

PERLINDUNGAN MERK BAGI PENGUSAHA UMKM DI KECAMATAN JUWANA KABUPATEN PATI

Rinitami Njatrijani ¹

Dosen Fakultas Hukum Universitas Diponegoro

rinitaminjatrijani@gmail.com

ABSTRAKSI

Saat ini merk sebagai ujung tombak perdagangan barang dan jasa merupakan aset yang sangat berharga bagi produsen, distributor bahkan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Namun dari banyaknya produk-produk yang ada ditengarai beredar merk-merk yang mengecoh/ mengelabui konsumen, karena terdapat kemiripan/persamaan baik secara keseluruhan maupun persamaan pada pokoknya dengan produk yang sejenis lainnya. Dari kajian ini diketahui bahwa keberadaan merk yang dimiliki oleh UMKM di Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati perlu diperhatikan, karena belum semua paham arti pentingnya perlindungan hukum atas merk. Sosialisasi secara integrasi antara pemerintah/pemda, dinas terkait, akademisi, pelaku usaha dan konsumen dalam mewujudkan perlindungan hukum bagi para pihak.

Kata kunci : merk, UMKM, perlindungan hukum

¹ Rinitami Njatrijani, 2021, Pengabdian Kepada Masyarakat di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati, Dosen Bagian Hukum Keperdataan FH Undip, Pati, 9-11 Pebruari 2021.

A. Pendahuluan

Merk salah satu bagian Hak Kekayaan Intelektual selama dekade terakhir ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia, bahkan dikatakan merk adalah persoalan sehari-hari. Dimanapun kita berada selalu melihat merk yang melekat pada suatu produk baik berbentuk barang maupun jasa. Mulai dari pakaian yang kita pakai, makanan/ minuman yang kita asup, peralatan hingga moda transportasi yang kita pilih selalu melekat tanda/tenger yang membedakan antara produk yang satu dengan produk yang lain yang sejenis.

Menurut perkembangannya hukum merk merupakan bagian dari hukum yang mengatur tentang persaingan curang (*unfair competition*) dan pemalsuan barang agar konsumen mengenali asal barang tersebut. Saat ini merk merupakan aset yang sangat berharga bagi produsen, distributor bahkan tingkat penjual terendah atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai ujung tombak perdagangan barang dan jasa² oleh karena itu perlindungan hukum atas merk mutlak diperlukan.

Merk pada awalnya hanya berfungsi untuk menunjukkan asal barang (*an indication of origin*)³ dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain, tetapi sekarang dikenal empat fungsi merk yaitu sebagai identitas asal barang, sebagai pembeda produk, sebagai jaminan kualitas produk dan sebagai fungsi promosi. Bagi produsen merk bukan hanya menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen, tetapi membangun *goodwill* dan memungkinkan untuk menciptakan dorongan tambahan agar produknya dibeli.⁴ *Goodwill* merupakan aset tak berwujud yang terdiri atas nama baik dan reputasi serta bentuk kepuasan konsumen. *Goodwill* dapat dilihat dari kepuasan pelanggan dan keinginan calon konsumen untuk membeli

² Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek, TradeMark Law, Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Prenadamedia Grup, halaman 3.

³ AIPO, "Brochur Trademark Application", Sydney, Australia, 1997, halaman 3, *ibid* (mengutip dari AIPO dan seterusnya).

⁴ Agung Indriyanto, Irnie Mela Yusnita, 2017, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta, Rajawali Press, PT RajaGrafindo Persada, halaman 8-9.

produk dengan merek tersebut. Oleh karena itu merk menjadi salah satu sarana iktikad baik produsen. *Goodwill* “mengikat konsumen dengan produk dan mempengaruhi posisi produk tersebut di pasar.”⁵

Pengaruh globalisasi semakin mendorong laju perkembangan ekonomi di masyarakat. Semakin meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa mendorong pula pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu kebutuhan akan pengaturan hukum merk yang lebih memadai dalam rangka terciptanya suatu kepastian hukum dan perlindungan hukum sangat dibutuhkan.

