahun 2021, pada penelitian ini penulis lebih menitik beratkan pada revolusi industri 4.0 dalam melakukan pengembangan dan penegakan hukum terkait kekayaan intelektual.⁵

Kebaharuan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni bahwa penelitian

³ Zeanal Arifin, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar*, (Jakarta : Jurnal Ius Constituendum), hlm. 72

⁴ Wizna Gania Balqis, Budi Santoso, *Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif*, (Semarang : Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, 2020), Vol. 2 Number 2.

⁵ Hari Sutra Disemadi, Cindy Kang, “*Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri, 4.0*”, (Bali : Jurnal Komunikasi Hukum, 2021) Vol. 7 Number 1.

ini lebih mengkaji seputar perlindungan hukum terhadap pemegang merek dalam pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia dan menerangkan terkait proses penegakan hukum dalam rangka memberikan perlindungan hukum terhadap para pemegang merek.

Berdasarkan dengan uraian tersebut maka terdapat rumusan permasalahan sebagaimana berikut :

1. Bagaimana Implementasi dan Tantangan Terkait Perlindungan Hukum bagi Pemegang Merek pada Pembangunan Ekonomi kreatif di Indonesia?
2. Bagaimana Upaya Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek pada Pembangunan Ekonomi Kreatif di Indonesia?

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini bersifat yuridis normatif, dengan pendekatan normatif (*normative legal research*), atau kepustakaan hukum dengan menggunakan bahan primer dan sekunde seperti Perundang-undangan, Putusan Pengadilan, artikel ilmiah baik itu jurnal, buku, kuhp, dan literatur hukum lainnya.

2. Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan yakni menggunakan regulasi, peraturan perundang-undangan, bahan hukum primer, sekunder, dan tersier serta bahan hukum berupa literatur hukum lainnya baik itu buku, jurnal, maupun internet.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang penulis berasal dari studi kepustakaan dengan mengambil bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

4. Teknik Analisa Data

Teknik analisa yang digunakan dengan metode penelitian kualitatif merupakan keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti sebagai pisau analisis kualitatif yang akan menghasilkan data dalam bentuk deskriptif.⁶

HASIL DAN PEMBAHASAN

⁶ Marinu Maruwu, *Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Riau : Jurnal Pendidikan Tambusai, 2023), hlm. 42.

1. Implementasi Perlindungan Hukum Pemegang Merek.

Indonesia telah menjadi salah satu pusat pertumbuhan ekonomi kreatif di Asia Tenggara dan di seluruh dunia. Dalam konteks ini, perlindungan hukum bagi pemegang merek menjadi sangat penting karena merek adalah aset berharga dalam sektor ekonomi kreatif. Merek tidak hanya mewakili identitas dan kualitas produk atau layanan, tetapi juga menciptakan daya tarik unik bagi konsumen dan dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi pemiliknya. Dalam tulisan ini, ditunjukkan untuk menggali implementasi dan tantangan perlindungan hukum merek di Indonesia, peran merek dalam ekonomi kreatif, undang-undang dan regulasi yang ada, serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk memperkuat perlindungan merek dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif.

Peran Merek dalam ekonomi kreatif bahwa Merek sangat berperan penting. Pentingnya merek dalam ekonomi kreatif tidak dapat diabaikan. Merek tidak hanya menjadi identitas bisnis, tetapi juga mencerminkan gaya, estetika, dan budaya dari produk atau layanan yang diwakilinya. Peran merek dalam ekonomi kreatif meliputi Diferensiasi dan Identitas dimana Merek membantu produk atau layanan membedakan diri dari pesaingnya di pasar yang padat. Merek yang kuat menciptakan identitas yang mudah diingat dan dikenali oleh konsumen.⁷

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek sendiri diartikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.⁸

Merek juga banyak ragam jenisnya yakni diantaranya seperti Merek Dagang yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara Bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Merek Jasa, merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan untuk membeakan dengan jasa sejenisnya. Merek kolektif, merek yang digunakan pada barang/jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa.

