

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Tentang Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual atau disingkat dengan “HKI” atau akronim “HaKI” ialah kata lain yang sering digunakan untuk Intellectual Property Rights (IPR) yaitu sebuah hak yang muncul dari kreativitas intelektual yang menciptakan produk atau proses bermanfaat bagi manusia atau bisa dikatakan juga sebagai hak untuk memperoleh nilai ekonomis hasil dari karya intelektual yang diciptakan. Definisi Hak atas Kekayaan Intelektual ialah Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum bagi kekayaan intelektual yang dimiliki baik oleh individu, kelompok, maupun entitas bisnis<sup>15</sup>. Menurut Edyson (HAKI) adalah hak yang memberikan jaminan hukum kepada pencipta dan penemu atas hasil kerja inovatif dan kreatif yang diciptakan<sup>16</sup>. Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) menjadi dasar yang sangat penting dalam beragam segi kehidupan yang modern, seperti teknologi, budaya, dan ekonomi. Perlindungan ini mencakup aneka ragam hasil karya intelektual, dari bidang seni, literatur, teknologi, trademark, rancangan industri, kerahasiaan perdagangan, hingga jenis tanaman unggul<sup>17</sup>. Konsep ini menyediakan apresiasi yang sangat berarti bagi para pencipta karena menyediakan hak istimewa atau

---

<sup>15</sup> Nanda Dwi Rizkia and Hardi Ferdiansyah, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, *Widina Bhakti Persada*, vol. 3, 2022, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

<sup>16</sup> David Edyson et al., “Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual,” *JLEB: Journal of Law Education and Business* 2, no. 2 (2024): 1055–64.

<sup>17</sup> VEENA PRASAD et al., “EDUCATIONAL PERSPECTIVE OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS,” *Russian Law Journal* 11, no. 2s (March 31, 2023), <https://doi.org/10.52783/rlj.v11i2s.585>.

eksklusif untuk memanfaatkan karya yang dihasilkan. Dalam bidang teknologi, HAKI, termasuk hak paten dan hak cipta, berperan sangat penting dalam mendorong kemajuan inovatif.

HKI adalah hak privat bagi seseorang yang menciptakan hasil karya intelektual. Kedudukan HKI saat ini sangat krusial untuk mendorong kemajuan ekonomi masyarakat, terutama bagi peneliti yang memiliki penemuan yang dapat diindustrikan dengan mendapat imbalan finansial dan sebagai media persaingan usaha.

Hak atas kekayaan intelektual merupakan bagian krusial dalam hukum bisnis yang memerlukan perhatian khusus karena melibatkan aspek teknologi, ekonomi, maupun aspek kesenian<sup>18</sup>. Hal ini muncul karena akibat dari adanya kemampuan berpikir seseorang sebagai fokus atau sasaran pengaturannya, di mana hak kekayaan intelektual ini pada prinsipnya merupakan hak kepemilikan individu yang tidak memiliki wujud fisik.

HKI bertujuan memperketat perlindungan serta implementasi regulasi hukum dalam ranah kekayaan intelektual yang terkait dengan aktivitas bisnis produk dan layanan, serta mempertajam regulasi terhadap produk-produk tiruan atau palsu<sup>19</sup>. Memperkuat jaminan perlindungan dan penerapan hukum dalam bidang Hak

---

<sup>18</sup> Zulfikri Zulfikri and Zulkarnaini Zulkarnaini, "Legal Protection of Intellectual Property Rights: What Is Urgency for The Business World?," *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 10, no. 1 (April 17, 2022): 12–25, <https://doi.org/10.29303/ius.v10i1.940>.

<sup>19</sup> Sheva Anneira Akbar, A. Mulia Rahmadinah Adnan, and Fikri Aiman Naufal Azmi, "Perlindungan Hukum Terhadap Hak Kekayaan Intelektual Di Era Digital," *Doktrin: Jurnal Dunia Ilmu Hukum Dan Politik* 2, no. 4 (June 18, 2024): 11–22, <https://doi.org/10.59581/doktrin.v2i4.3608>.

Kekayaan Intelektual (HKI) sangat penting untuk mendukung perdagangan barang atau jasa yang sehat serta melindungi inovasi dan kreativitas pemilik hak. Hal ini terkait erat dengan upaya memperketat aturan mengenai barang palsu atau barang bajakan yang beredar di pasar. Peningkatan perlindungan ini bertujuan untuk mengurangi pelanggaran hak cipta dan merek dagang, serta meningkatkan kepercayaan konsumen dan pelaku usaha terhadap produk asli.

Karakteristik dari hak kekayaan intelektual (HKI) adalah hak-hak ini dapat diperdagangkan, dilisensikan, dan diwariskan sebagaimana hak kepemilikan pada umumnya. Kepemilikan hak-hak tersebut bisa dipindahkan dengan dasar yang sah menurut hukum dan sesuai dengan regulasi perundang-undangan. Pencipta memiliki otonomi untuk memilih mengajukan atau tidak mengajukan pendaftaran karya intelektual yang dihasilkan, Sementara itu, penyerahan hak istimewa atau eksklusif kepada para pelaku industri kekayaan intelektual seperti kreator, penemu teknologi, desainer, dan lainnya. Ditujukan sebagai bentuk pengakuan atas buah karya kreativitas yang dihasilkan. Hak Kekayaan Intelektual memiliki kesetaraan dengan bentuk hak milik lainnya. Pemegang hak dapat memperoleh keuntungan maksimal dari hasil ciptaan yang awalnya berbentuk pemikiran atau gagasan yang telah mereka kembangkan dan wujudkan. Mereka juga berhak untuk menghalangi orang lain memakai, mengatur, atau membahayakan produknya tanpa mendapat izin terlebih dahulu.

