

Analisis Kesadaran Hukum Pemilik Coffe Shop Terhadap Pendaftaran Merek Di Kota Serang Diatur Dalam Undang Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi

Ratu Dewi Anggraini¹*, Evi Eri Rifaningsih²

¹ Program studi ilmu hukum ,universitas pamulang serang, Email :ratudewianggraini4@gmail.com

² Program studi ilmu hukum ,universitas pamulang serang, Email :evi.eri.rifaningsih18@gmail.com

Naskah Diterima : 05 Juni 2026; Diterima Publikasi : 30 Juli 2026

Abstract

This study aims to analyze the level of legal awareness among coffee shop owners regarding the importance of trademark registration in Serang City. The rapid growth of the coffee shop industry in Indonesia has intensified business competition, making trademarks a crucial element as both a business identity and a form of legal protection. However, many business owners have not yet officially registered their trademarks. This research employs a descriptive qualitative method. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving coffee shop owners in Serang City. The data analysis technique includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the level of legal awareness among coffee shop owners regarding trademark registration is still relatively low. This is due to a lack of understanding of the importance of legal protection for trademarks, the perception that the registration process is complicated and costly, and the limited government socialization efforts. This study recommends enhancing legal education and socialization, as well as simplifying the trademark registration procedures to improve legal awareness among business actors.

Keywords: *Legal Awareness, Trademark Registration, Coffee Shop*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran hukum pemilik *coffee shop* terhadap pentingnya pendaftaran merek di Kota Serang. Pesatnya pertumbuhan industri *coffee shop* di Indonesia telah meningkatkan persaingan usaha, sehingga merek menjadi unsur penting sebagai identitas usaha sekaligus sebagai bentuk perlindungan hukum. Namun demikian, masih banyak pelaku usaha yang belum mendaftarkan mereknya secara resmi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik *coffee shop* di Kota Serang. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran hukum pemilik *coffee shop* terhadap pendaftaran merek masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai pentingnya perlindungan hukum atas merek, persepsi bahwa proses pendaftaran merek rumit dan mahal, serta minimnya sosialisasi dari pemerintah. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan edukasi dan sosialisasi hukum serta penyederhanaan prosedur pendaftaran merek guna meningkatkan kesadaran hukum pelaku usaha.

Kata kunci: *Kesadaran Hukum, Pendaftaran Merek, Coffee Shop.*

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

PENDAHULUAN

Anggapan bahwa proses pendaftaran merek rumit Perkembangan bisnis coffee shop di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat modern yang menjadikan coffee shop sebagai ruang sosial untuk berkumpul, bekerja, maupun bersantai. Di Kota Serang, pertumbuhan usaha coffee shop juga berkembang pesat, ditandai dengan semakin banyaknya pelaku usaha baru yang memasuki sektor tersebut.

Dalam situasi persaingan usaha yang semakin kompetitif, keberadaan merek menjadi salah satu unsur penting dalam kegiatan bisnis. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas dan pembeda antara produk atau jasa yang satu dengan yang lainnya, tetapi juga memiliki nilai ekonomi serta peran strategis dalam membangun citra usaha di mata konsumen. Oleh karena itu, merek merupakan aset tidak berwujud yang perlu dilindungi secara hukum.

Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam ketentuan tersebut ditegaskan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut didaftarkan. Hal ini berarti bahwa sistem perlindungan merek di Indonesia menganut prinsip first to file, yaitu pihak yang pertama kali mendaftarkan merek akan memperoleh hak eksklusif atas merek tersebut.

Pendaftaran merek memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha. Salah satu manfaat utama adalah memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan merek yang dimiliki. Dengan adanya perlindungan hukum, pemilik merek memiliki hak eksklusif untuk menggunakan mereknya dan berhak melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya.

Selain memberikan perlindungan hukum, pendaftaran merek juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung lebih percaya terhadap produk atau jasa yang memiliki identitas usaha yang jelas dan terlindungi secara hukum. Kepercayaan tersebut dapat berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas konsumen dan perkembangan usaha dalam jangka panjang.

