

Sosialisasi Cara Mendaftarkan Merek Dagang di Kedisan Kintamani

I Gede Agus Kurniawan
Universitas Pendidikan Nasional

Keywords :

How to Register;
Tademark,
Socialization.

Corespondensi Author

Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial,
Universitas Pendidikan Nasional,
Denpasar
Email:
gedeaguskurniawan@undiknas.ac.id

Abstract: *Since the Covid-19 pandemic, many new businesses have emerged in the community, including those in rural areas. In order to show the identity and uniqueness of the traded products it has, a trademark is made. The problem is that this mark requires registration first in order to get legal protection. The method of activities carried out is by observation and socialization. As a result, the public can follow suit regarding how to create a trademark and the stages in registering the mark.*

Abstrak: Sejak pandemi Covid-19 banyak usaha baru yang muncul di masyarakat termasuk masyarakat di pedesaan. Guna menunjukkan identitas maupun kekhasan produk dagang yang dimilikinya maka dibuatkanlah merek dagang. Permasalahannya adalah merek ini membutuhkan pendaftaran terlebih dahulu agar mendapat perlindungan hukum. Metode kegiatan yang dilakukan adalah dengan observasi dan sosialisasi. Hasilnya masyarakat dapat mengikutinya terkait cara membuat merek dagang serta tahap-tahap dalam melakukan pendaftaran mereknya.

Pendahuluan

Kekayaan Intelektual berfungsi dalam membagikan perlindungan hukum atas kepemilikan karya intelektual baik yang sifatnya komunal ataupun personal yang ialah basis pengembangan ekonomi kreatif. Pelindungan kekayaan intelektual karenanya jadi bagian berarti dalam pembangunan nasional ke depan serta berkontribusi secara signifikan dalam pertumbuhan perekonomian Nasional ataupun Internasional. Indonesia selaku negara berkembang wajib sanggup mengambil langkah- langkah yang pas buat bisa mengestimasi seluruh pergantian serta pertumbuhan dan kecenderungan global sehingga tujuan nasional bisa tercapai. Salah satu langkah berarti yang dicoba merupakan memasyarakatkan serta melindungi kekayaan intelektual. Uraian serta pemanfaatan kekayaan intelektual bisa dicapai dengan bermacam tipe data tentang kebijakan, peraturan, pertumbuhan terbaru serta aplikasi pelaksanaannya. Pelindungan kekayaan intelektual sudah jadi kebutuhan untuk owner merk yang sangat dibutuhkan. (Intelektual, 2019)

Sebagai salah satu negara yang terdampak Covid-19, Indonesia mengalami dampak di beberapa sektor kehidupan seperti sektor kesehatan, pendidikan, sosial dan ekonomi. (Putra, I Gede Agus Arya Adi; Luh Gede Kusuma, 2021) Sektor yang paling terdampak akibat Covid-19 yaitu sektor sosial dan ekonomi. sebagai salah satu desa yang terdampak akibat pandemi yaitu di desa Kedisan Bangli, Bali. Desa ini terkenal dengan lokasinya yang sangat elok yakni di pinggir danau Batur. Hampir sebagian besar masyarakat desa disini dominan bekerja di bidang pertanian dan bekerja pada sektor pariwisata. Sejak pandemi banyak karyawan-karyawan dalam bisang pariwisata yang terkena kebijakan dirumahkan atau Work From Home (WFH). Hal ini tidak menyurutkan mereka berhenti mencari penghidupannya. Semenjak itu banyak bermunculan usaha masyarakat dalam ekonomi kreatif. Seperti misalnya membuka usaha fashion, makanan atau kuliner dan usaha kreatif lainnya. Banyak bermunculan

produk dari usaha-usaha tersebut, dan tidak sedikit yang menggunakan nama merek dagang pada produk yang dihasilkannya.

Merek dagang yang dimiliki oleh para pelaku usaha di desa tersebut belum mengerti terkait kekayaan intelektual yang disebut dengan merek. Apa yang disebut merek dan bagaimana cara mendaftarkan merek produknya agar mendapat perlindungan hukum.

Metode

Adapun beberapa metode dalam melaksanakan program sosialisasi yaitu:

1. Metode Observasi:

Langkah ini sangat penting dilakukan untuk menggali informasi terkait permasalahan ataupun persoalan-persoalan yang ada pada kenyataannya di masyarakat yang disasar.