Kemajuan sistem hak kepemilikan atas karya intelektual bergantung pada mekanisme pasar yang berjalan dengan baik untuk memajukan masyarakat. Dalam

sistem Hak Kekayaan Intelektual terdapat batasan-batasan khusus yang diberlakukan untuk menjaga kepentingan masyarakat. Sistem hak kekayaan intelektual mendorong terciptanya mekanisme dokumentasi yang optimal sehingga mampu menghindari munculnya karya atau penemuan yang serupa<sup>20</sup>. Diharapkan sistem Hak Kekayaan Intelektual dapat berperan dalam menumbuhkan budaya yang mampu membawa perubahan pada masyarakat dari posisi konsumen menjadi pengembang potensi pribadi, sehingga akan menghasilkan pencipta-pencipta baru. HKI tidak hanya mengakomodasi perlindungan kekayaan intelektual, namun juga memberikan jaminan supaya tidak melanggar HKI yang dimiliki pihak lain.

Adapun bidang yang tercakup dalam HKI yaitu:

1. Hak cipta, adalah hak istimewa yang diberikan secara spesifik kepada seorang pencipta atau pemilik hak cipta untuk mempublikasikan atau menggandakan hasil karya yang timbul secara langsung setelah karya tersebut selesai diciptakan dan tidak mengabaikan batasan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Menurut Pasal 12 Undang-Undang Hak Cipta Indonesia, objek yang dilindungi oleh hak cipta meliputi buku, perangkat lunak komputer, penyampaian ceramah, kuliah, orasi, atau karya sejenis lainnya yang direalisasikan secara verbal, sarana peraga untuk kepentingan pendidikan dan pengetahuan, karya penyiaran, pertunjukan,

---

<sup>20</sup> Salma Shadofa, "Intellectual Property Rights and Scientific Plagiarism," *International Journal of Law Research and Studies*, September 13, 2024, 31–40, <https://doi.org/10.59992/IJLRS.2024.v3n3p3>.

lagu dan rekaman, peta, karya fotografi, karya seni visual, terjemahan, gubahan, dan penafsiran meski hak cipta karya asli masih terjaga.

2. Hak atas Merek adalah hak istimewa yang dianugerahkan oleh pemerintah Kepada pemilik Merek yang sudah tercatat dalam rentang waktu yang ditentukan dengan memanfaatkan sendiri Merek tersebut atau mengizinkan pihak lain untuk memakainya. Hak Merek adalah wujud proteksi Hak Kekayaan Intelektual yang memberikan hak Istimewa kepada pemilik merek yang telah terdaftar untuk menggunakan sendiri merek tersebut dalam kegiatan komersial barang dan jasa. Tujuan pokok dari merek ialah Untuk membedakan antara produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan barang atau jasa serupa yang disediakan oleh perusahaan lain, merek berperan sebagai indikator yang menunjukkan asal-usul suatu produk atau layanan yang berkaitan dengan produsen yang bersangkutan.
3. Indikasi Geografis, meliputi tanda yang menunjukkan asal geografis suatu barang atau produk yang memiliki kualitas, reputasi, atau karakteristik tertentu karena faktor lokasi geografis tersebut.
4. Rancangan Industri, yang dimaksud dengan desain industri adalah suatu hasil kreativitas yang mencakup bentuk, komposisi garis, atau perpaduan warna. Ciptaan yang mendapat jaminan hukum sesuai Undang-Undang desain adalah karya dalam bentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memunculkan nilai daya tarik visual dan dapat diimplementasikan dalam

pembuatan barang industri serta produk kerajinan tangan. Hak desain industri dapat berpindah atau dipindahkan melalui warisan, pemberian, wasiat, kontrak tertulis atau alasan-alasan lain yang diperbolehkan oleh ketentuan peraturan perundang-undangan. Adapun pelanggaran terhadap desain industri terjadi apabila seseorang dengan sengaja dan tanpa izin melakukan aktivitas seperti produksi, penggunaan, penjualan, pemasukan, atau pengeluaran barang. Termasuk juga tindakan yang secara sadar melanggar hak moral yang dimiliki oleh pendesain.

5. Paten, dapat diartikan sebagai hak eksklusif yang diberikan oleh Pemerintah kepada penemu atas hasil inovasi mereka, yang memungkinkan penemu untuk mengelola dan memanfaatkan temuannya tersebut secara mandiri dalam jangka waktu tertentu. Paten menjadi sarana yang efisien dalam mencegah pihak-pihak lain mendaftarkan paten atas penemuan yang identik atau mirip. Portofolio paten yang kuat dapat menarik minat berbagai perusahaan untuk menginvestasikan modal mereka pada penemuan tersebut.
6. *Desain Layout* dari lingkungan elektronik terpadu, *desain Layout* merupakan salah satu aspek fundamental dalam desain grafis yang melibatkan pengorganisasian elemen teks dan visual. *Layout* merujuk pada penataan komponen-komponen visual dalam suatu area tertentu dengan tujuan untuk menyampaikan pesan yang spesifik.