Pendaftaran merek juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Merek yang telah dikenal luas dapat menjadi aset tidak berwujud yang memiliki nilai komersial. Bahkan, merek dapat dialihkan, diwariskan, atau dilisensikan kepada pihak lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan demikian, pendaftaran merek tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan hukum semata, tetapi juga sebagai instrumen yang dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Namun demikian, dalam praktiknya masih banyak pelaku usaha, khususnya pemilik coffee shop di Kota Serang, yang belum mendaftarkan mereknya secara resmi. Kondisi ini menunjukkan rendahnya kesadaran hukum terhadap pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum. Padahal, tanpa adanya pendaftaran, pemilik usaha tidak memiliki kekuatan hukum yang memadai apabila terjadi pelanggaran atau sengketa merek oleh pihak lain.

Kesadaran hukum merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum. Rendahnya kesadaran hukum dapat menyebabkan terjadinya pelanggaran hukum, baik yang

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

dilakukan secara sengaja maupun karena kurangnya pemahaman terhadap peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran hukum menjadi hal yang krusial bagi pelaku usaha agar dapat melindungi hak-haknya secara optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis tingkat kesadaran hukum pemilik coffee shop terhadap pendaftaran merek di Kota Serang, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya kesadaran tersebut.¹ Kesadaran hukum merupakan sikap atau nilai yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok masyarakat terhadap hukum yang berlaku. Kesadaran hukum tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang hukum, tetapi juga mencakup pemahaman, sikap, dan perilaku terhadap hukum itu sendiri².

Menurut para ahli, kesadaran hukum mencakup beberapa indikator, yaitu:

Pengetahuan hukum (legal knowledge), yaitu sejauh mana seseorang mengetahui adanya aturan hukum.

Pemahaman hukum (legal understanding), yaitu tingkat pemahaman terhadap isi dan tujuan hukum.

Sikap hukum (legal attitude), yaitu kecenderungan untuk menerima atau menolak hukum.

Perilaku hukum (legal behavior), yaitu kepatuhan seseorang terhadap hukum dalam praktik sehari-hari³.

Dengan demikian, kesadaran hukum merupakan faktor penting dalam menciptakan ketertiban dan kepatuhan masyarakat terhadap peraturan perundang-undangan.

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan⁴.

Pengertian ini sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menegaskan bahwa merek berfungsi sebagai pembeda sekaligus identitas suatu produk atau jasa di pasar⁵.

Merek memiliki peran strategis dalam dunia usaha karena dapat meningkatkan nilai ekonomi, membangun kepercayaan konsumen, serta menjadi aset tidak berwujud (intangible asset) bagi pelaku usaha.

Kendala dalam Proses Pendaftaran Merek

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh pemilik coffee shop dalam melakukan pendaftaran merek. Salah satu kendala yang paling sering ditemukan adalah kurangnya informasi mengenai prosedur pendaftaran merek. Banyak pelaku usaha yang belum memahami tahapan yang harus dilakukan sehingga menganggap proses pendaftaran sebagai sesuatu yang sulit.

Kendala berikutnya adalah faktor biaya. Meskipun pemerintah telah menyediakan tarif khusus bagi pelaku usaha mikro dan kecil, sebagian responden masih menganggap biaya pendaftaran merek cukup memberatkan, terutama bagi usaha yang baru dirintis dan memiliki modal terbatas.

1. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2016, hlm. 27.

2. Budi Agus Riswandi, *Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: FH UII Press, 2015, hlm. 85.

3. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.

4. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015, hlm.

Selain faktor biaya, lamanya proses pendaftaran juga menjadi salah satu alasan pelaku usaha menunda pendaftaran merek. Sebagian responden beranggapan bahwa proses yang memerlukan waktu cukup panjang membuat mereka kurang tertarik untuk segera mengajukan permohonan pendaftaran merek.

Kendala lainnya adalah kurangnya pendampingan dari pihak yang memahami prosedur pendaftaran merek. Akibatnya, pelaku usaha sering merasa kesulitan ketika harus memenuhi berbagai persyaratan administratif yang diperlukan dalam proses pendaftaran.

Pendaftaran merek adalah proses hukum untuk memperoleh perlindungan atas suatu merek melalui lembaga yang berwenang. Di Indonesia, pendaftaran merek dilakukan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Dengan didaftarkan suatu merek, pemilik akan memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dan melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau serupa pada barang atau jasa sejenis⁷.

Perlindungan hukum terhadap merek yang terdaftar bersifat preventif dan represif, yaitu:

Preventif, mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama.

Represif, memberikan dasar hukum untuk menggugat apabila terjadi pelanggaran.

Hak atas merek berlaku selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang⁸.

