

# **Peningkatan Pemahaman Masyarakat Mengenai Merek Terhadap Makanan Khas/Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek**

SUHENDRO<sup>1</sup>, DEVIE RACHMAT<sup>2</sup>, ADE PRATIWI SUSANTY<sup>3</sup>

Universitas Lancang Kuning  
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai  
E-mail : suhendroadvokat@yahoo.com

**Abstract:** The problem that is found in community service activities is the lack of public understanding of brands towards traditional / traditional foods based on Law Number 20 Year 2016 About Brands. The solution offered in this service activity is to increase public understanding of brands based on Law Number 20 Year 2016 Regarding Trademarks. The method of carrying out this community service activity is to use lecture, dialogue and discussion methods in the context of legal counseling on increasing public understanding of brands towards traditional / traditional foods based on Law Number 20 Year 2016 Regarding Trademarks. Participation partners in community service activities are residents / communities in the Tangkerang Utara Kelurahan, Pekanbaru City, contributing to provide a place along with supporting facilities for the implementation of activities and presenting residents as participants. The target outputs from the community service activities are scientific articles that have been submitted to national journals, as well as part of the Tri Dharma implementation of tertiary institutions. The conclusion is that this activity has been successfully carried out and the benefits can be felt directly by the participants. This can be seen from the answers of the participants in the questionnaire given after the activity was carried out. After the activity was carried out, 88% of participants answered that they already knew the material presented. The suggestion is that activities with this theme should be carried out sustainably for people who have businesses.

**Keywords:** *Brand; Intellectual Property Rights*

Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur yang merata secara material dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi ini diharuskan dapat mendukung tumbuh dan berkembangnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka ragam produk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Janus Sidabalok, 2010).

Perkembangan arus globalisasi telah membawa banyak perubahan dalam hal berbagai bidang kehidupan. Terutama dalam lalu lintas perdagangan yang kian kompleks permasalahannya. Dalam berbagai fenomena aspek hukum menjadi sesuatu yang krusial karena tuntutan

berbagai kebutuhan yang mengedepankan aspek legal. Hal ini tentunya akan semakin menarik karena trend pasar global semakin kencang. Perdagangan merupakan faktor yang sangat penting bagi setiap negara. Oleh karena itu, sangat diperlukan merek. Untuk mewujudkan ketertiban dan keadilan di bidang perdagangan.

Dunia usaha yang penuh dengan persaingan telah mendorong para pelaku usaha untuk terus meningkatkan usahanya baik dalam hal peningkatan pendapatan perusahaan maupun dalam hal peningkatan pelayanan terhadap konsumennya. Peningkatan pelayanan kepada konsumen bertujuan agar barang yang diproduksi perusahaan dapat diminati oleh konsumen. Untuk meningkatkan pelayanan ini akhirnya suatu perusahaan termotivasi untuk

membuat produk-produk baru. Pembuatan produk-produk baru ini lahir dari suatu pemikiran dan ide-ide ini dianggap berharga sehingga perlu dilindungi. Perlindungan ini ditujukan untuk menghindari informasi yang berharga dimanfaatkan oleh kompetitor dari perusahaan tersebut untuk saling menjatuhkan. Perlindungan yang diberikan adalah dalam bentuk perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI). HKI dipandang sebagai aset yang berharga dari perusahaan, karena dengan adanya perlindungan HKI ini, berarti memberikan hak eksklusif bagi pemegang hak untuk memanfaatkan, menggunakan, dan memberikan hak tersebut pada pihak lain.

Merek merupakan sebagai penanda suatu barang/jasa untuk membedakannya dengan barang/jasa yang lain. Merek sebagai representasi atas reputasi produknya dan penghasil dari produk barang/jasa. Konsumen akan lebih mudah untuk mengingat suatu barang/jasa dan mengetahui barang/jasa yang diinginkannya secara spesifik Merek dalam hal ini juga berfungsi sebagai alat promosi bagi produsen barang/jasa untuk menjajakan produk dengan merek yang telah didaftarkan tersebut.