7. Perlindungan terhadap rahasia dagang, yaitu rahasia dagang merujuk pada informasi yang tidak diakses oleh publik yang berkaitan dengan teknologi atau layanan bisnis.
8. Pengendalian terhadap praktik-praktik persaingan yang tidak fair dalam konteks perjanjian lisensi mencakup aktivitas produksi dan/atau distribusi barang atau jasa yang dilakukan dengan cara yang tidak etis, melanggar ketentuan hukum, atau menghambat persaingan di pasar<sup>21</sup>.

Mengenai cakupan Hak Atas Kekayaan Intelektual mencakup ruang lingkup yang luas, meliputi berbagai hak yang muncul dari hasil pemikiran manusia yang terus berkembang, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, seiring dengan kemajuan kehidupan dan peningkatan kemampuan kreatif individu. Di samping itu, para ahli juga melakukan pengelompokan dengan menempatkan HKI sebagai induk yang memiliki dua cabang besar yaitu:

1. Hak kepemilikan industri atas kekayaan industri, adalah yang berkaitan secara langsung dengan aktivitas atau sektor industri atau perdagangan.
2. Hak Cipta, adalah hak istimewa yang diberikan secara spesifik kepada seorang pencipta atau pemilik hak cipta untuk mempublikasikan atau menggandakan hasil karya yang timbul secara langsung setelah karya tersebut selesai diciptakan dan tidak mengabaikan batasan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Yang dilindungi hak cipta

---

<sup>21</sup> Edyson et al., “Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual.”

meliputi buku, perangkat lunak komputer, penyampaian ceramah, kuliah, orasi, atau karya sejenis lainnya yang direalisasikan secara verbal, sarana peraga untuk kepentingan pendidikan dan pengetahuan, karya penyiaran, pertunjukan, lagu dan rekaman, denah (peta), karya fotografi, karya seni visual, terjemahan, gubahan, dan penafsiran meski hak cipta karya asli masih terjaga.

Prinsip HKI yaitu Hasil karya yang diciptakan dengan menggunakan kemampuan intelektual seseorang memberikan hak kepemilikan alami kepada penciptanya. Hubungan kepemilikan hukum berperan lebih luas dengan memberikan kepastian bagi setiap orang untuk memiliki otoritas penuh dan menikmati secara eksklusif atas barang atau hasil kreasinya tersebut.

## **B. Tinjauan Tentang Merek**

Definisi Merek dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Tentang Merek ialah:

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.

Merek adalah penanda khusus berbentuk logo atau penamaan yang bertujuan membedakan hasil produksi barang dan jasa antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Merek memiliki fungsi ganda yaitu sebagai identitas untuk mengenali perbedaan produk dan sebagai sarana untuk kegiatan promosi. Di

samping itu, merek terbagi ke dalam dua kategori utama, yakni merek dagang dan merek jasa, ditambah dengan merek kolektif yang dipakai oleh sekelompok orang secara bersamaan untuk mengidentifikasi produk atau layanan serupa yang memiliki ciri-ciri khas yang sama<sup>22</sup>. Merek, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi Kedua yang diterbitkan oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, adalah penamaan yang diterapkan untuk mengidentifikasi dan membedakan barang atau layanan berdasarkan identitas unik atau konsep pembeda yang spesifik<sup>23</sup>. Merek merupakan simbol yang dipakai oleh produsen pada produk yang diproduksi sebagai identitas, label yang digunakan untuk mengetahui atau mengenali merek dan sejenisnya<sup>24</sup>. Sebuah merek akan memperoleh perlindungan hukum setelah terdaftar di lembaga yang berwenang. Merek adalah unsur yang termasuk dalam Hak Kekayaan Intelektual<sup>25</sup>. Pengaturan merek diterapkan sebagai upaya perlindungan terhadap masyarakat, khususnya para konsumen, agar terhindar dari kesalahan pembelian produk berkualitas rendah atau produk tiruan. Pengaturan ini juga dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada produsen selaku pihak yang memiliki hak kepemilikan yang sah.

---

<sup>22</sup> Moody Rizqy Syailendra Putra and Michelle Sharon Anastasia Matakupan, “Kebijakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terkait Hak Merek,” *JLEB: Journal of Law, Education and Business* 2, no. 1 (2024): 263–67, <https://doi.org/10.57235/jleb.v2i1.1613>.

<sup>23</sup> Pusat Bahasa, “Merek,” Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2023, <https://kbbi.web.id/Merek>.

<sup>24</sup> Achmad Alfi Feryando et al., “ANALISIS HUKUM TENTANG PERJANJIAN LISENSI ATAS MEREK DALAM PRAKTIK PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT,” *Audi Et AP : Jurnal Penelitian Hukum* 3, no. 01 (August 3, 2024): 72–79, <https://doi.org/10.24967/jaeap.v3i01.3275>.

<sup>25</sup> Syailendra Putra and Matakupan, “Kebijakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terkait Hak Merek.”

Jenis merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis terbagi dalam tiga klasifikasi yaitu merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif. Menurut ketentuan Pasal 1 Angka (2), merek dagang adalah identitas yang dipakai oleh komoditas perdagangan oleh perorangan, kumpulan orang, atau lembaga hukum untuk memisahkan jasa-jasa yang memiliki kemiripan. Didalam Pasal 1 Angka (3) Merek jasa adalah tanda pengenal yang dipakai pada bentuk pelayanan yang dipasarkan oleh perorangan, sekelompok orang, atau badan hukum untuk membedakan dari layanan serupa yang ditawarkan pihak lain. Didalam Pasal 1 Angka (4) Merek kolektif adalah tanda pengenal yang dipakai oleh barang dan/atau jasa dengan ciri-ciri yang memiliki kesamaan karakteristik dalam hal sifat, ciri khas, kualitas, dan pengawasan yang akan dipasarkan secara bersama oleh sekelompok individu atau lembaga hukum guna membedakan dari produk dan/atau layanan serupa di pasaran. Mengenai contoh merek adalah seperti merek Mie Sedaap, Pop Mie, Roma, Nutri Sari, Marimas, Aqua, Lifebuoy, Sunsilk, Dove, Maspion, Polytron, Philips.