Merek memiliki beberapa fungsi penting dalam kegiatan usaha, antara lain:

Sebagai Identitas

Merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang membedakan produk satu dengan produk lainnya.

Sebagai Alat Promosi

Merek dapat digunakan sebagai sarana pemasaran untuk menarik perhatian konsumen.

Sebagai Jaminan Kualitas

Merek mencerminkan kualitas produk atau jasa, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Sebagai Aset Usaha

Merek yang telah dikenal luas memiliki nilai ekonomi tinggi dan dapat menjadi aset berharga bagi pemiliknya.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat kesadaran hukum pelaku usaha, khususnya pemilik coffee shop, masih tergolong rendah dalam hal pendaftaran merek.

Penelitian-penelitian tersebut mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya pendaftaran merek antara lain:

Kurangnya pengetahuan tentang pentingnya perlindungan dan memerlukan biaya tinggi.

Minimnya sosialisasi dari pemerintah terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI)⁹.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kesadaran hukum memiliki hubungan yang erat dengan perilaku pelaku usaha dalam mendaftarkan merek. Semakin tinggi tingkat kesadaran hukum, maka semakin besar kemungkinan pelaku usaha untuk melakukan pendaftaran merek guna melindungi usahanya.²

METODE

1. Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, hlm. 159.
Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, hlm. 4

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan di Kota Serang dengan fokus pada analisis kesadaran hukum pemilik coffee shop terhadap pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai tingkat pemahaman dan kesadaran hukum pelaku usaha terhadap pentingnya perlindungan merek.

Data penelitian diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik coffee shop untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman mereka terhadap pendaftaran merek. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi nyata yang berkaitan dengan penggunaan dan pendaftaran merek pada usaha coffee shop, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis agar mudah dipahami dan dianalisis. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh untuk menjawab permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

Tingkat Kesadaran Hukum Pemilik Coffee Shop terhadap Pendaftaran Merek

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap pemilik coffee shop di Kota Serang, diketahui bahwa tingkat kesadaran hukum terhadap pentingnya pendaftaran merek masih tergolong rendah. Sebagian besar pelaku usaha belum memahami bahwa merek merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual yang memiliki perlindungan hukum dan nilai ekonomi. Mayoritas responden hanya memandang merek sebagai nama usaha yang digunakan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, tanpa memahami fungsi hukumnya sebagai identitas yang memperoleh perlindungan negara.

Rendahnya tingkat kesadaran hukum tersebut terlihat dari masih sedikitnya pelaku usaha yang telah melakukan pendaftaran merek secara resmi. Sebagian besar responden mengaku belum pernah mengajukan pendaftaran merek karena merasa usahanya masih berskala kecil dan belum memerlukan perlindungan hukum. Mereka beranggapan bahwa penggunaan nama usaha secara terus-menerus sudah cukup untuk menunjukkan kepemilikan terhadap merek yang digunakan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemahaman responden mengenai prosedur pendaftaran merek masih sangat terbatas. Banyak pelaku usaha yang belum mengetahui lembaga yang berwenang dalam pendaftaran merek, tahapan yang harus dilalui, maupun manfaat hukum yang diperoleh setelah merek terdaftar. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengetahuan hukum para pelaku usaha masih berada pada tingkat dasar dan belum berkembang menjadi pemahaman hukum yang komprehensif.

Selain itu, terdapat responden yang mengetahui pentingnya pendaftaran merek, namun belum memiliki keinginan untuk segera mendaftarkannya. Mereka beranggapan bahwa selama tidak terjadi sengketa atau peniruan merek oleh pihak lain, maka pendaftaran merek belum menjadi kebutuhan yang mendesak. Pola pikir tersebut menunjukkan bahwa kesadaran hukum pelaku usaha masih bersifat reaktif, yaitu baru menyadari pentingnya hukum ketika menghadapi permasalahan hukum secara langsung.

Dari aspek sikap hukum, sebagian besar responden menunjukkan sikap yang positif terhadap keberadaan peraturan mengenai merek. Mereka menyadari bahwa perlindungan hukum terhadap merek merupakan hal yang penting dalam dunia usaha. Akan tetapi, kesadaran tersebut belum diikuti oleh tindakan nyata berupa pendaftaran merek. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku hukum pelaku usaha.