⁷ Sudjana, *Hukum Kekayaan Intelektual*, (Tangerang Selatan : Universitas Terbuka, 2020), hlm 74

⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 1 Point 1

Merek berfungsi sebagai Kualitas dan Kepercayaan. Merek yang telah mapan sering diidentikan dengan kualitas yang konsisten. Ini membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih mudah dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek tersebut.⁹

Merek juga memiliki fungsi sebagai Daya Tarik Konsumen, Merek yang memiliki citra yang positif dan menarik dapat menarik lebih banyak konsumen, yang berkontribusi pada pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar. Merek juga berfungsi sebagai Inovasi dan Kreativitas, Merek juga mencerminkan inovasi dan kreativitas perusahaan. Ini mendorong perusahaan untuk terus menciptakan produk atau layanan yang inovatif untuk tetap bersaing di pasar.

Implementasi terkait perlindungan hukum merek di Indonesia Perlindungan hukum merek di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk perlindungan merek di Indonesia.¹⁰ Beberapa aspek implementasi perlindungan hukum merek di Indonesia diantaranya tertuang dan dijabarkan menjadi empat hal sebagaimana berikut.

Pertama, berkaitan erat dengan Pendaftaran Merek. Pemegang merek dapat mendaftarkan merek mereka di Kantor Merek yang berada di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Pendaftaran ini memberikan hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan dan memberikan dasar hukum untuk menuntut pelanggaran hak merek.

Kedua, Pelanggaran Merek yakni Undang-undang merek Indonesia mengatur pelanggaran merek dan memberikan hak kepada pemilik merek untuk melindungi merek mereka dari penggunaan ilegal atau pemalsuan. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 maka melindungi para pemegang merek dalam hak-haknya.¹¹

Ketiga, Adanya proses Penegakan Hukum terhadap Merek, Oleh sebab itu Pemerintah dan lembaga penegak hukum di Indonesia memiliki tanggung jawab untuk

⁹ M. Hawim, *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2020), hlm.47.

¹⁰ Muhammad Shafwan, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal di Indonesia*, (Jurnal USM Law Review, 2021), hlm. 142.

¹¹ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

menegakkan hukum merek. Tindakan hukum dapat diambil terhadap pelaku pelanggaran merek.

Keempat, Adanya Perlindungan Merek Internasional. Indonesia sendiri merupakan anggota dari berbagai perjanjian internasional yang mengatur hak merek, termasuk Perjanjian TRIPS (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*) yang dikelola oleh Organisasi Perdagangan Dunia (WTO). Ini memungkinkan pemegang merek Indonesia untuk melindungi merek mereka di pasar internasional. Sehingga bukan hanya mendapatkan perlindungan secara nasional saja melainkan melindungi pemegang hak pada kegiatan impor dan ekspor yang melibatkan merek mereka terhadap penyalahgunaan merek dan pemalsuan merek tersebut.¹²

2. Tantangan Perlindungan Hukum Pemegang Merek.

Dibalik semua implementasi yang sudah berjalan dalam rangka menjamin keamanan dan kualitas merek, namun adapun tantangan tersendiri terkait dengan perlindungan hukum terhadap para pemegang merek tersebut. Pertama, Pemalsuan Merek. Pemalsuan merek tetap menjadi masalah serius di Indonesia. Produk palsu dengan merek palsu dapat merugikan konsumen dan merusak reputasi merek. Pemalsuan merek ini di atur pada Pasal 100,101 dan 202 yang sifatnya yakni delik aduan.¹³

Selain dari banyaknya pemalsuan merek, ada pun Penegakan Hukum yang Tidak Konsisten. Hal ini berarti bahwa Penegakan hukum merek di Indonesia seringkali tidak konsisten, terutama dalam kasus-kasus kecil. Ini dapat mengurangi efektivitas perlindungan hukum merek. Kurangnya rasa percaya masyarakat terhadap para penegak hukum juga mempengaruhi hal ini, terkadang para penegak hukum pun menilai upaya pelanggaran merek tersebut sebagai suatu permasalahan yang kecil, apalagi jika dialami oleh UMKM, padahal pelanggaran terhadap merek tersebut sangat merugikan bagi para pelaku usaha.