Produk unggulan di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati meliputi produk bidang perikanan/ kelautan, pertanian dan produk kerajinan sangat menopang kehidupan masyarakat di wilayah tersebut, misalnya bidang perikanan/ kelautan ada udang, ikan laut, bandeng, telur yang diolah dengan bermacam-macam produk. Sektor hasil pertanian mempunyai potensi paling besar yaitu 35,18% diantara sektor-sektor lainnya berupa : kapuk randu, padi, jagung, ketela pohon, kelapa kopyor, kacang tanah, kacang hijau, kacang kedelai, kopi, mangga, manggis, tomat, jambu monyet, jeruk pamel, terasi udang, industri garam, industri gula. Sedangkan produk kerajinan antara lain kuningan “Krishna” dengan berbagai macam desain antara lain lampu berbahan kuningan telah menembus pasar ekspor , batik bakaran dan masih banyak lagi. Namun dari banyaknya produk-produk tersebut ditengarai beredar merk-merk yang mengecoh/ mengelabui konsumen di masyarakat, karena terdapat kemiripan/persamaan baik secara keseluruhan maupun persamaan pada pokoknya dengan produk yang sejenis lainnya. Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :
Bagaimana keberadaan merk-merk yang dimiliki oleh UMKM di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati dan perlindungannya?

⁵ Robert G. Bone, 2006, “*Hunting Goodwill: A History of the Concept of Goodwill in Trademark Law*”, Boston University Law Review, (Vol.86:547), halaman 554 dalam Agung Indriyanto, Irnie Mela Yunita, 2017, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta, Rajawali Press, PT Raja Grafindo Persada, halaman 10.

B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan 2 (dua) tahap yaitu memberikan pemahaman bagi para pengusaha UMKM di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati terkait Kekayaan Intelektual untuk mengetahui seluk beluk arti pentingnya merk dan perlindungannya. Tahap kedua memberikan motivasi kepada para pengusaha UMKM untuk lebih memahami pendaftaran merk/Kekayaan Intelektual di wilayahnya. Kedua kegiatan ini dikemas melalui pengabdian masyarakat bagian hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Diponegoro dengan Pos Bantuan Hukum dan Konsultasi Hukum yang diselenggarakan pada tanggal 9-11 Februari 2021, di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati.

C. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan mulai tanggal 9-11 Februari 2021 di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati diawali dengan Pos Bantuan Hukum dan Konsultasi Hukum serta Penyuluhan Hukum Terpadu. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang Hukum Keperdataan khususnya terkait hak merk, hak cipta, hak paten, hak disain industri, dll sebagai bagian Kekayaan Intelektual bagi para UMKM/ pelaku usaha di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati serta bagaimana perlindungan hukumnya. Informasi tentang pendaftaran *online* memberikan pemahaman bahwasannya pendaftaran Kekayaan Intelektual sangat mudah karena didukung oleh fasilitas dengan sistem *online* yang bisa dilihat dalam Website DJKI www.dgip.go.id.

D. Analisis Pelaksanaan Kegiatan

1. Pentingnya Pendaftaran Merk Bagi Pengusaha UMKM

Pemerintah telah memberikan pelayanan terbaik di bidang perlindungan kekayaan intelektual, khususnya di bidang merk dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merk dan Indikasi Geografis yang diundangkan pada

tanggal 25 November 2016. Secara umum substansi yang terdapat dalam Undang-Undang ini merupakan hasil penyempurnaan yang tujuannya untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan pendaftaran merk. Ruang lingkup merk meliputi merek dagang, merk jasa dan merk kolektif. Merk dagang didefinisikan sebagai merk yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang yang sejenis lainnya (Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Merk Nomor 20 Tahun 2016). Sedangkan merk jasa didefinisikan hampir serupa dengan merk dagang namun dengan fungsi yang berbeda, yaitu untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya. (Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Merk No. 20 Tahun 2016). Merk kolektif merupakan merk yang digunakan pada barang dan/ atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. (Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Merk Nomor 20 Tahun 2016). Merk kolektif umumnya dimiliki oleh asosiasi, koperasi atau perkumpulan yang anggotanya dapat menggunakan merk kolektif untuk memasarkan produk mereka. Secara umum merk adalah tanda berupa gambar, logo, nama, kata, huruf ini merupakan jenis merk tradisional. Sedangkan tanda yang berupa susunan warna, bentuk tiga dimensi, suara dan hologram termasuk dalam jenis merk non tradisional.