Apabila dianalisis berdasarkan indikator kesadaran hukum menurut Soerjono Soekanto, mayoritas pemilik coffee shop di Kota Serang baru berada pada tahap pengetahuan hukum dan sebagian pada tahap pemahaman hukum. Sementara itu, indikator sikap hukum dan perilaku hukum belum terlihat secara optimal. Hal ini dibuktikan dengan masih rendahnya jumlah pelaku usaha yang melakukan pendaftaran merek meskipun telah mengetahui keberadaan peraturan yang mengaturnya.

Rendahnya kesadaran hukum tersebut berpotensi menimbulkan berbagai risiko hukum bagi pelaku usaha. Merek yang tidak didaftarkan tidak memperoleh hak eksklusif dari negara sehingga rentan digunakan atau didaftarkan oleh pihak lain. Dalam kondisi demikian, pemilik usaha dapat kehilangan hak atas merek yang selama ini digunakan dalam kegiatan bisnisnya. Risiko tersebut tentu dapat menghambat perkembangan usaha

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

serta menimbulkan kerugian ekonomi di masa mendatang.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran hukum pemilik coffee shop terhadap pendaftaran merek masih berada pada kategori rendah. Kondisi ini tidak hanya dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan hukum, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor persepsi, ekonomi, budaya hukum, dan minimnya sosialisasi dari pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan hukum pelaku usaha terhadap pentingnya pendaftaran merek. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perkembangan usaha coffee shop di Kota Serang yang semakin pesat belum diimbangi dengan meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya perlindungan merek. Sebagian besar pelaku usaha lebih memprioritaskan aspek operasional usaha, seperti pemasaran, pengembangan produk, dan peningkatan jumlah konsumen dibandingkan aspek legalitas usaha. Akibatnya, pendaftaran merek sering kali dianggap sebagai hal yang dapat dilakukan di kemudian hari setelah usaha berkembang lebih besar.

Implikasi Hukum terhadap Pemilik Coffee Shop yang Tidak Mendaftarkan Merek

Tidak didaftarkannya suatu merek dapat menimbulkan berbagai implikasi hukum bagi pelaku usaha. Berdasarkan sistem perlindungan merek yang berlaku di Indonesia, hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya. Oleh karena itu, penggunaan merek tanpa pendaftaran tidak memberikan jaminan perlindungan hukum secara penuh kepada pemilik usaha.

Apabila terdapat pihak lain yang lebih dahulu mendaftarkan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya, maka pemilik usaha yang sebelumnya menggunakan merek tersebut berpotensi kehilangan hak untuk menggunakan mereknya. Kondisi ini dapat menyebabkan kerugian baik dari segi ekonomi maupun reputasi usaha yang telah dibangun selama bertahun-tahun.

Selain itu, sengketa merek dapat menimbulkan biaya tambahan yang tidak sedikit. Pelaku usaha harus mengeluarkan biaya untuk proses hukum, konsultasi hukum, maupun penyelesaian sengketa melalui pengadilan. Risiko tersebut seharusnya menjadi pertimbangan penting bagi setiap pelaku usaha untuk segera melakukan pendaftaran merek sejak awal usaha didirikan.

Dengan demikian, pendaftaran merek tidak hanya berfungsi sebagai bentuk perlindungan hukum, tetapi juga sebagai langkah preventif untuk menghindari kerugian yang dapat timbul akibat sengketa merek di kemudian hari.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat anggapan di kalangan pelaku usaha bahwa proses pendaftaran merek memerlukan biaya yang besar dan prosedur yang rumit. Persepsi tersebut menyebabkan banyak pemilik coffee shop menunda bahkan mengabaikan pendaftaran merek. Padahal, apabila dibandingkan dengan potensi kerugian yang dapat timbul akibat sengketa merek, biaya pendaftaran merek relatif lebih kecil dan memberikan manfaat hukum yang jauh lebih besar bagi keberlangsungan usaha.

Dalam praktiknya, beberapa pemilik coffee shop mengaku memilih nama usaha berdasarkan tren pasar dan daya tarik bagi konsumen tanpa melakukan pengecekan terlebih dahulu terhadap status merek yang digunakan. Kondisi ini berpotensi menimbulkan permasalahan hukum apabila di kemudian hari ditemukan adanya kesamaan dengan merek yang telah terdaftar. Oleh karena itu, pendaftaran merek tidak hanya berfungsi sebagai bentuk perlindungan hukum, tetapi juga sebagai langkah preventif untuk menghindari sengketa di

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

masa yang akan datang.