Fungsi merek adalah pertama, merek berperan sebagai pembeda, memungkinkan suatu produk atau jasa dibedakan dari yang lain berdasarkan ada tidaknya kesamaan spesifik dengan merek lainnya. Kedua, sebagai jaminan kualitas produk. Ini mencakup seluruh pengaturan dan sistem aktivitas yang memberikan keyakinan bahwa produk atau jasa tersebut memenuhi standar kualitas tertentu. Ketiga, merek merupakan sarana promosi yang memperkenalkan produk kepada masyarakat. Ini adalah bentuk komunikasi pemasaran yang diterapkan perusahaan

untuk berhubungan dengan target konsumen dan menunjang proses pengenalan produk. Keempat, yang terakhir merek menunjukkan asal usul barang, memberikan informasi tentang sumber atau produsen dari produk tersebut<sup>26</sup>.

Penanda identitas berfungsi sebagai instrumen pembeda terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh satu produsen dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen lainnya. Saat seseorang atau perusahaan menghasilkan produk yang sama dengan produk dari pihak lain, maka perlu adanya ciri khas tertentu supaya konsumen bisa mengenali keunikannya. Identitas pembeda ini sangat penting khususnya untuk produk atau layanan dalam kategori serupa, sehingga memerlukan penanda identifikasi untuk dapat dibedakan. Yang dimaksud serupa adalah bahwa produk atau layanan yang dipasarkan harus masuk dalam klasifikasi barang atau jasa yang identik.

Tanda-tanda yang tidak dapat didaftarkan sebagai merek meliputi:

1. Tidak memiliki karakteristik pembeda, contohnya cuma sepotong garis biasa, garis yang terlalu kompleks dalam desain atau garis yang berantakan bentuknya.
2. Tanda yang tidak sesuai dengan nilai moral dan ketertiban sosial, contohnya ilustrasi yang menyinggung kepercayaan keagamaan.

---

<sup>26</sup> Calista Hartono and Kartika Imasari Tjiptodjojo, "Pengaruh Kesadaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian," *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 3 (March 2, 2024): 2691–97, <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3793>.

3. Simbol yang berupa deskripsi produk, contohnya merek untuk kacang atau barang berbahan kacang.
4. Simbol yang sudah menjadi kepunyaan bersama, contohnya rambu jalan raya.
5. Kata-kata yang lazim digunakan, seperti kata rumah atau kota<sup>27</sup>.

Fungsi pendaftaran merek adalah sebagai sarana verifikasi hak kepemilikan merek yang sudah di daftarkan, guna memberikan jaminan hukum bagi hak eksklusif pemilik dalam menggunakan merek tersebut. Dengan adanya pendaftaran merek, pemilik mendapat daya hukum untuk melindungi merek dari perbuatan penggunaan tanpa izin oleh pihak lain yang tidak berhak. Pendaftaran merek juga memudahkan pemilik dalam menuntut tindakan pelanggaran merek menurut hukum, baik melalui tuntutan perdata maupun proses pidana. Selain itu, pendaftaran merek membantu menjaga keaslian dan identitas merek, serta meningkatkan nilai dan citra merek di pasar<sup>28</sup>. Secara umum, fungsi pendaftaran merek adalah untuk memberikan keamanan hukum, melindungi hak kekayaan intelektual, dan mendukung kegiatan pemasaran dan branding produk atau jasa.

Suatu merek dipandang berbeda jika tidak mempunyai Komponen kesamaan dengan merek lain yang telah terdaftar untuk klasifikasi barang dan jasa yang

---

<sup>27</sup> Devi Eka Verawati, "Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur," *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa* 5, no. 2 (2022): 122–32, <https://doi.org/10.30996/abdikarya.v5i2.7250>.

<sup>28</sup> Syailendra Putra and Matakupan, "Kebijakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Terkait Hak Merek."

sama<sup>29</sup>. Unsur-unsur kesamaan ini dapat mencakup seluruh aspek, yang dikenali dengan adanya persamaan karena faktor dominan yang serupa antara satu merek dengan merek lain. Persyaratan yang wajib dipenuhi oleh setiap subjek atau entitas hukum yang hendak memanfaatkan suatu merek supaya merek tersebut dapat diterima dan difungsikan sebagai tanda dagang adalah merek tersebut harus memiliki kemampuan untuk dibedakan dari merek lainnya.

Pentingnya sebuah merek dalam memberikan pengaruh terhadap kemajuan usaha suatu barang atau jasa, dapat diamati dari minat konsumen pada merek-merek yang populer. Dalam dinamika sosial masyarakat, terdapat persepsi bahwa penggunaan merek tertentu dapat mencerminkan posisi sosial seseorang. Konsumen sering tertarik pada produk bermerek terkenal karena nilai kemewahan yang dikaitkan dengannya, memperlihatkan bagaimana merek tidak hanya berperan sebagai penanda produk tetapi juga sebagai kelas sosial dalam pergaulan masyarakat.