Hal ini penting untuk mengetahui lebih jelas tujuan kegiatan yang ingin dicapai, dan selanjutnya melanjutkannya pada kegiatan kedua.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah agar masyarakat memahami merek dan cara mendaftarkannya. Kegiatan ini dilakukan berawal dari permintaan dari pihak Desa Kedisan, Kintamani Kab. Bangli kepada Undiknas. Berdasarkan surat permohonan tersebut kemudian ditindaklanjuti oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat untuk menugaskan dosen FHIS. untuk memberi pengabdian di bulan Nopember 2021.

2. Metode Persiapan

Pada tahapan persiapan ini dilakukan dengan mempersiapkan beberapa keperluan yang dibutuhkan program, diantaranya melaksanakan sudi kepustakaan.

Dalam studi kepustakaan dilakukan pencarian (*research*) bahan hukum tentang merek dan UU yang sebagai dasar hukumnya yaitu Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Bagaimana cara mempersiapkan sebelum mendaftarkan merek selanjutnya mendaftarkan merek tersebut ke Ditjen Kekayaan Intelektual. Kemudian, materi yang telah diperoleh disarikan dan diolah dengan power point. Ditambah juga beberapa bahan video dari Youtube.

3. Metode Sosialisasi

Pada saat tahapan ini dilakukan sosialisasi beberapa program yang telah disusun untuk disuguhkan kepada masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan ini.

4. Metode Pelaksanaan

Pada tahap ini, susunan tahapan yang dirancang diatas dilakukan secara bertahap. Kegiatan itu diawali dengan tahapan observasi, kemudian melakukan persiapan mencari sumber bahan atau materi dan mempersiapkan serta mempelajari dengan seksama. Menganalisa dan menyamakan antara permasalahan dalam masyarakat serta bahan yang akan dipakai sebagai materi. Selanjutnya, melakukan diskusi dengan masyarakat saran terkait dengan permasalahan dan hal-hal yang perlu diketahui serta dilakukan oleh para pelaku usaha. Kemudian, kegiatan ini melakukan pengevaluasian program.

5. Metode Evaluasi

Pada metode ini adalah merupakan metode tahap akhir dari pelaksanaan program sosialisasi ini. Langkah yang dilakukan melakukan evaluasi terhadap hasil yang diperoleh dalam sosialisasi (edukasi) tersebut. Dalam pelaksanaannya apakah sasaran yang diinginkan tercapai dengan baik. Apakah masyarakat memahami cara membuat merek dagang serta tahap-tahap dalam melakukan pendaftaran mereknya

Hasil Dan Pembahasan Kekayaan Intelektual dan Merek

Manusia sebagai makhluk yang hampir sempurna ciptaan Tuhan dengan cipta karsanya yang kreatif sanggup melahirkan suatu karya- karya intelektual yang sangat memberikan nilai serta berguna untuk manusia dan kehidupannya. Karya- karya kreatif tersebut mempunyai nilai ekonomi (*economic value*) yang sanggup

meningkatkan kekayaan. Kekayaan yang bersumber dari kreativitas serta olah pikir intelektual manusia diucap selaku kekayaan intelektual.

Dalam ilmu hukum, kekayaan intelektual diklasifikasikan selaku bagian dari hukum harta barang (hukum kekayaan). Kekayaan Intelektual, khususnya yang berkaitan dengan haknya, dikelompokkan selaku hak kepunyaan perorangan yang sifatnya tidak berwujud (*intangible*). (Kurniawan, 2013)

Hak Kekayaan Intelektual bertabiat sangat abstrak dibanding dengan hak atas barang bergerak pada biasanya, semacam hak kepemilikan atas tanah, kendaraan, serta properti yang lain yang bisa dilihat serta berwujud. (Kurniawan, I Gede Agus; Sudharma, 2021) OK Saidin mengemukakan pengertian Hak Kekayaan Intelektual adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak, hasil kerja ratio, yaitu hasil kerja ratio yang menalar, dan hasil kerja itu berupa benda immateriil.¹ Sehubungan dengan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa hanya orang yang mampu mempekerjakan otaknya dengan kreatif yang dapat menghasilkan hak kebendaan yang disebut sebagai "*Intellectual Property Rights*."

