

UPAYA PENINGKATAN PENGETAHUAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PENDAFTARAN MEREK DAGANG DI NAGARI SASAK DAN NAGARI KAPA

Delfiyanti, Khairani, Yasniwati dan Wetria Fauzi
Fakultas Hukum Universitas Andalas

Email: delfiyanti@law.unand.ac.id

ABSTRAK

Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat merupakan masyarakat yang hidup dari pertanian dan perdagangan. Masyarakat memperdagangkan hasil pertanian dan perkebunannya dari satu daerah ke daerah lain. Namun di samping itu, masyarakat juga kemudian mengolah hasil pertanian dan perkebunannya dalam bentuk makanan olahan. Selanjutnya makanan olahan tersebut dibuat dalam bentuk berbagai variasi makan seperti olahan makanan lokan yang merupakan andalan utama mereka dan juga berbentuk ripik dan rending daging dan sebagainya. Hal yang menjadi masalah adalah masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang perlunya pendaftaran hak merek dagang dan jasa terhadap produk tersebut. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang arti pentingnya pendaftaran hak merek dan dagang jasanya agar secara hukum masyarakat terlindungi. Metode kegiatan ini dilakukan melalui ceramah, diskusi dan pelatihan merek berdasarkan Undang-Undang No. Undang Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hasil kegiatan ini kemudian telah dapat menambah wawasan dan pemahaman masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat terkait dengan prosedur serta proses pendaftaran hak merek dagang dan jasa terhadap produk makanan yang mereka buat dan diperdagangkan sehingga membantu meningkatkan perekonomian masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa.

Kata Kunci : *pelatihan, pendaftaran merek dagang dan jasa, nagari sasak dan kapa*

Efforts to Improve Community Knowledge through Training on Trademark in The Sasak and Kapa Village

ABSTRACT

The people of Nagari Sasak and Nagari Kapa, Sasak Ranah Pasisie District, West Pasaman Regency live from agriculture and trade. Communities trade their agricultural and plantation products from one area to another. However, the community also then processes agricultural and plantation products in the form of processed food. Furthermore, these processed foods are made in various types of food, such as processed food, which is their central mainstay and in the form of ripik and rending meat, and so on. The problem is that many people do not understand the need to register trademark rights and services for these products. The purpose of this service is to provide understanding to the public about the importance of registering registration rights and trade services so that the community is legally protected. The activity method is carried out through lectures, discussions, and training based on Law No. Law No. 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications. The results of this activity then have added insight and understanding to the people of Nagari Sasak and Nagari Kapa, Sasak Ranah Pasisie District, West Pasaman Regency regarding the procedures and processes for registering trademark rights and services for the food products they make and helping to help improve the economy of the Nagari Sasak and Nagari communities Kapa.

Keywords: *training, brand registration of good and service, The Sasak and Kapa Village.*

PENDAHULUAN

Pengaturan hukum merek di Indonesia selalu mengalami perubahan, pada era pemerintahan Hindia Belanda terdapat dalam “*Reglement Industriële Eigendom*” (Reglemen Milik perindustrian) yang diundangkan dengan *Staatsblad* tahun 1912 Nomor 545 (disingkat Stb.1912/545) yang merupakan duplikat Undang-undang merek Belanda (*Merkenwet*) (Yahya Harahap, 1992). Reglemen ini, lebih di kenal dengan peraturan Milik Perindustrian tahun 1912. Reglemen ini hanya terdiri dari 27 pasal sehingga banyak hal - hal yang belum jelas pengaturanya, misal belum mengatur tentang merek jasa, pemalsuan merek, ganti rugi dan pemindahannya. Sistem yang di anut adalah “deklaratif” yang memberikan perlindungan bagi pihak yang memakai merek pertama kali. Pada era setelah kemerdekaan, perlindungan merek mulai diatur dalam Undang-undang Nomor 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan yang diundangkan pada tanggal 11 Oktober 1961.