Adanya merek, produsen hanya tinggal menyebut merek produk beserta keunggulan-keunggulannya dalam iklan yang dibuatnya tersebut, tanpa harus menyebutkan identitas yang merupakan pembeda dari produk lain yang sejenis. Walaupun terlihat sekilas tidak penting, merek merupakan salah satu aset hak kekayaan intelektual perusahaan yang harus dilindungi oleh perusahaan dengan cara didaftarkan. Merek yang telah didaftarkan dapat digunakan sebagai alat bukti di pengadilan bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan. Alat bukti tersebut berupa Sertifikat Merek yang diterbitkan oleh Menteri Hukum dan HAM. Alat bukti ini dapat dijadikan sebagai dasar penolakan dan mencegah pihak lain memakai merek yang sama secara keseluruhan atau sama

pada pokoknya untuk barang/jasa yang sejenis. Pemilik merek terdaftar tersebut berhak untuk mengajukan gugatan pembatalan merek ke Pengadilan Niaga, melaporkan tindakan pembajakan merek sebagai tindak pidana, dan melakukan penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa lainnya.

Khalayak sasaran pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Kelurahan Tangkerang Utara Kota Pekanbaru. Dari observasi awal dan wawancara yang dilakukan dengan lurah Tangkerang Utara, diketahui bahwa sebagian besar masyarakat daerah tersebut mempunyai usaha makanan khas/tradisional belum memahami pentingnya merek yang berkaitan dengan usaha atau bisnis yang sedang dijalankan karena berhubungan dengan nilai ekonomi yang berguna dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, perlu diadakannya penyuluhan hukum yang berjudul "*Peningkatan Pemahaman Masyarakat Mengenai Merek Terhadap Makanan Khas/Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek*".

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan menggunakan metode ceramah, dialog, dan diskusi dalam rangka penyuluhan hukum tentang peningkatan pemahaman masyarakat mengenai merek terhadap makanan khas/tradisional berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek".

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan melakukan observasi awal ke Kantor Lurah Tangkerang Utara Kota Pekanbaru menggali beberapa informasi mengenai kondisi masyarakat. Setelah itu, melakukan wawancara dengan Lurah mencari tau

permasalahan yang sering dihadapi oleh masyarakat.

Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu Lurah Tangkerang Utara Kota Pekanbaru berkontribusi menyediakan tempat beserta fasilitas penunjang untuk pelaksanaan kegiatan dan menghadirkan masyarakat sebagai peserta kegiatan.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan membagikan kuisisioner sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan untuk mengukur tingkat pengetahuan masyarakat. Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diukur dari jawaban masyarakat pada kuisisioner yang diberikan sesudah pelaksanaan kegiatan, serta antusias peserta yang mengikuti kegiatan dan banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh para peserta..

## HASIL

Pemahaman peserta kegiatan pengabdian masyarakat sebelum dilakukan penyuluhan hukum

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 22 Juni 2020, jam 14.00 WIB bertempat di Kelurahan Tangkerang Utara. Pelaksanaan penyuluhan menggunakan metode ceramah dan dialog. Sesi pertama menggunakan metode ceramah. Pemateri menyampaikan bahan/materi dalam bentuk slide power point tentang Peningkatan Pemahaman Masyarakat Mengenai Merek Terhadap Makanan Khas/Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek. Peserta menyimak materi yang disampaikan pemateri. Peserta terlebih dahulu diberikan kuisisioner dengan beberapa pertanyaan tentang merek, baru kemudian peserta mendapatkan materi penyuluhan. Jawaban yang benar pada kuisisioner itu terdapat pada materi yang disampaikan pemateri. Tujuan dari pemberian kuisisioner di awal penyampaian materi ialah mengukur pengetahuan peserta.

Evaluasi penyuluhan menggunakan metode kuisisioner/angket berjumlah 15 (lima

belas). Tim penyuluhan menyebar 15 (lima belas) kuisisioner kepada peserta dan peserta menjawab pertanyaan dalam kuisisioner itu dengan cara menyilangi atau melingkari jawaban yang benar. Kuisisioner dibagi dua kali, yaitu sebelum dan sesudah materi disampaikan. Tujuannya ialah untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta pada saat materi sebelum dan sesudah disampaikan. Kuisisioner pertama diawali dengan pertanyaan tentang 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 disebut sebagai apa. Pilihan jawaban atas pertanyaan tersebut adalah a. Hak Cipta dan b. Merek, hanya 25% (dua puluh lima persen) peserta menjawab dengan benar. Peserta banyak yang beranggapan bahwa yang menjadi tanda yang dapat ditampilkan adalah hak cipta, hal ini terlihat dari hasil kuisisioner dimana hampir 75% (tujuh puluh lima persen) peserta menjawab pilihan A. Jawaban yang benar untuk pertanyaan ini adalah B.