Oleh karenanya, hasil kerja otak yang membuahkan hak atas kekayaan intelektual bersifat eksklusif serta memiliki proteksi hukum. Proteksi hukum dalam konteks Hak Kekayaan Intelektual terpisah antara Hak atas Kekayaan Intelektual itu sendiri dengan hasil material yang jadi wujud jelmaan raga dari Hak tersebut. Hak atas Kekayaan Intelektual merupakan ialah Hak atas Kekayaan yang tidak berwujud/ *intangible assets* ialah hak atas keahlian memakai otaknya secara kreatif, beratio serta bernalar sehingga menciptakan karya intelektual. Dalam kerangka Hak Kekayaan Intelektual, yang menemukan proteksi hukum (Hak Eksklusif) merupakan Hak- nya. Sedangkan itu, jelmaan dari Hak tersebut yang berbentuk barang secara raga ataupun barang berujud (barang materiil) menemukan proteksi hukum barang dalam jenis barang berwujud. Contohnya, raga novel atau buku. (OK Saidin, 2007)

Penegasan terkait kekayaan intelektual suatu benda tak berwujud juga dapat dipahami dalam pemahaman Insan Budi Maulana. Insan Budi Maulana yang mengemukakan bahwa *Intellectual property* termasuk ke dalam hukum kebendaan tidak berwujud (*intangible assets*), yang terdiri dari 2 (dua) bagian besar yaitu : (Maulana, 2009)

- a. *Industrial property rights* atau hak kekayaan industrial berkaitan dengan invensi, atau inovasi yang berhubungan dengan kegiatan industri yang meliputi paten, merek, desain industry, rahasia dagang (*trade secret* atau *know how*), dan sesain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuits*)
- b. *Copyrights* atau hak cipta yang memberikan perlindungan terhadap karya-karya seni, sastra, dan ilmu pengetahuan, contoh: film, lukisan, novel, program komputer, tarian dan sebagainya.

Tomi Suryo Utomo, berpendapat bahwa kekayaan intelektual berhubungan erat dengan barang tidak berwujud dan melindungi karya intelektual yang lahir dari cipta, rasa serta karsa manusia. (Utomo, 2010) Richard A. Mann & Barry S. Roberts menyatakan bahwa *Intellectual Property is an economically significant type intangible personal property that includes trade secrets, trade symbols, copyrights, and patents. These interests are protected from infringement or unauthorized use by others,*

Balew Mersha & Gram/ Hiwot Hadush mengemukakan kalau kekayaan intelektual, sangat luas, yaitu sesuatu properti yang dihasilkan dari kegiatan intelektual di bidang industri, ilmiah serta artistik, sehubungan dengan kekayaan tersebut negara akan melindunginya lewat undang- undang. Tujuan perlindungannya, pada awalnya dimaksudkan untuk membagikan proteksi hukum kepada hak moral serta ekonomi dari para pencipta dalam ciptaan mereka serta hak- hak publik buat mengakses kreasi tersebut, dan yang kedua merupakan buat mempromosikan kreativitas serta penyebaran serta pelaksanaan hasil kreativitas manusia serta buat mendesak perdagangan yang adil yang hendak berkontribusi pada pembangunan ekonomi serta sosial. Secara universal, undang- undang di bidang kekayaan intelektual bertujuan buat melindungi para pencipta, penemu ataupun owner kekayaan intelektual yang lain dan produsen benda serta jasa intelektual yang lain dengan berikan mereka hak- hak terbatas waktu tertentu buat mengendalikan pemakaian yang terbuat dari penciptaan tersebut.

Berdasarkan ketentuan pasal 2 ayat (2) Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek meliputi Merek Dagang dan Merek Jasa. Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Sedangkan, Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

Selain Merek Dagang dan Merek Jasa, Undang-Undang juga mengatur tentang Merek Kolektif. Merek Kolektif adalah Merek 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 hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Dari pengertian Merek dapat dikemukakan bahwa salah satu unsur mutlak sesuatu dapat didaftarkan sebagai Merek adalah adanya tanda, yaitu apabila tanda atau *sign*² yang dipakai mempunyai daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*). Daya pembeda maksudnya bahwa tanda yang dipakai mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Dalam kegiatan pariwisata misalnya wisatawan bisa mengenali Merek hotel tertentu dari tanda yang berupa *smell* atau *aroma*, beberapa negara tertentu telah memasukkan *smell* atau *aroma* sebagai tanda pembeda. (Janed, 2010) Sehingga *smell* / *aroma* menjadi bagian dari Merek.. Dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2016 memperluas merek yang akan didaftarkan. Di antaranya penambahan merek 3 dimensi, merek suara, dan merek hologram.

