

PELINDUNGAN MEREK KOLEKTIF ALEKOT TERHADAP PENINGKATAN PRODUK LOKAL DESA SILLU KABUPATEN KUPANG DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Kezya Bethlin Ratoe Oedjoe¹, Yossie M.Y. Jacob², Chatryen M. Dju Bire³

Ilmu Hukum

Universitas Nusa Cendana

Jl. Adisucipto, Penfui, Kecamatan Alak, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur (NTT), 85001.

kezyabethlin@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the form of legal protection for the Alekot Collective Trademark and its impact on the improvement of local products in Sillu Village, Kupang Regency, as reviewed under Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. The Alekot Collective Trademark is jointly owned and used by the Paloil Tob Forest Farmer Group in producing cashew nut products as a local superior commodity. This study employs an empirical legal research method with a sociological legal approach. Data were obtained through direct interviews with relevant respondents, including officials from the Ministry of Law of East Nusa Tenggara, village authorities, and members of the farmer group, supported by library research. The results indicate that legal protection for the Alekot Collective Trademark is implemented through trademark registration with the Directorate General of Intellectual Property, which provides legal certainty and exclusive rights to the group. This legal protection has a positive impact on the development of local products, including improving product quality, expanding market access, strengthening regional product identity, and increasing the economic value and welfare of farmer group members. Therefore, the Alekot Collective Trademark plays an important role not only as a legal protection mechanism but also as a means of empowering the local economy and supporting sustainable regional development.

Key words: *Legal Protection, Collective Trademark, Local Products, Alekot Cashew Nuts, Law Number 20 of 2016.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap Merek Kolektif Alekot serta dampaknya terhadap peningkatan produk lokal di Desa Sillu, Kabupaten Kupang, ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek Kolektif Alekot merupakan merek yang dimiliki dan digunakan secara bersama oleh Kelompok Tani Hutan Paloil Tob dalam memproduksi kacang mete sebagai produk unggulan daerah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan pendekatan sosiologis hukum. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden terkait, yaitu pihak Kementerian Hukum Nusa Tenggara Timur, pemerintah desa, serta anggota kelompok tani, dan didukung dengan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap Merek Kolektif Alekot diwujudkan melalui pendaftaran merek pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, yang memberikan kepastian hukum serta hak eksklusif kepada kelompok untuk menggunakan merek tersebut. Perlindungan hukum ini berdampak positif terhadap peningkatan produk lokal, antara lain meningkatkan kualitas produk, memperluas pemasaran, memperkuat identitas produk daerah, serta meningkatkan nilai ekonomi dan kesejahteraan anggota kelompok tani. Dengan demikian, Merek Kolektif Alekot berperan penting sebagai instrumen perlindungan hukum sekaligus sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Merek Kolektif, Produk Lokal, Kacang Mete Alekot, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.*

PENDAHULUAN

Kekayaan intelektual merupakan hasil karya dari manusia dari proses berpikir, berbuat dan bertindak. Hasil karya tersebut berupa ide, barang dan jasa atas hasil dari proses intelektualitas. Bentuk kekayaan intelektual berupa merek, paten, indikasi geografis, desain industri, hak cipta, rahasia dagang dan desain tata letak sirkuit terpadu.

Indonesia sebagai negara berhukum menjamin adanya perlindungan hukum bagi kekayaan intelektual yang dibuat oleh semua warga negaranya. Hasil karya intelektual tersebut memberikan hak atas kekayaan intelektual yang hanya bisa dimiliki oleh pemilik, yaitu orang atau kelompok tertentu.

Wujud dari negara hukum tergambar dengan hadirnya negara dalam mengatur tatanan kehidupan bangsa melalui berbagai produk perundang-undangan yang dibuat untuk mengatur tatanan hidup berbangsa dan bernegara guna memberikan perlindungan hukum dan kepastian hukum bagi seluruh aspek kehidupan masyarakat. Produk hukum awal yakni Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek, selain ini terdapat peraturan ratifikasi yakni Indonesia meratifikasi Konvensi Paris [*Paris Convention for the Protection of Industrial Property (Stockholm Revision 1967)*] berdasarkan Keputusan Presiden No. 24 Tahun 1979. Partisipasi Indonesia dalam Konvensi Paris saat itu belum penuh karena Indonesia membuat pengecualian (reservasi) terhadap sejumlah

ketentuan, yaitu Pasal 1-12, dan Pasal 28 ayat (1).¹ Selain itu ada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) yang salah satu lampiran membahas mengenai *intellectual property right* (hak atas kekayaan intelektual).