Manfaat dari Merek, Merek memberi keuntungan bagi produsen dan pelanggan. bagi produsen, merek memainkan peran signifikan sebagai:

1. Alat pengenalan untuk mempermudah proses pengelolaan.
2. Merek bisa memperoleh jaminan properti intelektual. Nama merek bisa diamankan melalui cap dagang yang terdaftar, kemasan bisa dilindungi

---

<sup>29</sup> Anne-Maree O'Rourke, François A. Carrillat, and Paul Z. Wang, "Is Brand Differentiation Necessary for Success? The Role of Purchase Goal and Confidence in the Brand's Position," *Journal of Marketing Management* 38, no. 3-4 (February 12, 2022): 369-97, <https://doi.org/10.1080/0267257X.2021.1966076>.

melalui cap dagang yang telah terdaftar, proses manufaktur bisa diproteksi lewat hak paten.

3. Tanda standar kualitas untuk konsumen yang puas, sehingga mereka dapat dengan mudah menentukan dan melakukan transaksi ulang di waktu yang akan datang. Merek yang kuat tidak hanya mendorong permintaan pasar bagi perusahaan tetapi juga menciptakan batasan yang mempersulit pesaing baru untuk memasuki dan bersaing dalam segmen pasar tersebut.
4. Sarana membentuk koneksi dan makna khas yang membedakan produk dari para pesaing.
5. Dasar keunggulan kompetitif khususnya lewat jaminan hukum loyalitas konsumen.
6. Pendapatan di masa mendatang.

Menurut Tjiptono, merek dirancang agar memenuhi beberapa tujuan yaitu: Pertama, merek berperan sebagai tanda pengenal yang memungkinkan perbedaan antara produk yang diproduksi suatu perusahaan dengan produk kompetitornya. Kedua, merek berfungsi sebagai alat pemasaran yang meningkatkan daya saing produk di pasar.

### **C. Teori Kesadaran Hukum**

Di dalam kehidupan Masyarakat, muncul beragam perspektif dan anggapan tentang faktor-faktor yang berdampak pada efektivitas hukum. Kehidupan bermasyarakat tidak luput dari kemungkinan timbulnya berbagai persoalan terkait tingkat kesadaran hukum. Persoalan tersebut muncul disebabkan, antara lain, oleh

pertentangan antara landasan hukum yang dipegang oleh pelaku usaha sebagai alat pengendalian sosial dan kecenderungan perilaku publik yang tidak menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Kesadaran hukum menurut Wignjosoebroto ialah upaya masyarakat untuk meningkatkan pemahaman individu terhadap norma-norma hukum yang berlaku. Menurut Scholten, penting bagi setiap warga negara untuk memiliki pengetahuan yang baik tentang hukum dan kemampuan untuk mengevaluasi kualitas hukum tersebut. Dengan kata lain, masyarakat secara aktif berupaya agar setiap individu memiliki kesadaran hukum yang kuat dan mampu menilai hukum secara kritis<sup>30</sup>.

Sedangkan menurut Paul Scholten mengemukakan pandangannya tentang kesadaran hukum bahwa dalam suatu masyarakat, kesadaran hukum merupakan hasil dari upaya masyarakat untuk memperkuat kesadaran individu terhadap norma-norma hukum yang berlaku di dalamnya. Scholten memandang bahwa penting bagi warga negara untuk memiliki pemahaman tentang hukum serta kapasitas untuk membedakan antara hukum yang baik dan yang tidak berkualitas.

Makna dari pemahaman tentang hukum yang disebutkan diatas adalah pemahaman tentang nilai-nilai yang seharusnya menjadi pedoman perilaku individu dalam masyarakat. Namun, yang terpenting adalah menumbuhkan kesadaran hukum, yaitu pemahaman tentang fungsi hukum dalam kejadian nyata

---

<sup>30</sup> Wardhani Mellinia Dilla, "Kesadaran Hukum Dalam Suatu Masyarakat Berkembang Melalui Usaha Kolektif Untuk Meningkatkan Pemahaman Individu Terhadap Norma-Norma Hukum Yang Berlaku. Menurut Scholten, Penting Bagi Setiap Warga Negara Untuk Memiliki Pengetahuan Yang Baik Tentang Hukum D," *Braz Dent J.* (Universitas Islam Sultan Agung, 2022), [https://repository.unissula.ac.id/25934/1/30301800226\\_fullpdf.pdf](https://repository.unissula.ac.id/25934/1/30301800226_fullpdf.pdf).

yang terjadi di dalam masyarakat. Oleh karena itu, isu ini lebih penting daripada seberapa efektif Undang-Undang yang ada saat ini, dan perlu kembali dipertimbangkan dalam konteks nilai-nilai masyarakat<sup>31</sup>.

Kesadaran hukum adalah ide yang menggambarkan pemahaman manusia tentang pentingnya menjaga keteraturan dan kedamaian dalam masyarakat<sup>32</sup>. Soerjono Soekanto telah memperhatikan empat indikator yang dijadikan tolak ukur yaitu:

1. Indikator pertama ialah pengetahuan hukum seseorang memahami bahwa tindakan-tindakan tertentu itu telah diatur oleh hukum. Ketentuan hukum mencakup hukum tertulis dan tidak tertulis, meliputi tindakan yang dilarang maupun diizinkan oleh hukum. Dalam konteks ini, pelaku UMK akan diukur pengetahuan dan pemahamannya tentang pentingnya pendaftaran merek dagang.
2. Indikator yang kedua ialah pemahaman hukum seseorang tentang substansi norma dari suatu hukum tertentu. Adapun pemahaman hukum dalam pengertian lain adalah substansi dan maksud suatu ketentuan dalam hukum tertentu serta kegunaannya bagi pihak-pihak yang kehidupannya diatur oleh ketentuan tersebut. Dalam suatu pemahaman hukum, tidak dipersyaratkan seseorang harus terlebih dahulu mengetahui adanya suatu ketentuan tertulis

---

<sup>31</sup> Soekanto Soerjono, *Hukum Adat Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 1990), <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:177252071>.