Peran Merek Sangat Penting

Peranan merek menjadi sangat penting di era global, terutama dalam menjaga persaingan sehat.³ Merek pada hakikatnya dipakai oleh pemilik merek atau produsen untuk melindungi produk-produk yang dihasilkannya. Dapat dikatakan bahwa merek memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut :

1. Fungsi Pembeda : membedakan produk dengan perusahaan lain.
2. Fungsi Jaminan Reputasi: merek dapat menghubungkan reputasi produk bermerek dengan produsennya.
3. Fungsi Promosi: merek sebagai suatu sarana memperkenalkan suatu produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang menguasai pasar.
4. Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri : merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal dalam menghadapi mekanisme pasar bebas. (Mohamad et al., 2012)

Negara-negara maju yang sudah memasukkan *Kemasan* dan *Smell* sebagai Merek adalah negara Jepang. Negara ini dapat menerima kemasan sebagai Merek, begitu pula melalui *Trademark Act* 1994 Inggris dapat menerima *aroma* sebagai Merek. Perlindungan hukum terhadap Merek diberikan melalui proses pendaftaran Merek yaitu menganut Sistem konstitutif. Sistem Konstitutif maksudnya bahwa hak atas Merek diperoleh karena proses pendaftaran, yaitu pendaftar merek pertama yang mendapat/ berhak atas merek. (Ketut et al., n.d.)

Berkaitan dengan perlindungan merek, pada awalnya ada dua sistem pendaftaran, yaitu sistem Konstitutif dan sistem Deklaratif. Sistem pendaftaran konstitutif adalah suatu sistem pendaftaran yang akan menimbulkan suatu hak sebagai pemakai pertama pada merek. Sedangkan pendaftaran dengan stelsel deklaratif adalah suatu sistem pendaftaran yang hanya akan menimbulkan dugaan saja akan adanya hak sebagai pemakai pertama pada merek yang bersangkutan. Sistem Konstitutif berdasarkan pada pendaftar pertama (*first to file principle*), sedangkan sistem Deklaratif adalah hak atas Merek diperoleh karena pemakaian pertama walaupun tidak didaftarkan (*first to use principle*). Dalam perkembangannya Sistem Deklaratif dianggap kurang menjamin kepastian hukum, serta dapat dianggap menimbulkan hambatan dan persoalan dalam bidang usaha, karena perlindungan hukumnya hanya mendasarkan pada orang yang menggunakan merek terlebih dahulu, atau pemakai merek pertama. Oleh karenanya dalam hukum Merek sekarang ini dianut sistem Konstitutif (*First to File*) yang lebih memberikan jaminan perlindungan hukum. (Ni Ketut Supasti, Dharmawan; Desak Putu Dewi, Kasih; Anak Agung Ari, Atu Dewi; I Gede Agus, Kurniawan; AA Gede Dwira Hadi, Santosa; Pande, 2020)

Mempersiapkan Merek dan Mendaftar di DJKI

Mempersiapkan Merek

Beberapa hal yang penting dicermati bagi para pelaku usaha UMKM dalam mempersiapkan merek dagang yang bisa didaftarkan dan dilindungi oleh undang-undang, diantaranya:

1. Buatlah sesuatu yang berbeda dari Merek yang akan dibuat

Karena setiap orang termotivasi untuk menciptakan produk yang ingin mereka gunakan, maka penting bagi pemilik bisnis untuk membuat produk yang unik, mudah dipahami, dan lebih menguntungkan daripada yang telah dikembangkan. Memahami bahwa merek adalah alat yang digunakan untuk meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang diperoleh seseorang atau badan hukum dalam melakukan perdagangan barang dan/atau jasa, maka merek Anda juga harus memiliki kedudukan hukum. Namun, agar lebih mudah dikenali, buatlah duplikat dari apa yang sudah diketahui. Karena jika Anda terlihat seperti orang lain, itu bisa menjadi indikasi bagi DJKI bahwa Anda perlu membersihkan tindakan Anda.