Adanya Kesadaran Hukum yang Rendah. Banyak pelaku ekonomi kreatif, terutama mereka yang beroperasi di tingkat usaha kecil dan menengah, tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang perlindungan hukum merek. Bukan hanya itu, terkadang para pelaku

¹² Safril Sofwan Sanib, *Ketentuan-ketentuan TRIPS- Plus dalam Kerangka Perjanjian Perdagangan Bebas*, (Sulawesi Tenggara : Halu Oleo Law Review, 2019) hlm.69

¹³ Supolo, *Peran pemerintah daerah Dalam Rangka Perlindungan Hukum Merek Bagi Industri Kreatif UKM di Klaten pada Masa Pandemi Covid 19*, (Kajian Hasil Penelitian Hukum, 2022), hlm.57

ekonomi kreatif menilai pendaftaran merek sangat tidak efisien dari segi waktu dan biaya, dan terkadang menyepelkan terkait merek tersebut. Sehingga masih kurangnya kesadaran bagi para pelaku ekonomi kreatif dalam mendaftarkan merek tersebut.

Dalam kancah Internasional ada pun tantangan sendiri dalam hal Penggunaan Merek Internasional. Dalam era globalisasi, pemegang merek seringkali perlu melindungi merek mereka di luar Indonesia, yang dapat menjadi tugas yang rumit dan mahal. Selain itu biaya yang dikeluarkan juga tidak lah murah, dan membutuhkan administrasi yang cenderung dinilai tidak praktis dan sulit.

Penggunaan Merek di Lingkungan Digital. Perkembangan ekonomi digital telah membawa tantangan baru dalam perlindungan merek, termasuk pelanggaran merek yang dilakukan secara online di sosial media.

Dengan demikian pemegang merek di seluruh dunia menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan dalam upaya mereka untuk melindungi merek mereka. Merek, baik itu berupa nama, logo, atau tanda dagang, merupakan aset berharga yang menciptakan identitas dan kepercayaan konsumen. Perlindungan hukum terhadap merek adalah komponen kunci dalam strategi bisnis yang berhasil. Namun, dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, pemegang merek dihadapkan pada kompleksitas yang semakin meningkat dalam menjaga merek mereka dari berbagai ancaman.

Salah satu tantangan utama dalam perlindungan merek adalah pemalsuan (counterfeiting) dan pembajakan (piracy). Pemalsuan merek telah menjadi industri ilegal yang sangat menguntungkan. Produk palsu sering kali meniru merek dengan sangat sempurna, sehingga sulit dibedakan dari produk asli. Konsumen yang membeli produk palsu ini mungkin merasa telah mendapatkan barang asli, tetapi sering kali mereka menerima produk yang berkualitas rendah atau bahkan berbahaya. Pemalsuan juga merusak reputasi merek dan dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk asli. Penyitaan produk palsu dan penuntutan terhadap pelaku pemalsuan dapat menjadi tugas yang sulit, terutama karena pelaku sering beroperasi di luar yurisdiksi negara pemegang merek.

Perdagangan elektronik (e-commerce) adalah area lain yang menjadi sumber tantangan besar dalam perlindungan merek. Pertumbuhan pesat perdagangan online telah menciptakan platform baru bagi penjual produk palsu. Pemasaran produk palsu secara online dapat dilakukan dengan cepat dan efisien, dan seringkali sulit untuk melacak identitas pelaku.

Pemegang merek harus berusaha keras untuk memantau dan melaporkan produk palsu yang dijual secara online, dan ini memerlukan upaya dan sumber daya yang signifikan.

Selain itu, hukum merek juga menghadapi tantangan harmonisasi internasional. Setiap negara memiliki sistem hukum mereknya sendiri, dan perbedaan dalam peraturan merek antar negara dapat mempersulit upaya pemegang merek untuk melindungi merek mereka secara global. Meskipun ada upaya untuk mencapai harmonisasi dalam hal perlindungan merek, perbedaan tetap ada dan dapat mengaburkan garis batas antara apa yang dianggap pelanggaran merek di satu negara dengan di negara lain.

Teknologi juga memainkan peran dalam mengubah lanskap perlindungan merek. Internet dan media sosial telah memungkinkan merek untuk mencapai konsumen dengan lebih mudah, tetapi sekaligus juga membuka pintu bagi peretas (hackers) dan pelaku kejahatan cyber lainnya untuk mencuri atau merusak merek. Perlindungan merek di dunia maya melibatkan upaya yang terus-menerus untuk melindungi data, melacak pelanggaran merek online, dan menjaga reputasi merek dalam lingkungan digital yang bergerak cepat.