Perdagangan merupakan kegiatan bisnis yang selalu mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Sektor ini yang senantiasa maju dan meluas berkaitan dengan aktivitas ekonomi dan interaksi antara para pemangku kepentingan untuk meraih keuntungan. Para profesional di bidang kreatif perlu menyadari betapa pentingnya perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual guna menjaga keaslian gagasan mereka. Hak kekayaan intelektual berfungsi sebagai alat untuk melindungi gagasan-gagasan yang dimiliki oleh individu yang bergerak di sektor kreatif. Dengan melakukan pendaftaran atas gagasan mereka di lembaga kekayaan intelektual, para pencipta tidak perlu khawatir akan kemungkinan ide mereka diambil alih oleh orang lain.²

Hak kekayaan intelektual adalah hak yang berasal dari hasil pemikiran manusia, pemikiran tersebut menghasilkan karya yang berguna bagi masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, benda-benda yang termasuk kategori hak kekayaan intelektual adalah suatu karya yang lahir dari pemikiran dan inovasi manusia. Dalam dunia ilmu pengetahuan, kecerdasan manusia dianggap sebagai kekayaan intelektual yang dapat dimiliki individu sebagai hak miliknya. Jadi dapat diartikan

¹ Kementerian Hukum Republik Indonesia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Sejarah DJKI, <https://www.dgip.go.id/tentang-djki/sejarah-djki> diakses pada Selasa, 11 Februari, 2025 pada Pukul 12.45 WITA.

² Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik

Indonesia, Pentingnya Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif, Selasa, 19 Oktober 2021, <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya-Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif> diakses pada Selasa, 11 Februari, 2025 pada Pukul 12.45 WITA

bahwa, kekayaan intelektual adalah sumber daya yang muncul dari atau diciptakan melalui ide dan kreativitas manusia. Ini menjadikan kekayaan intelektual berbeda dari jenis aset lain yang juga bisa dimiliki oleh individu tetapi tidak dihasilkan dari kecerdasan tersebut.

Berbagai karya intelektual yang dihasilkan oleh masyarakat mempunyai rezimnya masing-masing, dan salah satunya adalah karya intelektual yang dihasilkan berupa "Merek". 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 membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.³ Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan kalau merek adalah tanda yang digunakan untuk membedakan suatu produk dari produk lainnya dalam dunia perdagangan atau bisnis. Mengingat tujuan dari penggunaan "merek," signifikansi merek untuk produk menjadi terlihat jelas. Dengan demikian, pemerintah, melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis, bertujuan untuk memastikan adanya perlindungan hukum serta kepastian bagi "merek" yang digunakan atau dimiliki oleh suatu produk.

Seiring dengan kemajuan ekonomi dan sektor industri yang semakin modern, tidak ada perusahaan atau pelaku usaha yang tidak menggunakan merek sebagai identitas untuk produk yang dihasilkan atau jasa yang

diberikan. Merek memberikan ciri khas kepada sebuah jasa atau produk yang membantu konsumen atau masyarakat dalam mengenali dan memperolehnya dengan lebih mudah.

Melihat pentingnya sebuah merek atas sebuah produk/jasa dalam dunia perdagangan, maka hal tersebut menjadi sebuah kebutuhan bagi para pelaku usaha untuk secara serta merta dalam mengusahakan sebuah produk/jasa tentu akan menggunakan sebuah merek pada produk/jasanya. Namun sekalipun merek pada produk/jasa tersebut merupakan milik/desain sendiri secara pribadi untuk keperluan pada produk/jasanya, tetapi tidak secara otomatis bisa diklaim sebagai miliknya jika tidak memperoleh perlindungan hukum. Artinya bahwa sebuah merek tanpa perlindungan hukum tidak dapat diklaim sebagai hak/milikinya sekalipun merupakan desainnya sendiri. Namun sebaliknya orang/pihak lain juga dapat menggunakan secara bebas merek tersebut.

Untuk itulah perlu ada upaya perlindungan terhadap sebuah merek yang telah didesain untuk digunakan pada sebuah produk/jasa yang diusahakan oleh pelaku usaha guna mendapatkan hak perlindungan hukum atas merek tersebut.