2. Yakinkan dan pastikan Merek yang dibuat sesuai ketentuan yang ada

Langkah awal dalam melakukan permohonan pendaftaran merek sebelumnya harus memastikan bahwa merek yang akan didaftarkan bukan termasuk kedalam kategori merek yang melanggar ketentuan. Ada beberapa hal yang patut diketahui bahwasanya menurut ketentuan perundang-undangan merek tidak dapat didaftar jika :

- bertentangan dengan ideologi/perundang-undangan yang berlaku.
- hanya menyebut barang yang dimohonkan pendaftarannya.
- memuat unsur yang menyesatkan dan keterangan yang tidak sesuai.
- tidak memiliki daya pembeda.
- merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.
- mengandung bentuk yang bersifat fungsional.

Pendaftaran merek akan ditolak apabila merek tersebut sebagai berikut :

- Diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik
- Mempunyai persamaan dengan merek yang sudah terdaftar/merek terkenal milik pihak lain.
- Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, nama badan hukum milik orang lain, bendera, lambang atau simbol negara, lembaga nasional atau internasional, tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

3. Cek kembali sebelum didaftar.

Hal selanjutnya yang harus diperhatikan sebelum mendaftarkan merek adalah pengecekan merek. Proses pengecekan merek ini dilakukan untuk mengetahui apakah merek dagang Anda dapat didaftarkan atau

tidak. Pengecekan juga dilakukan dengan tujuan untuk menghindari penolakan pada saat mengajukan pendaftaran atau klaim yang diajukan oleh pihak lain karena kesamaan dengan merek terdaftar. Untuk melakukan pengecekan merek, Anda dapat mengunjungi halaman Database Kekayaan Intelektual dan ketikkan nama merek yang ingin Anda daftarkan. Jika Anda membutuhkan bantuan untuk melakukan pengecekan merek, Anda juga dapat menggunakan jasa Konsultan Hukum. Selanjutnya Anda dapat langsung mengunjungi halaman Pengecekan Merek.

4. Siapkan Dokumen Yang Dibutuhkan

Beberapa dokumen yang harus dipersiapkan terlebih dahulu oleh pemilik merek sebelum melakukan pendaftaran. Adapun beberapa dokumen tersebut adalah:

- Identitas Pemohon (KTP jika diajukan perorangan, salinan Akta, SK pendirian badan usaha, KTP Direktur Utama apabila diajukan atas nama badan usaha).
- Etiket/Label Merek.
- Surat kuasa (apabila diwakilkan pendaftarannya).
- Surat Rekomendasi UKM Binaan atau Surat Keterangan UKM Binaan Dinas (Asli) dan Surat Pernyataan UMK Bermaterai (khusus pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil).
- Bukti yang menunjukkan nama negara serta tanggal permintaan merek yang pertama kali didaftarkan dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.

5. Lakukan Permohonan

Mendaftarkan Merek

Pendaftaran merek diajukan kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.

Adapun persyaratan mutlak yang harus dipenuhi oleh pemilik merek agar mereknya dapat didaftar adalah bahwa:

- merek itu harus mempunyai daya pembeda yang cukup.
- Pendaftar berhak memiliki hak atas merek apabila telah memenuhi persyaratan pendaftaran baik secara administrasi maupun substantif dan
- disetujui pendaftaran permohonannya setelah melalui proses pemeriksaan baik pemeriksaan administrative maupun pemeriksaan substantif dan tidak ada keberatan dari pihak lainnya.
- Kepada pendaftar merek yang disetujui permohonannya oleh Direktorat Jendral Hak kekayaan Intelektual akan memperoleh Sertifikat Merek sebagai tanda bukti pendaftaran atas Merek.



Gambar 1: Presentasi

Berdasarkan pasal 1 angka 5 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, 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. Pendaftaran merek yang diajukan oleh pemohon tidak semuanya dapat diterima untuk didaftarkan. Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik (pasal 21 ayat (3) U.U. No. 20 Tahun 2016). Pendaftaran Merek akan ditolak karena alasan penolakan absolut dan penolakan relatif. Penolakan absolut tidak memungkinkan suatu merek didaftarkan, karena bersifat universal dan alasannya bersifat objektif. Alasan tersebut harus diketahui dan dimengerti oleh setiap pemeriksa merek. Ketentuan tersebut selalu tercantum dalam setiap perundang-undangan merek di banyak negara. Merek tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur berikut yaitu:

- a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Menurut penjelasan pasal 20 huruf e Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas. Tanda yang telah menjadi milik umum juga tidak dapat didaftar sebagai merek contohnya adalah tanda tengkorak diatas dua tulang yang bersilang, yang secara umum telah diketahui sebagai tanda barang bahaya, lambang "tanda racun" untuk bahan kimia, "lambang sendok dan garpu" untuk jasa restoran. Tanda seperti itu adalah tanda yang bersifat umum dan telah menjadi milik umum. (penjelasan pasal 20 huruf f).