<sup>32</sup> M. A Raynanda and Nina Karlina, "Kapasitas Pemerintah Desa Mekarsari Kecamatan Selaawi Dalam Mewujudkan Desa Sadar Hukum," *PUBLIKA : Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 10, no. 1 (April 30, 2024): 42–56, <https://doi.org/10.25299/jiap.2024.16229>.

yang mengatur suatu hal, namun yang diamati disini adalah bagaimana mereka dalam menghadapi berbagai hal yang ada kaitannya dengan dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Pemahaman ini umumnya diwujudkan melalui sikap mereka terhadap tindakan sehari-hari, misalnya produsen dan pedagang akan diukur pengetahuan tentang Undang-Undang nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

3. Indikator yang ketiga ialah sikap hukum individu cenderung mengarah pada pembentukan penilaian khusus terhadap hukum. Sikap hukum ini akan melibatkan seleksi masyarakat terhadap aturan hukum yang sejalan dengan nilai-nilai yang dianutnya, sehingga pada akhirnya masyarakat menerima hukum berdasarkan pengakuan dan penerimaan terhadapnya. Peneliti akan menilai sikap respon pelaku UMK terhadap hukum Undang-Undang nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
4. Indikator yang keempat ialah perilaku hukum, yakni kondisi dimana seseorang atau penduduk dalam suatu masyarakat mematuhi regulasi yang berlaku. Sampai seberapa kesadaran hukum dalam masyarakat terlihat melalui pola tindakan hukum yang ditunjukkan. Jika masyarakat hanya sekadar menyadari adanya suatu hukum tanpa pemahaman yang mendalam, hal ini menunjukkan kesadaran hukum yang masih berada pada tingkat rendah. Oleh sebab itu, diperlukan pengetahuan yang mendalam terhadap hukum yang berlaku. Kesadaran hukum masyarakat merupakan nilai-nilai yang tumbuh dalam kehidupan masyarakat, yang terwujud dalam bentuk

pengetahuan, ketaatan, dan kepatuhan terhadap norma hukum serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Membangun masyarakat yang sadar dan mengikuti hukum merupakan cita-cita yang terkandung dalam norma-norma yang bertujuan menciptakan masyarakat berkeadilan. Melalui proses ini, landasan budaya masyarakat dapat berkembang menuju terbentuknya tatanan sosial yang mengedepankan sikap saling menghargai satu sama lain. Penting untuk disadari bahwa upaya membangun kesadaran dan kepatuhan hukum di kalangan masyarakat merupakan proses yang membutuhkan waktu dan usaha yang tidak sedikit. Diperlukan berbagai upaya serius dan pemikiran mendalam dari para pendiri bangsa dan pemikir negeri ini untuk merealisasikan cita-cita tersebut.

Para ahli telah mendefinisikan kesadaran hukum menurut Lawrence Meir Friedman dan Harry N. Scheiber adalah Pandangan manusia tentang hukum melibatkan kepercayaan, norma-norma, pola pemikiran, dan antisipasi yang dimiliki. Kultur hukum meliputi kondisi sosial dan dinamika masyarakat serta tekanan sosial yang berdampak pada pelaksanaan hukum di dalam interaksi sosial. Dengan pengertian lain, bagaimana masyarakat memahami dan merespon hukum secara sosial dan budaya<sup>33</sup>.

Kesadaran hukum adalah pemahaman atau prinsip-prinsip yang tertanam dalam jiwa seseorang mengenai aturan yang berlaku atau mengenai regulasi yang

---

<sup>33</sup> Haidir Ali Yogi Gumilar, Fahrizky Agustiar, Deza Maulana, Hendra Saputra, "Pentingnya Sadar Hukum Dalam Masyarakat," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 33, no. 1 (2022): 1–12.

diinginkan untuk diterapkan. Yang diutamakan adalah prinsip-prinsip mengenai peran hukum dan bukan evaluasi hukum terhadap berbagai peristiwa yang terjadi di kalangan masyarakat tersebut<sup>34</sup>.

#### **D. Tinjauan Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

UMKM diatur dalam Pasal 1 Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah adalah kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu dan/atau entitas bisnis perorangan yang sesuai dengan standar Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini. Pasal 1 Ayat (3) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi yang menghasilkan keuntungan dan beroperasi secara otonom, yang dikelola oleh orang pribadi atau lembaga bisnis yang tidak merupakan unit usaha yang dipunyai, diatur, atau merupakan elemen baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha Menengah atau Usaha Besar yang sesuai dengan kriteria Usaha Kecil sebagaimana tercantum dalam Peraturan Pemerintah ini. Pasal 1 Ayat (4) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi yang menghasilkan nilai dan beroperasi secara otonom, yang dikelola oleh orang pribadi atau organisasi bisnis yang tidak merupakan bagian perusahaan atau kantor cabang yang dipunyai, diatur, atau merupakan komponen baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang sesuai dengan spesifikasi Usaha Menengah sebagaimana yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah ini.