Berdasarkan ketentuan Pasal 21 ayat (1) huruf (a) Undang-Undang Merk Nomor 20 Tahun 2016, permohonan merk ditolak apabila merk tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merk terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan /atau jasa sejenis. Tujuannya untuk mencegah masyarakat terkecoh dalam menentukan identitas barang karena tidak dapat membedakan asal produk tersebut. Merk sebagai sarana pemasaran dan periklanan (*a marketing and advertising device*)⁶ memberikan suatu tingkat

⁶ Rahmi Jened, 2015, *ibid*, halaman 3.

informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang dan/atau jasa yang dihasilkan pengusaha.⁷ Untuk menilai persamaan pada merk, unsur pembentuk merk harus dipertimbangkan secara keseluruhan sebagai suatu kesatuan yang utuh tanpa mengadakan pemecahan bagian-bagiannya dari merk tersebut.⁸ Penilaian dilakukan dengan mempertimbangkan unsur fonetik, visual dan konseptual dari suatu merk. Merk selain diatur dalam hukum kekayaan intelektual (*intellectual property*) juga terkait dengan hukum persaingan curang (*unfair competition prevention law*) dan hukum anti monopoli atau hukum persaingan sehat (*competition law*).⁹ Namun yang perlu diperhatikan bahwa penerapan tiap sisi hukum tersebut harus memperhatikan “tujuan perlindungan dan titik berat pelanggarannya.”¹⁰ Di Indonesia dalam tingkat mendasar merupakan tindak persaingan curang, jika kompetitor menampilkan produknya seolah-olah produk tersebut oleh perusahaan lain. Oleh karena itu Pasal 372 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) tentang persaingan curang dapat dijadikan acuan atau Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bisa diterapkan karena konsumen sebagai anggota masyarakat harus dilindungi dari perilaku yang menyesatkan (*deceptive conduct*) ataupun pernyataan yang menyesatkan (*misappropriation*) dari produsen.¹¹

Terminologi barang dan /atau jasa sejenis dalam Pasal 21 ayat (1) huruf a UUM merupakan terjemahan dari terminologi “*similar goods or services*”, sebagaimana dalam Perjanjian Trip’s.¹²

Dalam Pasal 13 Undang-Undang Merk Nomor 20 Tahun 2016 disebutkan bahwa tanggal penerimaan permohonan diberikan apabila permohonan tersebut memenuhi persyaratan minimum yang berupa formulir permohonan yang telah diisi

⁷ Ibid, halaman 4.

⁸ Sebagai bahan pertimbangan lihat EUIPO, 2016, *Guidelines For Examination of Europe Union Trademarks, Part C Opposition, Section 2, Chapter 4*, halaman 36.

⁹ Hukum pencegahan persaingan curang (*unfair competition prevention law*) di Indonesia tersebar secara sporadis. Rahmi Jened II, *Op.cit.*, halaman 32-33 dan Rahmi Jened III, *Op.cit*, halaman 223.

¹⁰ Rahmi Jened III, *Op.cit*, 207, bisa juga dibaca pada Rahmi Janed II, *Op.cit.*, halaman 58-62.

¹¹ Rahmi Jened, 2015, *Op.cit*, halaman 12-13.