Dalam menghadapi berbagai tantangan ini, pemegang merek perlu mengembangkan strategi perlindungan hukum yang komprehensif. Ini termasuk penggunaan hukum merek dan hak cipta, pelaksanaan hukum dan litigasi terhadap pelanggaran, serta kerjasama dengan pihak berwenang seperti kepolisian, bea cukai, dan lembaga regulasi untuk mengatasi pemalsuan dan pembajakan. Pemegang merek juga perlu berinvestasi dalam teknologi dan perangkat lunak untuk mendukung pemantauan dan penegakan merek mereka, terutama dalam lingkungan online yang kompleks.

Dengan demikian perlindungan hukum merek adalah tantangan yang semakin kompleks dalam era globalisasi dan teknologi. Pemegang merek perlu aktif beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis dan hukum untuk menjaga merek mereka tetap kuat dan terlindungi. Upaya ini bukan hanya untuk melindungi aset bisnis, tetapi juga untuk memastikan kepercayaan dan keselamatan konsumen yang mempercayai merek tersebut.

3. Upaya Perlindungan Hukum Pemegang Merek pada Pembangunan Ekonomi Kreatif di Indonesia.

Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan pesat dalam sektor ekonomi

kreatif. Berbagai industri seperti desain, fashion, seni, musik, film, dan lainnya telah menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi kreatif di negara ini. Salah satu aset yang paling berharga dalam ekonomi kreatif adalah merek. Perlindungan merek merupakan hal yang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia. Dalam tulisan ini, akan membahas upaya dan solusi perlindungan hukum bagi pemegang merek dalam konteks pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia.

Pendaftaran Merek, Langkah pertama yang sangat penting dalam perlindungan merek adalah pendaftaran merek. Pemegang merek harus mendaftarkan merek mereka di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik untuk menggunakan merek tersebut dalam kaitannya dengan produk atau layanan yang mereka tawarkan. Proses pendaftaran haruslah efisien dan transparan agar mendorong lebih banyak pelaku ekonomi kreatif untuk melindungi merek mereka. Adapun hal ini bertujuan untuk mempercepat dan memudahkan proses pendaftaran merek, termasuk penggunaan platform daring untuk pengajuan dan pembayaran. Meningkatkan aksesibilitas informasi mengenai proses pendaftaran kepada masyarakat.¹⁴

Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Selain merek, banyak elemen dalam industri kreatif yang dapat dilindungi oleh berbagai bentuk hak kekayaan intelektual, seperti hak cipta, desain industri, dan paten. Pemerintah harus memberikan dorongan dan bimbingan kepada pelaku ekonomi kreatif untuk memahami dan memanfaatkan berbagai bentuk HKI ini. Ini akan membantu melindungi aspek kreatif dari merek dan produk mereka. Adapun solusinya seperti menyelenggarakan pelatihan dan seminar untuk meningkatkan pemahaman pelaku ekonomi kreatif tentang HKI. Serta Meningkatkan promosi dan fasilitasi pendaftaran hak cipta, desain industri, dan paten yang relevan dengan ekonomi kreatif.¹⁵

Penegakan Hukum, Pemegang merek harus aktif dalam menegakkan hak-hak mereka jika ada pelanggaran merek. Mereka dapat mengajukan gugatan hukum terhadap pihak yang menggunakannya tanpa izin. Selain itu, mereka juga dapat meminta penegak hukum untuk menyelidiki dan menindak tindakan pelanggaran merek. Adapun upaya ini harus dilakukan

¹⁴ Inge Dwisvimiari, *Pengaturan Doktrin Dilusi Merek sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia*, (Yogyakarta : Mimbar Hukum Fakultas Hukum Gadjah Mada, 2019), hlm 66.

¹⁵ Sudjana, *Penegakan Hukum Merek dalam Hukum Indonesia Terhadap Pemenuhan Ketentuan TRIPS-WTO*, (Res Nullius Law Jurnal, 2021), hlm 227

dengan cara Meningkatkan kerja sama antara kepolisian, jaksa, dan pengadilan untuk mempercepat penanganan kasus pelanggaran merek, Mengenakan sanksi yang tegas terhadap pelanggar merek untuk mencegah pelanggaran berulang.