Menurut (Gautama, 1997), Undang-Undang nomor 21 tahun 1961 dapat dikatakan merupakan pengoperan ketentuan-ketentuan dalam Peraturan Milik Perindustrian tahun 1912 yang terdiri dari 24 pasal sehingga mengandung banyak kekurangan. Undang-undang No 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan mengenal penggolongan barang-barang dalam 35 kelas yang sejalan dengan klasifikasi internasional berdasarkan persetujuan pendaftaran merek di Nice, Perancis pada tahun 1957 yang di ubah di Stockholm Tahun 1961 dengan penyesesuaian kondisi di Indonesia. Pada tanggal 28 Agustus 1992 diundangkan undang-undang nomor 19 tahun 1992 tentang merek yang berlaku efektif pada 1 April 1993. Undang-undang No 19 Tahun 1992 tentang merek menggantikan Undang-undang No 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan. Berkaitan dengan kepentingan reformasi undang-undang merek, indonesia turut serta meratifikasi perjanjian internasional tentang merek, yaitu *word intellectual property organitation* (WIPO) .

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis maka pengertian merek adalah 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 di produksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Selanjutnya berdasarkan Pasal 1 ayat (2), (3) dan (4) maka merek dibedakan atas: 1. 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, 2. 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, dan 3. 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.

Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat merupakan suatu daerah yang berpotensi dalam perdagangan dimana sebagian besar masyarakatnya mengolah berbagai bahan makanan yang kemudian diperdagangkan. Sedangkan asal mula nagari ini berdasarkan keterangan dari Tim Pemekaran Nagari, asal usul nama Ranah Pasisie berasal dari tata letak, karena Nagari Ranah Pasisie merupakan penggabungan dua kejurongan yaitu Jorong Pasa Lamo dan Jorong Pondok yang terletak di bagian pinggir pantai (Ranah Pasisie). Menurut cerita dari masyarakat asal usul nama Pasa Lamo berasal dari Pasar yang sudah dipindahkan, bahwasanya pada zaman Belanda daerah Pasa Lamo ini merupakan sebuah pasar yang banyak didatangi oleh pedagang dari luar seperti Pariaman, Tiku, dan daerah lainnya dengan menggunakan perahu dan kapal, setelah penjajahan Belanda berakhir kemudian datang penjajahan dari Jepang yang memindahkan pasar tersebut ke arah ujung barat daya (Muaro saat ini) maka daerah pasar yang ditinggalkan tersebut diberi nama Pasa Lamo.

Secara geografis Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat terletak antara 00°14'15" LU, 00°03'30" LS dan 99°35'00" BT s/d 99°42'20" BT, dengan luas wilayah 24, 46 km² sedangkan secara administrasi Pemerintahan Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat berbatasan dengan (Perangkat Nagari Persiapan Ranah Pasisie, 2017) yaitu: a. Sebelah Utara : Nagari Sasak, Nagari Persiapan Padang Harapan, b. Sebelah Timur: Nagari Persiapan Sungai Talang, c. Sebelah Selatan: Samudra Hindia, dan d. Sebelah Barat: Nagari Persiapan Maligi

Sedangkan jarak tempuh Pusat Pemerintah Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat ke beberapa Wilayah Pemerintah (Perangkat Nagari Persiapan Ranah Pasisie, 2017) yaitu; a. Jarak tempuh Pusat Pemerintahan Ke Kecamatan : 5 Km, b. Jarak dari Ibu Kota Kabupaten : 26 Km, c. Jarak dari Ibu Kota Provinsi : 196 Km

Dilihat dari Kondisi Topografi secara keseluruhan Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat berada di dataran rendah bibir pantai dengan ketinggian 0-6 mdpl dari permukaan laut. Jumlah penduduk Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat sebanyak 974 KK dengan 3808 jiwa diantaranya 1903 laki – laki dan 1794 perempuan.

Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat memiliki dua sungai yaitu sungai batang kapar dan sungai batang ampu yang dimanfaatkan oleh masyarakat nagari persiapan Ranah Pasisie untuk beraktivitas baik itu dalam mencari nafkah maupun dalam aktifitas sehari-hari. Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat sebuah Nagari yang terletak di pinggir pantai samudera hindia yang terbentang dari bancah galinggang hingga ujung Muaro Tanjung yang menjadikan Nagari ini mempunyai wisata pantai yang bagus, yaitu Wisata Pantai. Masyarakat nagari ini sebagian besar berprofesi sebagai perdagangan dimana masyarakat mengolah berbagai bahan makanan dan diperjualbelikan dalam masyarakat. Perdagangan inilah yang menghidupkan perekonomian masyarakat nagari sasak dan nagari kappa (Perangkat Nagari Persiapan Ranah Pasisie, 2017) .

Tujuan kegiatan pengabdian pelatihan merek dagang dan usaha ini yaitu: 1. Menambah pemahaman dan wawasan orang tua dan masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat tentang Merek di tinjau dari Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 dan bagaimana prosedur pendaftaran merek tersebut, dan 2. Meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang arti penting hukum dalam kerangka Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek sesuai dengan aturan hukum internasional dan hukum nasional Indonesia.

METODOLOGI

Kegiatan ini dilakukan secara tatap muka langsung di dalam ruangan dengan metode diskusi dan praktik langsung (Sari dkk, 2020). Kegiatan ini berlangsung pada hari Kamis tanggal 09 Agustus 2019 di Kantor Camat Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat dengan melibatkan seluruh anggota tim beserta nara sumber kegiatan. Kegiatan berjalan dari pukul 10 pagi hingga pukul 4 sore. Kegiatan ini berlangsung dalam 3 (tiga) tahap yaitu dari tahap persiapan awal sampai penulisan laporan akhir dengan kegiatan sebagai berikut :

- a. Tahap persiapan meliputi kegiatan sebagai berikut:
 - i. Mengunjungi lokasi khalayak sasaran untuk merundingkan pelaksanaan kegiatan ini dengan Camat, Wali Nagari dan perangkat/stafnya, pelaksanaan, tempat pelaksanaan, peserta dan lain-lain.
 - ii. Pertemuan tim untuk membahas rencana kerja.
 - iii. Mengurus administrasi pelaksanaan kegiatan pengabdian.
 - iv. Menghubungi pihak terkait dan peserta pengabdian.
 - v. Merancang dan menyiapkan materi pengabdian.
 - vi. Menyiapkan peralatan dan sarana pengabdian.
- b. Tahap pelaksanaan kegiatan
Pada tahap ini akan direncanakan pelaksanaan pelatihan melalui metode ceramah, praktek dan pelatihan kepada para peserta dengan hari pelaksanaan ditentukan kemudian.
- c. Tahap evaluasi dan penyusunan laporan
Setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi untuk melihat apakah ada pengaruh pelatihan terhadap peningkatan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan aparat pemerintahan nagari maupun masyarakat setempat. Setelah itu dibuat laporan kegiatan secara tertulis.
Sedangkan teknik analisis data menggunakan metode analisis data kualitatif. Pengolahan dan analisis data kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Setelah data dianalisis, selanjutnya akan ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode berpikir deduktif, yaitu suatu pola berpikir yang berdasarkan pada hal-hal yang umum (Siregar, 2020).

Anggota atau khalayak sasaran yang dilibatkan dalam kegiatan pelatihan ini adalah :

1. Perangkat Masyarakat dan Pedagang serta Pelaku Usaha Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat .
2. Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat secara umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Pasal 1 angka (5) UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis 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.

Selanjutnya pengertian merek yang di atur dalam pasal 15 persetujuan TRIP's di jelaskan yaitu: *"Any sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings, shall be capable of constituting a trademark. Such signs, in particular words including personal names, letters, numerals, figurative elements and combinations of colours as well as any combination of such signs, shall be eligible for registration as trademarks. Where signs are not inherently capable of distinguishing the relevant goods or services, Members may make registrability depend on distinctiveness acquired through use. Members may require, as a condition of registration, that signs be visually perceptible"* (Janed, 2006)

Dengan demikian merek harus merupakan suatu tanda yang dapat dicantumkan pada barang bersangkutan atau kemasan dari barang itu. Jika suatu barang hasil produksi perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembedaan, maka dianggap bukan suatu merek. Oleh karena itu, tidak semua tanda yang memenuhi daya pembeda dapat didaftar sebagai sebuah merek (Djumhana, 1997).