---

<sup>34</sup> Soekanto Soerjono, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 1982), <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:171958625>.

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Secara konseptual, UMKM dipahami sebagai aktivitas ekonomi produktif milik orang pribadi atau lembaga usaha perorangan yang memiliki spesifikasi khusus sesuai dengan peraturan yang ditetapkan pemerintah.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan tolak ukur aset dan dan pendapatan usaha. Parameter yang dipakai untuk menentukan UMKM adalah jumlah kekayaan bersih atau nilai harta tidak mencakup tanah dan bangunan tempat usaha, atau tingkat penjualan per tahun. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usaha mikro didefinisikan sebagai unit bisnis yang mempunyai aset maksimal Rp50.000.000 (tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan usaha) dan hasil penjualan per tahun tidak melebihi Rp300.000.000.
2. Unit usaha kecil didefinisikan sebagai badan usaha dengan nilai kekayaan lebih dari Rp50.000.000 hingga maksimal Rp500.000.000 (tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan usaha) dan pendapatan penjualan tahunan berkisar antara Rp300.000.000 sampai Rp2.500.000.000.
3. Usaha menengah merupakan badan usaha dengan nilai aset bersih antara Rp500.000.000 sampai maksimal Rp10.000.000.000 serta omzet penjualan tahunan berkisar dari Rp2.500.000.000 hingga paling tinggi Rp50.000.000.000.

Selain menerapkan nilai finansial sebagai parameter, beberapa institusi pemerintah seperti Kementerian Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga memakai jumlah tenaga kerja sebagai tolok ukur untuk mengelompokkan kategori usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit bisnis dengan kuantitas tenaga kerja permanen sampai 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai dengan 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 hingga 99 orang. Perusahaan-perusahaan yang mempunyai jumlah pekerja melebihi 99 orang dikategorikan sebagai usaha besar.

#### 1. Ciri-ciri UMKM:

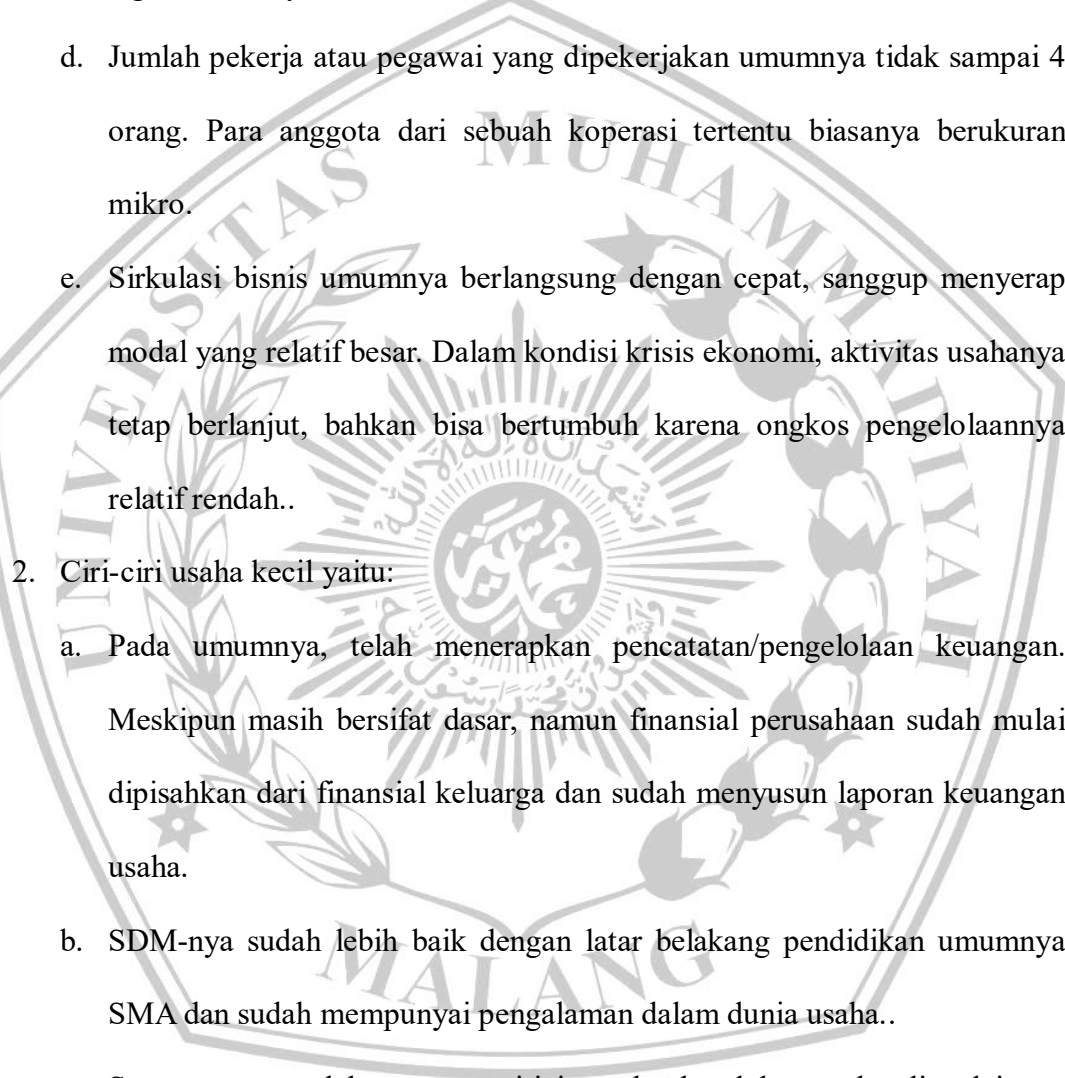
Perbedaan antara UMKM dan usaha besar dapat juga dikenali berdasarkan karakteristik yang melekat pada UMKM itu sendiri<sup>35</sup>. Menurut Mailizar ciri-ciri usaha mikro yaitu:

belum menerapkan pengelolaan/pembukuan keuangan, bahkan yang bersifat dasar atau masih amat terbatas yang bisa menyusun laporan keuangan usahanya..