Adanya kerjasama oleh pihak yang berwenang, Kerja sama dengan pihak berwenang seperti Kemenkumham, Kepolisian, dan Bea Cukai sangat penting untuk mengatasi peredaran barang palsu dan perdagangan ilegal yang merugikan pemegang merek. Pemegang merek harus secara aktif melaporkan kasus pelanggaran merek kepada pihak berwenang dan memberikan informasi yang diperlukan. Bentuk kerjasama tersebut dapat berupa Mendorong pihak berwenang untuk memberikan prioritas pada penanganan kasus pelanggaran merek. Mengadakan pertemuan rutin antara pemegang merek dan pihak berwenang untuk membahas isu-isu terkait pelanggaran merek.¹⁶

Membangun Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat dan Pelaku Usaha Kreatif. Pemegang merek juga dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya hak merek dan produk asli. Kampanye edukasi dan sosialisasi dapat membantu masyarakat mengenali produk asli dan menghindari produk palsu. Dengan cara melakukan kampanye edukasi yang luas melalui media massa dan media sosial tentang pentingnya membeli produk asli. Mengedukasi pelaku ekonomi kreatif, terutama yang baru memulai bisnis, tentang pentingnya melindungi merek mereka.

Melakukan kerjasama industri, Kerja sama antara pemegang merek dalam industri kreatif dapat membantu dalam melindungi kolektif kepentingan mereka. Mereka dapat membentuk asosiasi industri atau kelompok advokasi yang berfokus pada perlindungan merek. Adapun caranya yakni Mendorong pembentukan asosiasi industri kreatif yang aktif dalam melindungi merek dan hak-hak pemilikinya. Memfasilitasi pertukaran informasi dan pengalaman antara pemegang merek dalam industri yang sama.¹⁷

Melakukan Pengawasan Online, Dalam era digital, penting untuk memantau penyalahgunaan merek secara online. Pemegang merek dapat menggunakan layanan penelusuran online dan kerja sama dengan platform e-commerce untuk menghapus produk palsu atau ilegal yang menggunakan merek mereka. Solusinya yakni Mendorong platform e-

¹⁶ Maisya Nadira, *Penegakan Hukum Atas Pelanggaran Merek di Indonesia*, (Jakarta : Justitia Jurnal Hukum, 2021), hlm 39

¹⁷ Sujana Donandi, *Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia*, (Jakarta ; Intellectual Property Right Laws in Indonesia, 2019), hlm. 236

commerce untuk memiliki prosedur yang efektif untuk melaporkan dan menghapus produk palsu. Membangun sistem pelaporan online yang mudah diakses bagi pemegang merek untuk melaporkan pelanggaran merek.

Adanya regulasi yang memadai, Pemerintah Indonesia perlu memiliki regulasi yang memadai dan efektif dalam hal perlindungan merek. Hal ini mencakup peraturan tentang penanganan merek dagang, sanksi terhadap pelanggaran, dan prosedur penyelesaian sengketa. Regulasi yang kuat akan memberikan landasan hukum yang jelas bagi pemegang merek. Adapun yang dapat dilakukan yakni Melakukan peninjauan dan pembaruan regulasi yang relevan untuk mengatasi tantangan yang muncul dalam perlindungan merek di era digital. Meningkatkan efisiensi dalam penyelesaian sengketa merek melalui lembaga arbitrase atau pengadilan yang khusus menangani kasus merek dagang.