Gambar 1. Suasana Pelatihan Hak Merek Bagi Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa



Gambar 2. Pemaparan oleh Narasumber terkait dengan Pelatihan Merek Barang Dagang dan Jasa



Gambar 3. Suasana selesai Pelatihan Merek Barang Dagang dan Jasa Bagi Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa



Gambar 4. Suasana selesai Pelatihan Merek Barang Dagang dan Jasa Bagi Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa

Pada perdagangan barang, merek sebagai salah satu bentuk karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Merek memiliki nilai yang strategis dan penting baik bagi produsen maupun konsumen. Bagi produsen, merek selain untuk membedakan produknya dengan produk perusahaan lain yang sejenis, juga dimaksudkan untuk membangun citra perusahaan dalam pemasaran. Bagi konsumen, merek selain mempermudah pengidentifikasian juga menjadi simbol harga diri. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan pilihan barang dari merek tertentu, cenderung untuk menggunakan barang dengan merek tersebut seterusnya dengan berbagai alasan seperti karena sudah mengenal lama, terpercaya kualitas produknya, dan lain - lain sehingga fungsi merek sebagai jaminan kualitas semakin nyata (Djumhana, 2006).

Selanjutnya dalam Pasal 4 UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tentang syarat dan tata cara permohonan Merek didalam undang – undang merek baru diatur yaitu :

1. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.
2. Dalam Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:
 - a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
 - b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
 - c. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
 - d. warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
 - f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
3. Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
4. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label Merek dan bukti pembayaran biaya.
5. Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
6. Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut.
7. Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
8. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pendaftarannya.
9. Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam hal berdasarkan Pasal 5 UU No. 20 tahun 2016 permohonan diajukan oleh lebih dari satu Pemohon yang secara bersama-sama berhak atas 4 / 56 Merek tersebut, semua nama Pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat Pemohon. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditandatangani oleh salah satu dari Pemohon yang berhak atas Merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para Pemohon yang mewakilkan. Permohonan sebagaimana

dimaksud pada ayat (1) yang salah seorang pemohonnya atau lebih warga negara asing dan badan hukum asing yang berdomisili di luar negeri wajib diajukan melalui Kuasa.

Dalam hal Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan melalui Kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas Merek tersebut.

Berdasarkan Pasal 6 dalam hal Permohonan untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu Permohonan. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya. Ketentuan lebih lanjut mengenai kelas barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri. Pada Pasal 7 lebih lanjut dinyatakan bahwa permohonan dan hal yang berkaitan dengan administrasi Merek yang diajukan oleh Pemohon yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia wajib diajukan melalui Kuasa. Pemohon sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib menyatakan dan memilih alamat Kuasa sebagai domisili hukum di Indonesia. Sesuai dengan Pasal 20 maka Merek tidak dapat didaftar jika :

- 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 di produksi;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Merek mempunyai peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan penanaman modal. Merek dengan brand imagenya dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas dari suatu produk, sebab merek (*branding*) menjadi semacam “penjual awal” bagi suatu produk kepada konsumen. Dalam era persaingan sekarang ini memang tidak dapat lagi di batasi masuknya produk-produk dari luar negeri ke Indonesia karena fenomena tersebut sebetulnya sudah jauh di prediksi oleh Kanichi Ohmae yang menyatakan “*bahwa pada masa mendatang dunia tidak lagi bisa dibatasi oleh apapun juga*” dan prediksi tersebut saat ini sudah nampak kebenarannya. Merek sebagai aset perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan besar bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan manajemen yang baik. Dengan semakin pentingnya peranan merek maka terhadap merek perlu diletakkan perlindungan hukum yakni sebagai objek yang terhdapnya terkait hak hak perseorangan ataupun badan hukum.

Dengan berkembangnya dunia perdagangan yang pesat dan sejalan dengan laju pertumbuhan ekonomi di masing-masing negara, tentunya akan memberikan dampak di bidang perdagangan terutama karena adanya kemajuan di bidang teknologi,

informasi, komunikasi dan transportasi yang mana sebagai bidang tersebut merupakan faktor yang memicu globalisasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI).