¹² Pasal 16.1 Perjanjian Trip’s.

lengkap dengan label merk dan bukti pembayaran biaya permohonan. Formulir permohonan dianggap lengkap apabila telah ditanda tangani oleh pemohon atau kuasanya dan mencantumkan hal-hal sebagai berikut :

- a. Tanggal, bulan dan tahun permohonan.
- b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon.
- c. Nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa.
- d. Warna jika merk yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna.
- e. Nama negara dan tanggal permintaan merk yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan oleh hak prioritas.
- f. Kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

Permohonan pendaftaran merk tiga dimensi, label merk yang dilampirkan adalah bentuk karakteristik dari merk tersebut yang berupa gambar yang dapat dilihat dari depan, samping, atas, dan bawah (Pasal 4 ayat (6) Undang-Undang Merk Nomor 20 Tahun 2016). Terkait dengan permohonan pendaftaran merk suara, label merk yang dilampirkan berupa notasi dan dilengkapi dengan rekaman suara. Untuk mendapatkan tanggal penerimaan pemohon juga melampirkan bukti pembayaran biaya permohonan. Ketentuan lebih lanjut terkait dengan biaya permohonan merek akan diatur dalam Peraturan Pemerintah. (Pasal 4 ayat 9 Undang-Undang Merk Nomor 20 Tahun 2016). UUM mengatur bahwa biaya permohonan merk ditentukan per kelas barang dan/ atau jasa yang tersusun dalam kelas 1 hingga kelas 45.

Secara umum tahapan prosedur pendaftaran merk berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2016 terdiri atas pemeriksaan formalitas, pengumuman, pemeriksaan substantif dan sertifikasi. Pemeriksaan formalitas dilakukan untuk memastikan permohonan pendaftaran merk memenuhi persyaratan administratif yang meliputi formulir permohonan, label merk, bukti pembayaran biaya permohonan, surat pernyataan

kepemilikan merk, surat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa dan bukti prioritas jika permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas.

Dalam waktu paling lama lima belas hari (Pasal 1 angka 22 UUM No.20/2016) terhitung sejak tanggal penerimaan, permohonan pendaftaran merk yang telah memenuhi persyaratan minimum diumumkan dalam Berita Resmi Merk (BRM) yang diterbitkan melalui sarana elektronik maupun non elektronik. Pengumuman tersebut berlaku selama dua bulan, dan selama masa pengumuman pihak ketiga dapat mengajukan keberatan terhadap permohonan pendaftaran merk tersebut secara tertulis kepada DJKI. Alasan keberatan harus didasarkan pada ketentuan Pasal 20 , 21 Undang Undang Nomor 20/2016 mengenai merk yang tidak dapat didaftar atau ditolak. Kemudian DJKI akan mengirimkan salinan dokumen keberatan tersebut kepada pemohon yang permohonan pendaftaran merknya menerima keberatan dalam waktu paling lama empat belas hari terhitung sejak tanggal penerimaan keberatan. (Pasal 16 Undang Undang Merk Nomor 20/2016). Pemohon yang permohonan pendaftaran merknya menerima keberatan berhak mengajukan sanggahan terhadap keberatan tsb. Sanggahan tersebut harus diajukan secara tertulis dalam waktu paling lama dua bulan terhitung sejak tanggal pengiriman salinan keberatan yang disampaikan DJKI. (Pasal 17 Undang Undang Merk Nomor 20/2016).

Pemeriksaan substantif dilaksanakan setelah permohonan pendaftaran merk memenuhi seluruh persyaratan administratif dipenuhi, apabila tidak terdapat keberatan, maka dalam jangka waktu paling lama tiga puluh hari terhitung sejak tanggal berakhirnya pengumuman akan dilaksanakan pemeriksaan substantif terhadap permohonan merk yang dimaksud. (Pasal 23 ayat 3 UUM No.20 /2016).

2. Mekanisme Pendaftaran KI secara *online* di DJKI Kementrian Hukum dan HAM

Pendaftaran merupakan salah satu syarat bagi pengusaha untuk melindungi produknya dari produk orang lain yang sejenis. Tujuannya untuk mendapatkan

sertifikat merk dan sebagai alat bukti di pengadilan apabila terjadi sengketa di kemudian hari.