Berdasarkan perspektif hukum, merek yang telah terdaftar memperoleh hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya. Hak eksklusif tersebut memberikan kewenangan kepada pemilik merek untuk menggunakan sendiri mereknya atau memberikan izin kepada pihak lain melalui mekanisme lisensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sebaliknya, merek yang tidak didaftarkan tidak memperoleh perlindungan hukum secara maksimal sehingga kedudukan pemilik usaha menjadi lebih lemah apabila terjadi perselisihan mengenai kepemilikan merek.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kurangnya sosialisasi mengenai pentingnya pendaftaran merek menjadi salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat kesadaran hukum pelaku usaha. Sebagian responden mengaku belum pernah mengikuti kegiatan penyuluhan atau memperoleh informasi yang memadai mengenai prosedur dan manfaat pendaftaran merek. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya peran aktif pemerintah, akademisi, dan instansi terkait untuk meningkatkan pemahaman hukum masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

Perbandingan Pelaku Usaha yang Mendaftarkan dan Tidak Mendaftarkan Merek

Pelaku usaha yang telah mendaftarkan mereknya memiliki kedudukan hukum yang lebih kuat dibandingkan dengan pelaku usaha yang belum melakukan pendaftaran. Merek yang telah terdaftar memperoleh hak eksklusif yang diberikan oleh negara sehingga pemiliknya memiliki perlindungan hukum apabila terjadi penggunaan tanpa izin oleh pihak lain.

Sebaliknya, pelaku usaha yang tidak mendaftarkan mereknya berpotensi menghadapi berbagai risiko hukum. Salah satu risiko yang paling sering terjadi adalah penggunaan atau pendaftaran merek oleh pihak lain yang dilakukan lebih dahulu. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha yang sebelumnya menggunakan merek tersebut dapat kehilangan hak atas nama usaha yang telah dibangun selama bertahun-tahun.

Dari sisi bisnis, pelaku usaha yang memiliki merek terdaftar juga lebih mudah memperoleh kepercayaan konsumen dan mitra usaha. Legalitas yang dimiliki menunjukkan bahwa usaha tersebut dijalankan secara profesional dan memiliki komitmen terhadap perlindungan hak kekayaan intelektual. Sebaliknya, usaha yang belum memiliki perlindungan merek cenderung menghadapi hambatan dalam pengembangan bisnis karena tidak memiliki kepastian hukum terhadap identitas usahanya.

Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat dipahami bahwa pendaftaran merek memberikan manfaat yang jauh lebih besar dibandingkan risiko yang harus dihadapi apabila merek tidak didaftarkan.

Analisis Berdasarkan Teori Kesadaran Hukum Soerjono Soekanto

Berdasarkan teori kesadaran hukum yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, kesadaran hukum masyarakat dapat diukur melalui empat indikator utama, yaitu pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan perilaku hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat indikator tersebut belum sepenuhnya terpenuhi oleh para pemilik coffee shop di Kota Serang.

Pada indikator pengetahuan hukum, sebagian besar responden telah mengetahui adanya aturan hukum yang mengatur mengenai merek dan pendaftaran merek. Namun demikian, pengetahuan tersebut masih bersifat umum dan belum disertai pemahaman yang memadai mengenai hak serta kewajiban yang timbul setelah suatu merek didaftarkan. Sebagian responden hanya mengetahui bahwa merek merupakan nama usaha tanpa

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

memahami bahwa merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual yang memperoleh perlindungan hukum dari negara.

Pada indikator pemahaman hukum, ditemukan bahwa mayoritas responden belum memahami secara menyeluruh mengenai prosedur pendaftaran merek, persyaratan administrasi, biaya pendaftaran, serta manfaat hukum yang diperoleh setelah merek terdaftar. Kurangnya pemahaman ini menyebabkan pelaku usaha tidak menjadikan pendaftaran merek sebagai prioritas dalam menjalankan usahanya.

Dari aspek sikap hukum, sebagian besar responden memiliki pandangan yang positif terhadap peraturan mengenai merek. Mereka menyetujui bahwa perlindungan hukum terhadap merek merupakan hal yang penting untuk menjaga keberlangsungan usaha. Akan tetapi, sikap positif tersebut belum diwujudkan dalam tindakan nyata berupa pendaftaran merek. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran normatif dan implementasi hukum dalam praktik.