Provinsi Nusa Tenggara Timur adalah salah satu provinsi di Indonesia yang terdapat 1175 merek terdaftar yang dimiliki oleh para pelaku usaha yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur, baik Merek Dagang, Merek Jasa dan Merek Kolektif. Secara khusus di Nusa Tenggara Timur untuk Merek Kolektif telah diajukan permohonan pendaftaran sebanyak

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

17 Merek Kolektif, salah satunya adalah Merek Kolektif “Alekot” yang bergerak di bidang usaha memproduksi kacang Mente. Merek Kolektif “Alekot” didaftarkan pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual melalui Kanwil Kemenkum NTT oleh KTH Paloil Tob, Desa Sillu, Kecamatan Fatuleu, Kabupaten Kupang, Nusa Tenggara Timur untuk kelas 29.

Dengan terdaftarnya Merek Kolektif “Alekot”, memberikan perlindungan hukum bagi KTH Paloil Tob, sehingga merek “Alekot” tersebut tidak dapat digunakan atau diplagiasi oleh orang/pihak lain. Merek Kolektif “Alekot” ini, dapat dipergunakan oleh orang lain ketika mereka sudah bergabung dengan kelompok yang sudah mendaftarkan merek kolektif tersebut yaitu KTH Paloil Tob.

Terdaftarnya Merek Kolektif Alekot merupakan bentuk “Perlindungan” hukum terhadap merek tersebut, sedangkan proses pendaftaran Merek Alekot merupakan “Pelindungan” merek tersebut. Perlindungan hukum terhadap Merek Kolektif tidak akan terwujud tanpa adanya Pelindungan.

Berbeda dengan merek biasa, pendaftaran Merek Kolektif memberi manfaat atau kemudahan seperti bisa mengurangi biaya pendaftaran karena biaya tersebut dapat dibagi oleh banyak orang dalam kelompok, mengurangi biaya pengenalan produk, meningkatkan nama daerah, serta membuka peluang kerja sama dan menjadi alat pembangunan daerah. Sekalipun tidak dipungkiri bahwa adanya kelemahan dari Merek Kolektif adalah tidak dapat dilisensikan ke pihak lain.

Berdasarkan pemaparan diatas, membuat calon peneliti dengan yakin mengangkat penelitian ini dengan meletakkan titik fokus penelitian pada pelindungan Merek Kolektif “Alekot” serta dampaknya bagi KTH Paloil Tob Desa Sillu, sehingga calon peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pelindungan Merek Kolektif Alekot terhadap Peningkatan Produk Lokal Desa Sillu Kabupaten Kupang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, tentang Merek dan Indikasi Geografis”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis Pelindungan Merek Kolektif Alekot Terhadap Peningkatan Produk Lokal Desa Sillu Kabupaten Kupang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian empiris atau yang dikenal sebagai penelitian lapangan (field research). Menurut para ahli, diantaranya Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji yang dikutip dari buku metode penelitian dan penulisan⁴ penelitian hukum empiris adalah pendekatan yang dilakukan dengan memperhatikan fakta-fakta yang ada di lapangan, mengamati apa yang terjadi di sana, serta memahami bagaimana aturan-aturan hukum diterapkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Metode Penelitian Empiris digunakan penulis untuk membantu proses penelitian. Fokus

⁴Monteiro Josef, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, K-Media, 2022, hlm 17.

uatomanya yaitu untuk menganalisis bagaimana Pelindungan Merek Kolektif Alekot Terhadap Peningkatan Produk Lokal Desa Sillu Kabupaten Kupang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Tinjauan Umum tentang Hak Kekayaan Intelektual

Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual atau HKI adalah istilah resmi dalam bahasa Indonesia untuk *Intellectual Property Rights*. Secara internasional, hak tersebut ada di bawah WIPO (*World Intellectual Property Organization*), sebuah lembaga internasional yang berada di bawah PBB dan bertugas mengelola masalah hak kekayaan intelektual. WIPO menjelaskan HKI sebagai hak yang dimiliki atas karya yang diciptakan oleh pemikiran manusia, seperti simbol, citra, invensi,, nama, karya sastra dan seni, serta desain yang digunakan dalam kegiatan perdagangan.

Berdasarkan buku Nugraha, R., & Krisnamurti, H. 2019 yang dikutip dari jurnal international⁵.

"Intellectual Property Rights are one of the rights to benefit economically from intellectual creativity. The objects regulated under Intellectual Property Rights are works that arise or are born from human intellectual abilities. Nowadays, the development of the law concerning

intellectual Property Rights or Intellectual Property is receiving more attention from the community. As people increasingly appreciate the creative works and inventions of others, Intellectual Property Rights have become a form of respect and recognition for the results of others".