Secara umum dikenal dua sistem pendaftaran Kekayaan Intelektua (KI) yaitu : (1) *First to file system*, dan (2) *First to use system*. *First to file system* yakni sistem pendaftaran ini didasarkan pada pendaftaran pertama, artinya jika ada dua orang mendaftarkan merk pada hari yang sama dengan obyek yang sama, maka pihak yang mendaftarkan terlebih dahulu yang diprioritaskan untuk diproses. Sedangkan *first to use system* didasarkan pada pengguna pertama, artinya pemilik KI yang akan didaftar adalah orang pertama yang menggunakan KI tersebut.

a. Prinsip pendaftaran bersifat teritorial

Sistem KI mengatur bahwa pendaftaran yang melahirkan perlindungan hukum bersifat teritorial, artinya perlindungan hukum hanya diberikan di tempat pendaftaran tersebut dilakukan. Sistem ini selaras dengan kedaulatan Negara di dalam hukum publik dimana keputusan yang dihasilkan oleh perangkat hukum administrasi negara tidak dapat dipaksakan berlaku di negara lainnya.

b. Prinsip jangka waktu perlindungan kekayaan intelektual adalah terbatas

Secara umum jangka waktu perlindungan KI tidak bersifat selamanya dengan kata lain bersifat terbatas. Cabang Kekayaan Intelektual pada merk dapat diperpanjang jangka waktu perlindungannya. Tujuan pembatasan perlindungan ini untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengakses kekayaan intelektual tersebut secara optimal melalui usaha-usaha pengembangan lebih lanjut dan sekaligus mencegah monopoli atas kekayaan intelektual tersebut.

c. Prinsip kekayaan intelektual yang berakhir perlindungannya menjadi domain publik (*public domain*)

Kekayaan intelektual yang telah berakhir masa perlindungannya akan menjadi milik umum (*public domain*), artinya semua orang berhak untuk mengakses KI tersebut. Setelah berakhirnya perlindungan hukum, pemegang KI tidak boleh

menghalangi atau melakukan tindakan seolah-olah masih memiliki hak eksklusif. (Utomo, 2010).

Hadirnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, memberikan kepastian hukum terhadap transaksi yang dilakukan melalui elektronik. Perkembangan hukum yang baru tersebut dapat dimanfaatkan oleh Kemenkum dan HAM dalam upaya meningkatkan pendaftaran KI secara *online*, dengan menggunakan sistem *e-filling* sebagaimana dilakukan oleh Dirjen Administrasi Hukum Umum Kementerian Hukum dan HAM (Ditjen AHU) dalam memberikan pelayanan di bidang pendirian badan hukum dan aktivitasnya.

Penerapan *e-filling* atau pendaftaran kekayaan intelektual secara *online* sangat sesuai dengan kondisi Indonesia yang merupakan negara kepulauan, dengan kondisi geografis yang luas dan terpencar. Pelayanan secara *e-filling* akan sangat efektif dan efisien guna meningkatkan jumlah permohonan dalam negeri dan meningkatkan perlindungan KI di tanah air. Permohonan KI secara *e-filling* merupakan suatu kebutuhan untuk meningkatkan pendaftaran KI di Indonesia. Merk yang sudah terdaftar di DJKI memperoleh perlindungan selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan merk. Masa perlindungan itupun dapat diperpanjang.

3. E-Filling Permohonan Merk

Proses pendaftaran merk secara *online* mulai 17 Agustus 2019 DJKI sudah menyediakan fasilitas yang memungkinkan pendaftaran KI secara *online*. Data yang dimasukkan :

- a. Jenis permohonan yang akan didaftarkan (UMKM/Non UMKM)
- b. Jenis merk yang akan didaftarkan
- c. Nama merk/, deskripsi warna, disclaimer, logo, data pemohon
- d. Scan surat pernyataan Kepemilikan
- e. Scan KTP
- f. Scan Pengalihan hak

- g. Scan Surat Prioritas
- h. Scan Akta pendirian Badan Hukum yang disahkan notaris, jika permohonan atas nama badan hukum;
- i. Scan Surat Kuasa (apabila permohonan pendaftaran melalui Kuasa).