Pada indikator perilaku hukum, terlihat bahwa tingkat kepatuhan hukum pelaku usaha masih tergolong rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan masih sedikitnya pemilik coffee shop yang telah mendaftarkan mereknya secara resmi. Rendahnya perilaku hukum ini menunjukkan bahwa kesadaran hukum pelaku usaha masih perlu ditingkatkan agar mampu mendorong kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Kesadaran Hukum Pemilik Coffee Shop

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat kesadaran hukum pemilik coffee shop terhadap pendaftaran merek. Faktor pertama adalah rendahnya tingkat pengetahuan hukum mengenai Hak Kekayaan Intelektual. Sebagian besar pelaku usaha belum memahami bahwa merek merupakan aset usaha yang memiliki nilai ekonomi dan perlindungan hukum apabila didaftarkan secara resmi.

Faktor kedua adalah persepsi mengenai biaya dan prosedur pendaftaran merek. Banyak responden beranggapan bahwa proses pendaftaran merek memerlukan biaya yang besar dan prosedur yang rumit. Persepsi tersebut menyebabkan pelaku usaha cenderung menunda pendaftaran merek meskipun mereka menyadari pentingnya perlindungan hukum terhadap usaha yang dijalankan.

Faktor ketiga adalah minimnya sosialisasi dari pemerintah dan instansi terkait. Sebagian besar responden mengaku belum pernah memperoleh penyuluhan hukum secara langsung mengenai pentingnya pendaftaran merek. Kurangnya informasi yang diterima menyebabkan pelaku usaha tidak mengetahui prosedur maupun manfaat yang dapat diperoleh dari pendaftaran merek.

Faktor berikutnya adalah budaya hukum masyarakat yang masih rendah. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha yang lebih memprioritaskan aspek operasional usaha dibandingkan aspek legalitas. Fokus utama pelaku usaha masih terletak pada peningkatan penjualan, pengembangan produk, dan perluasan pasar sehingga pendaftaran merek belum dianggap sebagai kebutuhan utama.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi yang belum dimanfaatkan secara optimal juga menjadi faktor

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

penyebab rendahnya kesadaran hukum. Meskipun informasi mengenai pendaftaran merek dapat diakses melalui berbagai media digital, masih banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan sumber informasi tersebut untuk meningkatkan pemahaman hukum mereka.

Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Pelaku Usaha terhadap Pendaftaran Merek

Peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha terhadap pendaftaran merek memerlukan peran aktif dari berbagai pihak, baik pemerintah, akademisi, maupun organisasi masyarakat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan sosialisasi dan penyuluhan hukum yang dilaksanakan secara berkelanjutan kepada pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah.

Dampak Ekonomi Pendaftaran Merek bagi Pemilik Coffee Shop

Pendaftaran merek tidak hanya memberikan perlindungan hukum bagi pemilik usaha, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi yang signifikan. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, merek yang terdaftar dapat meningkatkan nilai usaha karena memberikan identitas yang jelas dan membedakan produk atau jasa dari para pesaing. Bagi pemilik coffee shop, merek yang telah terdaftar dapat menjadi aset yang memiliki nilai komersial dan mampu meningkatkan daya saing usaha.

Merek yang kuat dan dikenal oleh masyarakat dapat membangun loyalitas konsumen. Konsumen cenderung memilih produk atau jasa yang memiliki identitas yang jelas karena dianggap lebih terpercaya. Dengan adanya perlindungan hukum terhadap merek, pelaku usaha juga memiliki kepastian dalam mengembangkan strategi pemasaran tanpa khawatir mereknya digunakan oleh pihak lain.

Selain itu, merek yang terdaftar dapat memberikan peluang kerja sama bisnis yang lebih luas. Pemilik coffee shop dapat menjalin kemitraan, waralaba (franchise), maupun kerja sama promosi dengan pihak lain karena memiliki legalitas yang jelas atas merek yang digunakan. Hal tersebut tentunya dapat meningkatkan nilai ekonomi usaha dan memperluas pangsa pasar.

Dengan demikian, pendaftaran merek tidak hanya berfungsi sebagai bentuk perlindungan hukum, tetapi juga sebagai instrumen yang mampu mendukung pertumbuhan ekonomi usaha secara berkelanjutan.

Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual perlu meningkatkan penyebaran informasi mengenai manfaat dan prosedur pendaftaran merek. Sosialisasi tidak hanya dilakukan melalui seminar atau penyuluhan tatap muka, tetapi juga melalui media sosial, situs web resmi, dan platform digital lainnya yang mudah diakses oleh masyarakat.