TRIPS (*Trade Related Aspects Of Intellectual Property rights*) merupakan sebuah Perjanjian Internasional yang berkaitan dengan perdagangan yang dilakukan di dalam hak kekayaan intelektual, Perjanjian TRIPS merupakan perjanjian hukum internasional antara negara-negara yang merupakan anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO). Perjanjian TRIPS, yang diperkenalkan pertama kalinya, memasukkan hukum kekayaan intelektual ke dalam sistem perdagangan multilateral. Hingga saat ini, perjanjian ini tetap menjadi perjanjian yang paling lengkap mengenai hak kekayaan intelektual.

Pengaruh arus globalisasi terhadap sistem hukum internasional, khususnya terkait hak kekayaan intelektual,, memperbesar perhatian masyarakat terhadap perlindungan hak kekayaan intelektual. Indonesia telah bergabung dalam *World Trade Organization* (WTO) dan telah meratifikasi TRIPS (*Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*) sebagai pengakuan terhadap hak kekayaan intelektual. Hal ini pun menyebabkan peningkatan kebutuhan akan perlindungan kekayaan intelektual, terkhususnya pada pasar global saat ini. Pengembangan teknologi informasi telah mengubah cara hak kekayaan

⁵ Jacob, Yossie MY, et al. "The Efforts Of The Alor Regency Government In Implementing Guidance And

Empowerment Of Communities Protection Of Geographical Indications." *Russian Law Journal* 11.3 (2023): 2062-2068

intelektual diterapkan di Indonesia. Penggunaan teknologi informasi dengan cermat telah meningkatkan kemudahan pendaftaran produk hak kekayaan intelektual itu penting, dan kita perlu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kepentingan melindungi hak tersebut.

WTO merupakan langkah untuk mengurangi perbedaan dalam perlindungan dan penegakan hak-hak tersebut di berbagai negara, serta menyelaraskannya dalam satu kerangka aturan internasional yang seragam. Perjanjian ini menetapkan standar minimum perlindungan dan penegakan yang harus didapatkan oleh warga negara WTO dan pemilik kekayaan intelektual.

Berdasarkan Perjanjian TRIPS, anggota WTO memiliki ruang lingkup yang cukup besar untuk menyesuaikan pendekatan mereka terhadap perlindungan dan penegakan IP agar sesuai dengan kebutuhan mereka dan mencapai tujuan kebijakan publik. Perjanjian tersebut memberikan ruang yang cukup bagi anggota untuk mencapai keseimbangan antara manfaat jangka panjang dari pemberian insentif bagi inovasi dan kemungkinan biaya jangka pendek dari pembatasan akses terhadap kreasi pikiran. Anggota dapat mengurangi biaya jangka pendek melalui berbagai mekanisme yang diizinkan berdasarkan ketentuan TRIPS, seperti pengecualian atau pengecualian terhadap hak kekayaan intelektual. Dan, ketika terjadi sengketa perdagangan atas penerapan Perjanjian TRIPS, sistem penyelesaian sengketa WTO tersedia.⁶

Secara dasar, HaKI bisa diartikan sebagai hak atas harta yang muncul atau tercipta atas

hasil kemampuan berpikir dan indera manusia. HaKI merupakan hak atas hasil kreasi yang merupakan karya intelektual seperti seni, teknologi, pengetahuan, dan sastra. Mewujudkan karya tersebut membutuhkan upaya, waktu, biaya, dan pikiran. Adanya pengorbanan tersebut membuat karya intelektual tersebut memiliki nilai yang memberikan manfaat ekonomi yang bisa dinikmati. HaKI dapat diartikan sebagai hak yang dimiliki seseorang karena ia telah menghasilkan sesuatu yang mendatangkan manfaat bagi orang lain.⁷

HKI menjadi salah satu fondasi penting dalam pembangunan ekonomi sebuah negara. Pengembangan ekonomi dalam kekayaan intelektual berbasis pengetahuan. Kekayaan Intelektual adalah hak-hak hukum yang terkait dengan karya-karya yang dihasilkan oleh manusia, yang meliputi berbagai jenis kreativitas seperti tulisan, musik, seni, desain, penemuan, dan inovasi. Dalam konteks tradisi dan komunitas, definisi dan pengertian KI mengambil dimensi yang lebih luas dan terkait dengan aspek budaya, nilai, serta warisan intelektual suatu Masyarakat. Sejarah dan evolusi kekayaan intelektual komunal (KIK) sudah menjadi hal utama yang semakin penting dalam konteks globalisasi dan perkembangan ekonomi modern. KIK berkaitan dengan pengetahuan, budaya, dan inovasi yang dimiliki secara bersama oleh suatu kelompok atau komunitas, bukan oleh individu atau perusahaan. Seiring dengan perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi, konsep KIK telah mengalami perkembangan yang signifikan selama berabad-abad.