Pertanyaan kedua adalah untuk mengukur pengetahuan peserta tentang apabila merek telah didaftarkan oleh pemohon maka menteri akan menerbitkan sertifikat merek. Pilihan jawaban atas pertanyaan ini adalah a. Menerbitkan sertifikat Merek dan b. Hanya sebagai syarat formalitas saja. Jawaban yang benar adalah (A) Menerbitkan sertifikat Merek. Lebih dari setengah peserta yang menjawab benar untuk pertanyaan yang kedua tersebut, dilihat dari hasil kuisisioner 56% (lima puluh enam persen) peserta yang menjawab benar dan hanya 44% sebagai syarat formalitas saja.

Pertanyaan selanjutnya adalah tentang jangka waktu perlindungan dan perpanjangan merek terdaftar. Pilihan

jawaban untuk pertanyaan ini a. 10 Tahun dan b. 2 Tahun. Jawaban yang benar adalah (A) 10 tahun, hanya 31% (tiga puluh satu persen) peserta yang menjawab dengan benar.

Sebanyak 69% (enam puluh persen) peserta berpendapat bahwa jangka waktu perlindungan merek dan perpanjangannya, jawaban yang benar seharusnya adalah jangka waktu perlindungan merek yaitu 10 Tahun.

Pertanyaan berikutnya dari kuisisioner yang dibagikan kepada peserta adalah menyangkut merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya disebut. Pilihan jawabannya adalah (A) Karyawan, dan (B) Merek Dagang. Jawaban yang benar adalah (B) merek dagang, hanya 37% (dua puluh tujuh persen) peserta menjawab dengan salah.

Adapun merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya disebut sebagai merek dagang.

Pertanyaan terakhir permintaan pendaftaran Merek yang diajukan kepada Menteri disebut sebagai permohonan. Jawaban yang disediakan untuk pertanyaan ini (A) Jasa, (B) Permohonan, sebanyak 63% (enam puluh tiga persen) peserta menjawab dengan benar.

Secara keseluruhan tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap Merek masih rendah, masih banyak peserta yang belum memahami pentingnya Merek terkait dengan nama suatu produk terutama makanan khas/ tradisional. Pertanyaan yang memperoleh persentase jawaban benar tertinggi tidak lebih dari 69% (enam puluh persen) untuk kuisisioner nomor 4 (empat) dan 5 (lima), dan jawaban salah tertinggi sebesar 75% (tujuh puluh lima persen) untuk kuisisioner nomor 1 (satu)

Pemahaman peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat setelah dilakukan penyuluhan hukum

Peningkatan pengetahuan peserta kegiatan tentang peningkatan pemahaman masyarakat mengenai merek terhadap makanan khas/tradisional dapat diukur setelah dilakukan penyuluhan hukum. Kuisisioner yang diberikan sebelum penyuluhan hukum, diberikan kembali kepada peserta kegiatan untuk diukur perbedaan sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan.

Setelah pemberian materi dan penyuluhan dilakukan, terjadi peningkatan pengetahuan peserta, hal ini dikarenakan peserta menyimak dengan baik materi yang diberikan pada saat penyuluhan sehingga pada umumnya peserta pada saat menjawab kuisisioner sudah mengetahui jawabannya. menunjukkan bahwa pemahaman peserta mencapai di atas 80% (delapan puluh persen) dari 5 (lima) pertanyaan kuisisioner. Jawaban yang benar paling tinggi 88% (delapan puluh persen) pada pertanyaan kuisisioner 4 (empat) dan 5 (lima), sedangkan jawaban benar yang paling rendah 63% (enam puluh tiga persen) pada pertanyaan kuisisioner 1 (satu).