Dalam kenyataan merek terkenal biasanya didahului oleh reputasi dan good will yang melekat pada perkenalan tersebut. Merek yang mempunyai “good will” yang tinggi akan mampu memberikan keuntungan yang luar biasa bagi perusahaan, meskipun sebetulnya merek adalah sesuatu yang tidak dapat diraba (*intangible*). Sebuah merek akan menjelma menjadi aset capital semata-mata hanya berdasarkan pada good will, oleh karena itu menurut *Lendsford* menyebutkan bahwa perusahaan yang telah memiliki reputasi merek yang tinggi (*higher reputation*) akan memiliki aset kekayaan yang luar biasa hanya berdasarkan pada good will dari merek tersebut.

Produk atau jasa yang bermerek saling lebih dahulu diiklankan dan dijual, walaupun produk atau jasa tersebut secara fisik belum tersedia di pasaran Negara tertentu. Media penyebaran dan periklanan modern menjadi semakin tidak di batasi oleh batas-batas nasional mengingat canggihnya komunikasi teknologi dan frekuensi orang bepergian atau mengadakan perjalanan melintas dunia. pemilik produk atau jasa yang bermerek banyak memanfaatkan berbagai event-event yang banyak di tonton orang untuk memasarkan merek mereka sehingga orang yang melihat merasa tertarik untuk membeli produk atau menggunakan jasa dari suatu merek yang di iklankan tersebut.

Ditinjau dari aspek hukum masalah merek menjadi sangat penting, sehubungan dengan persoalan perlu adanya perlindungan hukum dan kepastian hukum bagi pemilik atau pemegang merek dan perlindungan hukum terhadap masyarakat sebagai konsumen atas suatu barang atau jasa yang memakai suatu merek agar tidak terkecoh oleh merek-merek lain, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa masalah penggunaan merek terkenal oleh pihak yang tidak berhak, masih banyak terjadi di Indonesia dan kenyataan tersebut benar-benar disadari oleh pemerintah, tetapi dalam praktek banyak sekali kendala-kendala sebagaimana dikatakan oleh A Zen Umar Purba (mantan Dirjen HaKI) bahwa Law Enforcement yang lemah. Memang tidak dapat selamanya dijadikan alasan tetapi yang perlu diperhatikan adalah mengapa hal itu bisa terjadi ?. Hal itu tidak dapat dilepaskan dari sisi historis masyarakat Indonesia yang sejak dahulu adalah masyarakat agraris, sehingga terbiasa segala sesuatunya dikerjakan dan dianggap sebagai milik bersama, bahkan ada anggapan dari para pengusaha home industri bahwa merek adalah mempunyai fungsi sosial. Pada satu sisi keadaan tersebut berdampak positif tetapi pada sisi lain justru yang anggapan demikian itu menyebabkan masyarakat kita sering berpikir kurang ekonomis dan kurang inovatif.

Sebagaimana diketahui bahwa dalam dunia usaha tujuan utama adalah untuk mencari keuntungan, maka banyak sekali industri yang kurang memahami arti penting hubungan antara pengusaha, konsumen dan masyarakat akan berperilaku “profit oriented” semata tanpa memperhatikan aspek-aspek yang lain tetapi lebih mementingkan kepentingan sendiri tanpa menghiraukan kepentingan pihak-pihak yang lain dan yang lebih mendorong mereka untuk melakukan hal tersebut adalah tersedianya konsumen yang menggunakan produk mereka.

Suatu merek bagi produsen barang atau jasa sangat penting, karena berfungsi untuk membedakan antara barang atau jasa satu dengan yang lainnya serta berfungsi sebagai tanda untuk membedakan asal-usul, citra reputasi maupun bonafiditas diantara perusahaan yang satu dengan yang lainnya yang sejenis. Bagi konsumen dengan makin beragamnya barang dan jasa yang berada di pasaran melalui merek dapat diketahui

kualitas dan asal-usul dari barang tersebut. Dalam kamus bahasa Indonesia Merek diartikan sebagai tanda yang dikenalkan oleh pengusaha (pabrik, produsen) pada barang-barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal atau cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya. Secara yuridis pengertian merek tercantum dalam pasal 1 ayat (1) UU No. 15 tahun 2001 yang berbunyi : *“Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa”*.