⁶ Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional, *World Trade Organization*, 2015, https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7

[e.htm](#) diakses pada Selasa, Februari, 2025 pada pukul 14.00 WITA

⁷ Damian Eddy, *Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: PT. Alumni, 2022, hlm. 31.

Dalam konteks globalisasi, pertanyaan tentang asal-usul dan evolusi KIK juga menjadi penting. Hal ini terutama relevan dalam kasus di mana pengetahuan tradisional atau inovasi komunal telah diadopsi atau dikomersialisasikan oleh pihak asing. Perlindungan KIK harus mempertimbangkan asal usulnya dan memastikan bahwa komunitas yang berkaitan mendapatkan manfaat yang adil. Evolusi konsep kekayaan intelektual (KI) dari perspektif komunal mencerminkan perjalanan Panjang dalam pemahaman manusia tentang hak atas pengetahuan, budaya, dan inovasi yang hak kepemilikannya dimiliki oleh suatu kelompok atau komunitas secara majemuk. Sebelum munculnya hak kekayaan intelektual individu, masyarakat di seluruh dunia telah mengembangkan beragam praktik komunal untuk melindungi dan memperdagangkan pengetahuan dan keterampilan.⁸

HaKI adalah hak pribadi (perdata), artinya seseorang bebas memutuskan untuk melakukan permohonan proses pendaftaran dan hak perlindungan atas HaKI nya atau tidak. Jika tidak dilakukan, maka tidak akan ada tuntutan apa-apa, tetapi ia akan merugi jika orang lain memanfaatkan sesuatu itu seenaknya, atau bahkan menyatakan bahwa karyanya itu adalah karya ciptaannya. Dengan adanya Haki, diharapkan kreativitas manusia bisa tercatat dengan baik, sehingga memudahkan dan akhirnya membuatnya lebih terjangkau bagi masyarakat luas. Selain itu, melalui Haki,

berbagai hak seperti Hak Cipta, Hak Paten, Merek, serta Rahasia bisa dilindungi.

Dagang akan dilindungi oleh hukum agar tidak terjadi pencurian, penyalahgunaan, atau pemalsuan.⁹

a. Prinsip-prinsip Hak Kekayaan Intelektual

Ada beberapa prinsip dasar yang diterapkan dalam HaKI, yaitu:

1. Berdasarkan prinsip ekonomi, hak kekayaan intelektual muncul dari hasil karya yang dibuat oleh manusia dan memiliki nilai ekonomi bagi pemilik hak tersebut.

2. Prinsip keadilan menunjukkan bahwa ketika seseorang menciptakan karya atau pencapaian berkat kecerdasannya, ia berhak mendapatkan perlindungan hukum sehingga memiliki hak dan kuasa atas penggunaan hak kekayaan intelektual dari karyanya.

3. Prinsip budaya, berdasarkan prinsip ini, penciptaan karya-karya intelektual dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup, perkembangan peradaban, dan pengakuan individu, sehingga memberi manfaat kepada masyarakat, bangsa, dan negara.

4. Dalam konteks sosial, Hak kekayaan intelektual yang memperoleh pengakuan hukum dan diberikan kepada individu atas hasil karyanya merupakan satu kesatuan yang utuh, sehingga mendapat perlindungan guna menjaga keseimbangan antara kepentingan masyarakat dan individu..¹⁰

b. Teori Dasar Perlindungan Hak

⁸ Bire, Chatryen M. Dju, et al. "Sosialisasi Tentang Peningkatan Pengetahuan Hak Kekayaan Intelektual Komunal Bagi Masyarakat Desa Oelomin, Kecamatan Nekamese Kabupaten Kupang." *Jurnal Abdi Insani* 11.4 (2024): 1637-1644.

⁹ Atmoko Dwi, *Hukum hak kekayaan intelektual*. Jakarta: PT. Literasi Nusantara Abadi Group, 2023, hlm. 3-4.

¹⁰ Kompas.com, Prinsip hak atas kekayaan intelektual, 2022, <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/06/00450041/prinsip-hak-atas-kekayaan-intelektual> diakses pada Rabu, 07 Mei, 2025 pada pukul 11.00 WITA.