Perguruan tinggi juga dapat berperan dalam meningkatkan kesadaran hukum masyarakat melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Mahasiswa dan dosen dapat memberikan edukasi hukum serta pendampingan kepada pelaku usaha yang ingin melakukan pendaftaran merek. Kegiatan tersebut dapat membantu pelaku usaha memahami prosedur pendaftaran secara lebih mudah dan praktis.

Selain itu, perlu adanya pendampingan hukum bagi pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam proses pendaftaran merek. Pendampingan ini dapat dilakukan oleh pemerintah daerah, lembaga bantuan hukum, maupun organisasi profesi yang bergerak di bidang hukum dan Hak Kekayaan Intelektual.

Dengan adanya berbagai upaya tersebut, diharapkan tingkat kesadaran hukum pelaku usaha terhadap pentingnya pendaftaran merek dapat meningkat. Kesadaran hukum yang baik akan mendorong pelaku usaha untuk melindungi hak-haknya secara optimal sehingga mampu menciptakan iklim usaha yang sehat, aman, dan berdaya saing.

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

Apabila kondisi ini terus berlangsung, maka risiko terjadinya pelanggaran hak merek dan sengketa usaha akan semakin besar. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran hukum mengenai pendaftaran merek perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui edukasi, penyuluhan hukum, serta pendampingan kepada pelaku usaha. Dengan meningkatnya kesadaran hukum, diharapkan para pemilik coffee shop dapat memahami pentingnya pendaftaran merek sebagai instrumen perlindungan hukum dan sebagai aset yang memiliki nilai ekonomi bagi perkembangan usaha mereka.

Peran Pemerintah dalam Meningkatkan Kesadaran Hukum Pelaku Usaha

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran hukum masyarakat, khususnya pelaku usaha yang bergerak di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah. Salah satu bentuk peran tersebut adalah melalui penyelenggaraan program edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.

Melalui kegiatan penyuluhan hukum yang dilakukan secara berkelanjutan, pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat pendaftaran merek serta risiko yang dapat timbul apabila merek tidak didaftarkan. Kegiatan tersebut juga dapat membantu menghilangkan anggapan bahwa proses pendaftaran merek sulit dan memerlukan biaya yang sangat besar.

Selain sosialisasi, pemerintah juga dapat memberikan pendampingan teknis kepada pelaku usaha yang ingin mendaftarkan mereknya. Pendampingan tersebut dapat berupa konsultasi, bantuan administrasi, maupun penyediaan layanan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat.

Dengan adanya dukungan dari pemerintah, diharapkan kesadaran hukum pelaku usaha terhadap pentingnya pendaftaran merek dapat meningkat sehingga tercipta perlindungan hukum yang lebih baik bagi perkembangan dunia usaha di Indonesia.

Analisis Efektivitas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 terhadap Perlindungan Merek

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan dasar hukum yang mengatur perlindungan merek di Indonesia. Melalui undang-undang tersebut, negara memberikan kepastian hukum kepada pemilik merek yang telah melakukan pendaftaran secara resmi.

Secara normatif, ketentuan dalam undang-undang ini telah memberikan perlindungan yang cukup memadai. Pemilik merek yang terdaftar memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan mereknya serta memiliki hak untuk mengajukan gugatan apabila terjadi pelanggaran oleh pihak lain. Selain itu, sistem pendaftaran yang dilakukan secara elektronik juga memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan pendaftaran merek.

Meskipun demikian, efektivitas undang-undang tersebut masih menghadapi berbagai tantangan dalam pelaksanaannya. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat kesadaran hukum masyarakat mengenai pentingnya pendaftaran merek. Banyak pelaku usaha yang belum memahami manfaat hukum yang diberikan oleh negara sehingga belum memanfaatkan fasilitas perlindungan hukum yang tersedia.

Selain itu, masih terdapat persepsi bahwa proses pendaftaran memerlukan biaya yang tinggi dan prosedur yang rumit. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas suatu peraturan tidak hanya ditentukan oleh kualitas norma hukum, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap hukum yang berlaku.

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

Oleh karena itu, keberhasilan implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memerlukan dukungan dari berbagai pihak melalui sosialisasi, edukasi hukum, dan pendampingan kepada pelaku usaha agar perlindungan merek dapat berjalan secara optimal.