4. Pendaftaran hak merk secara *online*

Pengajuan pendaftaran merk secara online bisa dilakukan melalui aplikasi merk yang disediakan oleh DJKI. Langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sbb:

- a. Sebelum memakai aplikasi merk, pengguna wajib memesan kode billing (nomor pembayaran) di Simpaki
- b. Untuk memesan kode billing, buka situs simpaki.dgip.go.id dan isi kolom yang tersedia
- c. Setelah pemesanan kode billing dilakukan, lakukan pembayaran
- d. Setelah itu login ke aplikasi Merek
- e. Jika belum punya akun Aplikasi Merk, lakukan registrasi akun/aktivasi *e-filing* terlebih dahulu
- f. Aplikasi merk sudah terintegrasi dengan Simpaki untuk pengecekan kode billing
- g. Setelah login ke aplikasi, masukkan data permohonan merk, kemudian submit data permohonan *online*
- h. Data permohonan yang sudah disubmit dapat dicetak dan akun dicek oleh petugas
- i. Panduan lengkap pengajuan permohonan lewat aplikasi merk bisa diakses melalui link ini.
- j. Panduan lengkap penggunaan *e filing* dapat dilihat melalui link ini.

5. Tarif Pendaftaran Hak Merk Bagi UMKM dan Umum

Ketentuan tarif pendaftaran hak Merk di DJKI telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019, dimana tarif tersebut termasuk dalam kategori Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP). Besaran tarif pendaftaran hak merk dibedakan berdasarkan pemohon, yakni umum atau UMKM dan sarana pengajuannya bisa *online* maupun *off line*, dengan tarif sbb :

- a. Untuk UMKM Rp. 500.000 secara *online*, dan manual/*off line* Rp.600.000,-
- b. Untuk umum Rp. 1.800.000 secara *online*, dan manual/*off line* Rp.2.000.000,-

Informasi lebih lengkap soal ketentuan tarif pendaftaran hak merk di DJKI bisa diakses di link ini.

6. 1. Kesimpulan

Perlindungan hak atas merk sangat penting bagi para pengusaha UMKM sebagai pelaku bisnis di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati, karena memberikan manfaat akan kepastian hukum dalam menumbuhkan kesadaran mendaftarkan merk. Pemahaman para pengusaha UMKM di Kecamatan Juwana Kabupaten Pati tentang Kekayaan Intelektual khususnya hak atas merk sangat minim sekali, sehingga banyak produknya yang ditiru baik terkait merk, komposisi oleh orang lain terkait kesamaan/ kemiripan secara keseluruhan dan /atau kesamaan/kemiripan pada pokoknya saja.

6.2. Saran

Perlu kerja sama antara pemerintah (DJKI, Pemda/ Pemerintah Daerah), Dinas terkait/ Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Perguruan Tinggi dan pelaku usaha serta konsumen dalam mewujudkan perlindungan hukum bagi para pihak pemegang merk melalui sosialisasi secara terintegrasi.

DAFTAR PUSTAKA

Indriyanto Agung , Iرنie Mela Yusnita, 2017, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta, Rajawali Press, PT RajaGrafindo Persada.

Jened Rahmi, 2015, *Hukum Merk, Trademark Law Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Prenanda Media Grup.

Robert G. Bone, 2006, “*Hunting Goodwill: A History of the Concept of Goodwill in Trademark Law*”, Boston University Law Review, (Vol.86:547), halaman 554 dalam Agung Indriyanto, Iرنie Mela Yusnita, 2017, *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*, Jakarta, Rajawali Press, PT Raja Grafindo Persada.

Guidelines For Examination of Europe Union Trademarks, 2016, Part C Opposition, Section 2, Chapter 4.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Agreement On Trade-Related Aspects Of Intellectual Property Rights (Trip’s)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

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

Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019