Gambar 2: Suasana Tahap Presentasi



Gambar 3: Foto saat acara pembukaan kegiatan

Simpulan Dan Saran

Sangat terasa tekanan perekonomian yang disebabkan pandemi covid-19, hampir semua sektor terutama sektor pariwisata yang ada di Bali terkena dengan telak. Hampir sebagian besar masyarakat merasakan akibatnya. Para pekerja dan para pelaku UKM membanting setir atau merubah bisnisnya sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat saat pandemi. Dalam membuat produknya para UKM sebagian besar menggunakan merek produk sebagai suatu tanda agar produknya dikenal dan unik. Dengan adanya program kegiatan sosialisasi dapat memberikan tambahan pengetahuan terhadap masyarakat sasaran terkait pentingnya merek yang dimiliki dan pentingnya merek untuk didaftarkan agar mendapatkan perlindungan secara hukum sesuai Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Diharapkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi kali ini walaupun dalam situasi pandemi dapat mencapai masyarakat sasaran, sehingga bermanfaat bagi para pelaku usaha yang ada memiliki merek dalam promosi hasil produksinya.

Daftar Rujukan

- Intelektual, D. J. K. (2019). Modul KI Bidang Merek dan Indikasi Geografis. In *Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kemenkumham RI*. KEMENKUMHAM.
<https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt5850fd588be8e/undang-undang-nomor-20-tahun-2016?r=3&q=merek&rs=1847&re=2020>
- Janed, R. (2010). *Hak Kekayaan Intelektual Penyalahgunaan Hak Eksklusif*. Universitas Airlangga Press.
- Ketut, N., Dharmawan, S., Putu, D., Kasih, D., Agung, A., Ari, I., & Dewi, A. (n.d.). *TRADEMARK PROTECTION FOR SMALL-MEDIUM ENTERPRISES IN BALI: STRENGTHENING COMMUNITY-BASED TOURISM IN THE ERA OF FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION*.
- Kurniawan, I Gede Agus; Sudharma, K. (2021). Geographical Indication Protection of Tenun Gringsing Bali Fabric as A Society Cultural Heritage in Tenganan Pegringsingan. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 10(3), 458-470. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/authorDashboard/submission/75678>
- Kurniawan, I. G. A. (2013). Pengaturan Penghentian Pemakaian Indikasi Geografis Pada Merek Terdaftar Oleh Pihak Lain Yang Tidak Berhak (Studi Komparatif Beberapa Negara). *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 2(2), 44217.
- Maulana, I. B. (2009). *Politik dan Manajemen Hak Kekayaan Intelektual*. Alumni.
- Mohamad, F., Sutra, D. C., & Kusnawati, E. (2012). Pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sampah di Dukuh Mrican Sleman Yogyakarta. *Jurnal Health and Sport*, 5(03).
- Ni Ketut Supasti, Dharmawan; Desak Putu Dewi, Kasih; Anak Agung Ari, Atu Dewi; I Gede Agus, Kurniawan; AA Gede Dwira Hadi, Santosa; Pande, Y. S. (2020). *Hukum Kepariwisata Kekayaan Intelektual dan UMKM* (K. I Gede Agus (ed.)). Swasta Nulus.
- OK Saidin. (2007). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Rajawali Pers.
- Putra, I Gede Agus Arya Adi; Luh Gede Kusuma, D. (2021). Edukasi Pengelolaan Keuangan Keluarga Bagi Masyarakat Yang Terdampak Covid-19 Di Desa Batuaj. *PARTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 1–7.
- Utomo, T. Su. (2010). *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global Sebuah Kajian Kontemporer*. Graha Ilmu.
- Peraturan Perundang-undangan*
Undang – Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
Undang – Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek
Keputusan Presiden Nomor 97 Tahun 1999 Tentang Wilayah Pengadilan Niaga
Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek

Peraturan Presiden No. 20 Tahun 2005 Tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan dan Penyelesaian Banding Merek

Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2019 Tentang Jenis dan Tarif atas Penerimaan Bukan Pajak (PNBP) yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan HAM RI

Peraturan Menteri No. 12 Tahun 2019 Tentang Indikasi Geografis