Ketercapaian target kegiatan

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini dapat dijadikan sebagai landasan dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi masyarakat di Kota Pekanbaru, dalam hal ini yaitu Kelurahan Tangkerang Utara Kota Pekanbaru.: 1) Terhadap permasalahan mitra yang terkait dengan minimnya pengetahuan mitra tentang merek terhadap makanan khas/tradisional. 2) Terhadap permasalahan mitra yang terkait dengan kurangnya pemahaman mitra terkait alasan diperlukannya merek dan cara pengalihan merek kepada orang lain.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini telah mencapai target yang direncanakan pada poin 1 sampai poin 2 di atas. Pada poin 1, mengatasi ketidaktahuan mitra telah

dilakukan kegiatan penyuluhan hukum tentang merek. Berdasarkan pengakuan mitra dalam kegiatan, mereka jadi lebih memahami arti pentingnya merek terhadap makanan khas/tradisional terkait dengan usaha yang mereka miliki.

Pada poin 2, terkait dengan kurangnya pemahaman peserta tentang alasan diperlukannya merek dalam usaha mereka cara pengalihan merek kepada orang lain, pemateri telah melakukan dialog kepada mitra dengan memberikan pengetahuan yang benar tentang masalah merek.

## PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat mengenai Merek Terhadap Makanan Khas/Tradisional Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek secara positif oleh khalayak sasaran. Antusiasme khalayak sasaran cukup baik. Hal ini dapat dilihat terdapat beberapa yang menyampaikan pertanyaan seputar merek. Tercatat selama kegiatan pengabdian ini berlangsung, ada 3 (tiga) pertanyaan yang diajukan oleh khalayak sasaran, yaitu sebagai berikut:

Salah seorang ibu yang merupakan warga kelurahan tangkerang utara, menanyakan mengenai hak atas Merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan, pertanyaan ini dijawab oleh tim pengabdian Bahwasannya berdasarkan Pasal 41 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 menyatakan : "a.pewarisan; b . wasiat; c. wakaf; d . hibah; e. perjanjian; atau f. sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Pertanyaan berikutnya mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan , pertanyaan ini dijawab oleh tim pengabdian merek tidak dapat didaftar jika: bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum; sarna dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang danjatau jasa yang dimohonkan pendaftarannya; memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang

asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang danjatau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang danjatau jasa yang sejenis; memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang danjatau jasa yang diproduksi; tidak memiliki daya pembeda; dan / atau merupakan nama umum dan./atau lambang milik umum.

Pertanyaan berikutnya mengenai cara permohonan perpanjangan merek, pertanyaan ini dijawab oleh tim pengabdian bahwasannya Permohonan perpanjangan diajukan secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya. Permohonan perpanjangan dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.

## SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai merek terhadap makanan khas/tradisional setelah dilakukan ceramah, tanya jawab dan penyebaran kuisioner sebelum dan setelah ceramah telah terlaksana dengan baik, hal ini terbukti dengan meningkatnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat Kelurahan Tangkerang Utara yang menjadi peserta pada kegiatan tersebut tentang merek. Pengabdian kepada masyarakat ini juga telah disambut dengan baik oleh masyarakat dengan antusias peserta penyuluhan dalam menanggapi materi yang disampaikan oleh penyuluh pada kegiatan tersebut.

Sebaiknya pengabdian kepada masyarakat dengan tema ini dapat ditindak lanjuti dengan pengabdian berikutnya yang bermuatan tata cara secara teknis

pendaftaran merek sehingga lebih paham dan mengerti hal-hal yang diperlukan dalam pendaftaran merek dan perlu adanya kerjasama kemitraan yang baik antara masyarakat dengan pemerintah dan institusi lainnya dalam peningkatan pemahaman khalayak sasaran akan hukum.

John Pieris dan Wiwik Sri Widiarty, 2007, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*, Pelangi Cendika, Jakarta.

Undang- Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## DAFTAR RUJUKAN

Ahmad M. Ramli, 2000, *HAKI Teori Dasar Perlindungan Rahasia Dagang*, Mandar Maju, Bandung.

Rachmadi Usman, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Bandung:P.T. Alumni, Bandung.

Adrian Sutedi, 2009, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta.

Achmad Zen Umar Purba, 2005, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIPs*, PT Alunmi, Bandung.

H. OK Saidin, 2010, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Tomi Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual di Era Global*, Graha Ilmu, Yogyakarta

Muhamad Firmansyah, 2008, *Tata Cara Mengurus HaKI*, Visimedia, Jakarta.

Hermansyah, 2008, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.

Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.