Di samping itu, pendaftaran merek merupakan suatu cara pengamanan oleh pemilik merek yang sesungguhnya, sekaligus perlindungan yang diberikan oleh negara. Didalamnya memuat substansi yang esensial berkenaan dengan proses pendaftaran itu, yaitu adanya tenggang waktu antara pelaksanaan pengajuan, penerimaan dan pengumuman. Ketiga tahap itu dapat mempengaruhi sikap pihak ketiga atas terdaptarnya suatu merek, sehingga terbuka kemungkinan untuk diadakannya pembatalan pendaftaran suatu merek. Sejauh mana perlindungan hukum atas merek dapat tercermin dari cara bagaimana pendaftaran merek itu membawa implikasi terhadap pengakuan dan pembatalannya.

Wujud perlindungan lainnya dari negara terhadap pendaftaran adalah merek hanya dapat didaftarkan atas dasar permintaan yang diajukan pemilik merek yang beritikad baik. Hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Merek pasal 4 bahwa *‘merek tidak dapat didaftar atas permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik’*.

Di pasaran sering di temui barang yang meniru dan menyerupai merek terkenal yang dapat menimbulkan kekeliruan bagi masyarakat tentang kebenaran barang yang dibelinya tersebut. Akibat dari tindakan ini menimbulkan kerugian baik bagi pemilik merek sesungguhnya, maupun bagi konsumen karena telah tertipu atas kualitas barang yang telah dibelinya tersebut.

Dalam konstruksi hukum, tindakan ini dapat dikategorikan sebagai suatu perbuatan melanggar hukum (*on rechmatige daad*), yang oleh yurisprudensi di Indonesia diartikan secara luas, yaitu setiap perbuatan yang dipandang sebagai tidak patut, tidak wajar, atau tidak putus dalam pergaulan masyarakat. Sebagai suatu perbuatan melawan hukum, dapat dituntut tanggung jawab yang direalisasikan berupa penggantian kerugian di hadapan pengadilan dan perintah untuk menghentikan pemakaian merek yang dipandang melanggar hukum.

Selanjutnya, terkait dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini sudah berlangsung dalam 3 (tiga) tahap yaitu :

a. Tahap persiapan meliputi kegiatan sebagai berikut :

1. Mengunjungi lokasi khalayak sasaran untuk merundingkan pelaksanaan kegiatan ini dengan Camat, Wali Nagari dan perangkat/stafnya, pelaksanaan, tempat pelaksanaan, peserta dan lain-lain.
2. Pertemuan tim untuk membahas rencana kerja.
3. Mengurus administrasi pelaksanaan kegiatan pengabdian.
4. Menghubungi pihak terkait dan peserta pengabdian.
5. Merancang dan menyiapkan materi pengabdian.
6. Menyiapkan peralatan dan sarana pengabdian.

b. Tahap pelaksanaan kegiatan

Pada tahap ini pelaksanaan pelatihan melalui metode ceramah, praktek dan pelatihan kepada para peserta dengan hari pelaksanaan ditentukan kemudian. Anggota atau khalayak sasaran yang dilibatkan dalam kegiatan pelatihan ini adalah :

1. Perangkat Masyarakat dan Pedagang serta Pelaku Usaha Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat .
2. Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat secara umum.

Pelatihan ini akan diadakan di Kantor Kantor Camat Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat dan diharapkan akan di respon positif oleh warga. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan bertemakan “Pelatihan Prosedur Pendaftaran Merek Dagang dan Jasa Pada Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat” telah dilakukan pada Hari Kamis tanggal 09 Agustus 2019 di Kantor Camat Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat dengan melibatkan seluruh anggota tim beserta nara sumber kegiatan.