KESIMPULAN

1. Perlindungan hukum bagi pemegang merek adalah kunci untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Melalui pendaftaran merek, penerapan hak kekayaan intelektual, penegakan hukum yang efektif, kerja sama dengan pihak berwenang, pendidikan masyarakat, kerja sama industri, pengawasan online, dan regulasi yang memadai, dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pemegang merek untuk berkembang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Indonesia dapat melindungi warisan kreatifnya dan mengukuhkan posisinya dalam ekonomi kreatif global.
2. Perlindungan hukum bagi pemegang merek adalah elemen kunci dalam pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Indonesia. Selain banyak tantangan dibalik itu Merek yang kuat dapat menjadi aset berharga yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, tantangan seperti penyalahgunaan merek, kesadaran hukum yang rendah, dan perkembangan ekonomi digital perlu diatasi untuk memastikan perlindungan hukum merek yang efektif. Dengan langkah-langkah yang tepat, termasuk penguatan penegakan hukum, pendidikan, dan dukungan bagi pemegang merek kecil, Indonesia dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Ini akan menghasilkan merek yang lebih kuat, lebih inovatif, dan lebih berdaya saing di pasar global, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional dan perkembangan sektor ekonomi kreatif secara keseluruhan.

SARAN

Untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi pemegang merek dalam pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia, diperlukan tindakan tegas dan terkoordinasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Ini termasuk penyederhanaan proses pendaftaran merek, penegakan hukum yang lebih efisien, penanganan kasus pelanggaran merek dalam era digital, kampanye kesadaran masyarakat yang intensif, dan kolaborasi lintas batas untuk melindungi merek Indonesia di pasar global. Pemerintah juga harus fokus pada pengembangan regulasi yang relevan dengan ekonomi kreatif dan memastikan infrastruktur hukum yang kuat untuk menangani sengketa merek dengan cepat dan efektif. Dengan langkah-langkah ini, kita dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pemegang merek untuk berkembang, menguatkan ekonomi kreatif, dan menjaga warisan kreatif Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

M. Hawim, *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2020.

Sudjana, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Tangerang Selatan : Universitas Terbuka, 2020.

Sujana Donandi, *Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Jakarta ; Intellectual Property Right Laws in Indonesia, 2019.

Jurnal

Hari Sutra Disemadi, Cindy Kang, “*Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri, 4.0*”, Bali : Jurnal Komunikasi Hukum, 2021 Vol. 7 Number 1.

Inge Dwisvimiari, *Pengaturan Doktrin Dilusi Merek sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia*, Yogyakarta : Mimbar Hukum Fakultas Hukum Gadjah Mada, 2019.

Irawan, *Ekonomi Kreatif Sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat dalam Meningkatkan Tingkat Perekonomian*, Jakarta : Seminar Nasional Ekonomi Bisnis

VERITAS: Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum Vol. 9 No. 2 Tahun 2023 p-issn: 2407-2494 e-issn: 2655-979X (<https://uia.e-journal.id/veritas/>) (SNEB), 2019.

M. Hawim, *Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2020.

Maisya Nadira, *Penegakan Hukum Atas Pelanggaran Merek di Indonesia*, Jakarta : Justitia Jurnal Hukum, 2021.

Marinu Maruwu, *Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Penelitian Kombinasi (Mized Method)*, Riau : Jurnal Pendidikan Tambusai, 2023.

Muhammad Shafwan, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal di Indonesia*, Jurnal USM Law Review, 2021.

Rahma Sandhi, *Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif*, Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 2018 Vol.1 No.1, hlm. 10

Safiril Sofwan Sanib, *Ketentuan-ketentuan TRIPS- Plus dalam Kerangka Perjanjian Perdagangan Bebas*, Sulawesi Tenggara : Halu Oleo Law Review, 2019.

Sudjana, *Penegakan Hukum Merek dalam Hukum Indonesia Terhadap Pemenuhan Ketentuan TRIPS-WTO*, Res Nullius Law Jurnal, 2021.

Supolo, *Peran pemerintah daerah Dalam Rangka Perlindungan Hukum Merek Bagi Industri Kreatif UKM di Klaten pada Masa Pandemi Covid 19*, Kajian Hasil Penelitian Hukum, 2022.

Wizna Gania Balqis, Budi Santoso, *Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatid*, Semarang : Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, 2020, Vol. 2 Number 2.

Zeanal Arifin, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar*, Jakarta : Jurnal Ius Constituendum.

Peraturan Perundang-Undangan

Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pasal 100 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pasal 101 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan

VERITAS: Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum Vol. 9 No. 2 Tahun 2023 p-issn:
2407-2494 e-issn: 2655-979X (<https://uia.e-journal.id/veritas/>)

Indikasi Geografis.

Pasal 202 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan
Indikasi Geografis.