- a. Para pengusaha atau sumber daya manusianya memiliki tingkat pendidikan yang umumnya sangat terbatas, kebanyakan hanya sampai jenjang sekolah dasar, dan masih kurang memiliki mentalitas kewirausahaan yang cukup.

---

<sup>35</sup> Mailizar, "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Pada Desa Alue Sungai Pinang Kabupaten Aceh Barat Daya)," *Skripsi Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh* (2022).

- 
- b. Umumnya, mereka tidak/belum memahami sistem perbankan, tetapi lebih akrab dengan rentenir..
  - c. Secara umum, mereka tidak mempunyai surat izin usaha atau dokumen legalitas lainnya, termasuk NPWP..
  - d. Jumlah pekerja atau pegawai yang dipekerjakan umumnya tidak sampai 4 orang. Para anggota dari sebuah koperasi tertentu biasanya berukuran mikro.
  - e. Sirkulasi bisnis umumnya berlangsung dengan cepat, sanggup menyerap modal yang relatif besar. Dalam kondisi krisis ekonomi, aktivitas usahanya tetap berlanjut, bahkan bisa bertumbuh karena ongkos pengelolaannya relatif rendah..
2. Ciri-ciri usaha kecil yaitu:
- a. Pada umumnya, telah menerapkan pencatatan/pengelolaan keuangan. Meskipun masih bersifat dasar, namun finansial perusahaan sudah mulai dipisahkan dari finansial keluarga dan sudah menyusun laporan keuangan usaha.
  - b. SDM-nya sudah lebih baik dengan latar belakang pendidikan umumnya SMA dan sudah mempunyai pengalaman dalam dunia usaha..
  - c. Secara umum, telah mempunyai izin usaha dan dokumen legalitas lainnya termasuk NPWP.

- d. Mayoritas sudah berinteraksi dengan lembaga perbankan, namun untuk perencanaan bisnis, analisis kelayakan, dan pengajuan proposal kredit ke bank sehingga masih sangat membutuhkan jasa konsultan pendamping.

### 3. Ciri-ciri usaha menengah yaitu:

- a. Secara umum, telah mempunyai pengelolaan dan struktur organisasi yang lebih baik, lebih sistematis, bahkan lebih modern dengan distribusi tugas yang tegas antara unit keuangan, marketing, dan produksi.
- b. Sudah menjalankan pengelolaan keuangan dengan menggunakan sistem pembukuan secara konsisten sehingga mempermudah proses audit dan evaluasi atau inspeksi, termasuk yang dilaksanakan oleh pihak bank..
- c. Sudah melaksanakan pengaturan atau pengelolaan dan bergabung dalam organisasi tenaga kerja..
- d. Telah mempunyai seluruh dokumen legalitas yang diperlukan.
- e. Rata-rata tingkat pendidikan relatif amat rendah.
- f. Belum mempunyai akses ke lembaga perbankan tetapi sebagian sudah memiliki akses *non bank*.
- g. Tidak mempunyai surat izin usaha atau dokumen legalitas.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mempunyai fungsi strategis dalam mendorong percepatan pembangunan. Menurut Abdullah Abidin, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tidak hanya berperan penting dalam menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, tetapi juga berperan sebagai pengikat sosial yang membantu meminimalkan

ketimpangan sosial. Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memang tidak dapat disangkal lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak ekonomi, khususnya setelah krisis ekonomi terjadi<sup>36</sup>.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan konsep dasar yang menjadi fondasi bagi pengembangan pemahaman lainnya. Ini adalah konsep paling dasar yang berfungsi sebagai landasan untuk setiap pemikiran selanjutnya. Dalam konteks penelitian, kerangka pemikiran perlu dijabarkan terutama ketika Penelitian menggunakan dua variabel atau lebih. Korelasi antar variabel kemudian disusun dalam bentuk model penelitian yang telah disusun secara sistematis melalui proses pengembangan kerangka pemikiran tersebut<sup>37</sup>. Untuk memperjelas dan menyederhanakan pemahaman terhadap pola pikir yang digunakan, maka kerangka pemikiran digambarkan dalam bentuk berikut:



#### **Bagan 2 1 Kerangka Pemikiran**

Kesadaran Hukum Pemilik UMK Terhadap Pentingnya Pendaftaran Merek

↓

<sup>36</sup> Nazaki Nazaki et al., “Penguatan Peran Perempuan Dalam Memulihkan Ekonomi Selama Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM Lokal Dan Mahasiswa Di Provinsi Kepulauan Riau,” *Takzim : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 18–24, <https://doi.org/10.31629/takzimjpm.v1i1.3841>.

<sup>37</sup> Teun A van Dijk, “Frame Analysis,” *Discourse Studies* 25, no. 2 (April 9, 2023): 151–52, <https://doi.org/10.1177/14614456231155086>.