KESIMPULAN

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kesadaran hukum pemilik coffee shop terhadap pendaftaran merek di Kota Serang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran hukum para pelaku usaha masih tergolong rendah. Sebagian besar pemilik coffee shop belum memahami secara menyeluruh pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum terhadap identitas usaha yang mereka miliki. Meskipun sebagian responden telah mengetahui keberadaan peraturan mengenai merek, pemahaman tersebut belum diikuti dengan tindakan nyata berupa pendaftaran merek secara resmi kepada instansi yang berwenang.

Rendahnya tingkat kesadaran hukum tersebut terlihat dari masih sedikitnya pelaku usaha yang telah mendaftarkan mereknya. Sebagian besar responden beranggapan bahwa pendaftaran merek bukan merupakan kebutuhan yang mendesak karena usaha yang dijalankan masih berskala kecil. Selain itu, terdapat pandangan bahwa penggunaan merek dalam kegiatan usaha sehari-hari sudah cukup untuk menunjukkan kepemilikan atas merek tersebut. Padahal, berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia, hak eksklusif atas merek hanya diperoleh setelah merek tersebut didaftarkan secara resmi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi rendahnya kesadaran hukum pemilik coffee shop terhadap pendaftaran merek. Faktor-faktor tersebut meliputi kurangnya pengetahuan mengenai prosedur dan manfaat pendaftaran merek, minimnya sosialisasi dari pihak terkait, persepsi bahwa biaya pendaftaran merek relatif mahal, serta anggapan bahwa proses pendaftaran memerlukan waktu yang lama dan rumit. Selain itu, budaya hukum masyarakat yang masih mengutamakan aspek operasional usaha dibandingkan aspek legalitas turut memengaruhi rendahnya tingkat kepatuhan terhadap kewajiban pendaftaran merek.

Dari aspek hukum, pendaftaran merek memiliki peranan yang sangat penting dalam memberikan perlindungan terhadap identitas usaha. Merek yang telah terdaftar memperoleh perlindungan hukum dan hak eksklusif yang diberikan oleh negara sehingga pemilik merek memiliki kepastian hukum dalam menjalankan usahanya. Sebaliknya, merek yang tidak didaftarkan berisiko digunakan, ditiru, atau bahkan didaftarkan oleh pihak lain yang dapat menimbulkan sengketa hukum serta kerugian ekonomi bagi pelaku usaha.

Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif untuk meningkatkan kesadaran hukum pelaku usaha, khususnya pemilik coffee shop di Kota Serang. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penyuluhan hukum, sosialisasi mengenai pentingnya pendaftaran merek, serta pendampingan kepada pelaku usaha dalam proses pendaftaran merek. Dengan meningkatnya kesadaran hukum dan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan, diharapkan para pelaku usaha dapat memperoleh perlindungan hukum yang optimal serta mampu mengembangkan usahanya secara lebih aman, berkelanjutan, dan berdaya saing.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran. Pertama, kepada pemerintah dan instansi terkait agar lebih aktif melakukan sosialisasi mengenai pentingnya pendaftaran merek kepada pelaku usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah.

Kedua, kepada pemilik coffee shop di Kota Serang agar lebih meningkatkan kesadaran hukum mengenai pentingnya perlindungan merek sebagai aset usaha yang memiliki nilai ekonomi dan perlindungan hukum.

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

Ketiga, kepada perguruan tinggi agar terus berperan dalam memberikan edukasi hukum kepada masyarakat melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual.

Keempat, kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai efektivitas perlindungan hukum merek terhadap pelaku usaha mikro dan kecil di berbagai daerah di Indonesia sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kesadaran hukum masyarakat terhadap pendaftaran merek.

DAFTAR PUSTAKA

Budi Agus Riswandi. Hukum Merek di Indonesia. Yogyakarta: FH UII Press, 2010.

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com

Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin. Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004.

Friedman, Lawrence M. The Legal System: A Social Science Perspective. New York: Russell Sage Foundation, 1975.

Fuady, Munir. Teori-Teori Besar dalam Hukum (Grand Theory). Jakarta: Kencana, 2013.

Hadjon, Philipus M. Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.

Mertokusumo, Sudikno. Mengenal Hukum: Suatu Pengantar. Yogyakarta: Liberty, 2007.

Moleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rahardjo, Satjipto. Hukum dan Perubahan Sosial. Bandung: Alumni, 2009.

Saidin, O.K. Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights). Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.

Soekanto, Soerjono. Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Soekanto, Soerjono. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.

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

*) Ratu dewi anggraini: ratudewianggraini4@mail.com