Kegiatan sosialisasi tersebut berjalan dengan lancar dan dihadiri oleh Camat Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat yang masih kurang mengetahui dan memahami tentang apa itu Merek dan bagaimana pengaturan merek menurut hukum yang berlaku. Setelah kegiatan sosialisasi tersebut selesai dilaksanakan maka masyarakat mulai memahami ketentuan-ketentuan tentang merek serta sudah mulai memahami prosedur serta mekanis pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Merek yang berlaku sekarang yaitu Undang – Undang No. 20 Tahun 2016.

Tabel 1. Kondisi Masyarakat Sebelum dan Setelah Mengikuti Pelatihan

Kondisi Saat Ini	Pelatihan dan Sosialisasi Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek	Kondisi Setelah Kegiatan
Permasalahan : a. Masih kurangnya pemahaman dan pengetahuan terkait dengan merek dan aspek hukum dari merek pada masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat.	Sosialisasi ini dilaksanakan dalam rangka mengoptimalkan dan meningkatkan pengetahuan / wawasan/ pemahaman aparat dan masyarakat setempat yaitu Masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat UU No. 20 Tahun 2016 beserta prosedur pendaftaran merek yang diatur dalam Undang-Undang tersebut.	Perangkat Nagari, orang tua dan masyarakat mengetahui bagaimana UU No. 20 Tahun 2016 mengatur segala sesuatu yang terkait dengan merek beserta prosedur pendaftaran merek yang diatur dalam Undang-Undang tersebut.
b. Masih adanya keterbatasan kemampuan dan pengetahuan tentang bagaimana bentuk perlindungan terhadap merek berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 beserta prosedur pendaftaran merek yang diatur dalam Undang-Undang tersebut.	Bentuk Kegiatan : 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Pelatihan	

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan merek dagang dan jasa yang sudah berlangsung terhadap masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa Kecamatan Sasak Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat dalam suatu bentuk kegiatan ceramah, diskusi dan pelatihan. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini masyarakat sekarang menjadi paham dan pengetahuannya menjadi meningkat tentang pentingnya masyarakat untuk mendaftar merek dagangan yang mereka hasilkan sehingga produk dagang mereka dapat dipasarkan secara lebih luas. Hal yang terpenting selanjutnya adalah timbulnya kesadaran hukum dalam masyarakat bahwa melalui pendaftaran hak merek dagang ini maka produk yang mereka hasilkan terlindungi secara hukum sehingga apabila terjadi sengketa mengenai kepemilikan suatu merek terdapat suatu kepastian hukum.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami para penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua Program Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Andalas atas kesempatan yang telah diberikan bagi kami untuk melakukan peningkatan wawasan melalui pelatihan merek dagang ini. Khususnya terima kasih juga kepada masyarakat Nagari Sasak dan Nagari Kapa yang telah bersedia untuk menerima kami sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik. Tidak lupa terima kasih kami kepada Tim Buletin Ilmiah Nagari Membangun yang telah memberikan kesempatan untuk mempublikasikan hasil kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Djumhana, Muhammad dan R. Djubaedillah. 1997. Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia. PT Citra Aditya Bakti. Bandung : 160.
- Djumhana, M.D. 2006. Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. PT Citra Aditya Bakti Bandung : 78.
- Gautama, S. 1997. Hukum Perdata Internasional. PT Citra Aditya Bakti. Bandung : 30.
- Janed, R.J. 2006. Hak kekayaan Intelektual (Penyalahgunaan Hak Eksklusif), FH Unair. Surabaya : 162.
- Perangkat Nagari Persiapan Ranah Pasisie. 2017. Profil Nagari Persiapan Ranah Pasisie: 3-4.
- Sari, M.K. 2020. Upaya Peningkatan Literasi Mahasiswa Melalui Pelatihan Menulis Kreatif di Kota Padang Panjang, *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 3 (2) : 110.

Siregar, S. Sahuri. 2020. Penyusunan Produk Hukum Sebagai Kewenangan Pemerintahan Nagari di Kecamatan Bayang Kabupaten Pesisir Selatan : 124.

Undang - Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.