Kekayaan Intelektual

Robert C Sherwood, sebagaimana dikutip oleh Rati Fauza Mayana dalam bukunya "Perlindungan Desain Industri Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI)". Ia menyebutkan bahwa terdapat empat teori dasar perlindungan HaKI:

1. *Reward Theory*

Reward Theory, mempunyai arti yang sangat dalam, yaitu pengakuan terhadap karya intelektual yang telah dibuat oleh seseorang yang mencipta, menemukan, atau merancangnya. Karena itu, orang tersebut wajib diberikan penghargaan sebagai balasan atas usaha kreatifnya dalam menciptakan karya intelektual.

2. *Recovery Theory*

Recovery Theory, dinyatakan bahwa orang yang menemukan, menciptakan, atau merancang suatu karya intelektual dan telah menghabiskan waktu, biaya, serta usaha untuk membuatnya berhak mendapatkan kembali apa yang telah ia keluarkan.

3. *Incentive Theory*

Incentive Theory, berdasarkan teori ini, diperlukan pemberian insentif agar dapat mendorong berlangsungnya kegiatan penelitian yang memiliki manfaat.

4. *Economic Growth Stimulus Theory*

Economic Growth Stimulus Theory, perlindungan atas HaKI merupakan alat pembangunan ekonomi.¹¹

Tinjauan Umum tentang Merek

1. Sejarah Merek

Merek dan hak sejenisnya telah berkembang sejak dahulu. Di Inggris, terkenal sebuah tanda resmi bagi perajin emas, perak, dan logam yang digunakan untuk membedakan dengan pengrajin barang sejenis lainnya. Dengan dunia perdagangan yang berkembang semakin pesat dan munculnya banyak jenis produk serta barang di pasaran yang memudahkan terjadi peniruan terhadap produk atau barang tersebut, maka dibutuhkan adanya perlindungan hukum bagi merek. Perlindungan merek ini berfungsi untuk membedakan asal usul suatu produk dan mencegah terjadinya peniruan. Kasus-kasus peniruan produk seperti ini merugikan produsen utama atau produsen originalnya karena dengan adanya peniruan produk tersebut maka akan memunculkan kompetitor yang menjual produk dengan komposisi, kualitas, maupun kemasan yang sama dan dengan penawaran nilai yang lebih dibawah dari yang aslinya. Semakin pesatnya perkembangan teknologi yang membawa perkembangan teknologi yang membawa perkembangan yang besar pula pada alat transportasi sehingga cakupan wilayah perdagangan juga semakin luas sehingga memunculkan adanya perdagangan internasional. Munculnya perdagangan internasional ini tentu saja memunculkan pentingnya ada perlindungan merek secara internasional. Maka, pada tahun 1883 dibentuk perjanjian internasional pertama untuk melindungi kekayaan industri secara internasional di Paris, yaitu Konvensi Paris 1883. Lalu, pada tahun 1973 telah ditandatangani suatu

¹¹ Nizwana, Yulia, and Rahdiansyah Rahdiansyah. "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) Ditinjau Dari Epistemologi." *UIR Law Review* 3.2 (2019): 34-40.

perjanjian internasional oleh Inggris dan Amerika Serikat mengenai kekayaan industri yang lebih fokus pada merek Wina, yaitu perjanjian Madrid atau lebih dikenal sebagai *Trademark Registration Treaty*.

Perlindungan merek di Indonesia telah dikenal sejak era penjajahan Belanda, ditandai dengan berlakunya peraturan *Handel Nijverheid Merken* pada tahun 1885 dan *Staatsblad van Nederlandsch* pada tahun 1893. Selama masa penjajahan Jepang, aturan mengenai merek juga berlaku di Indonesia dengan nama Osamu Seirei Undang-Undang Nomor 30 mengenai Permohonan Merek Dagang mulai diterapkan pada 1 September 1961. Selanjutnya, UU ini diganti dengan Undang-Undang Nomor 21 tahun 1961 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas dan Merek Dagang. Setelah itu, Undang-Undang ini kembali diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 tahun 1992 mengenai Merek Dagang, lalu diubah lagi oleh Undang-Undang Nomor 14 tahun 1997, dan akhirnya digantikan oleh Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 yang mengatur tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis. Terakhir, diberlakukan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 mengenai Merek Dagang dan Indikasi Geografis.¹²

2. Pengertian Merek

Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, memberikan definisi 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 membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.¹³ Merek terbagi dalam dua jenis:

1. Merek Dagang

Merek dagang yang dipakai pada produk yang dipasarkan oleh satu atau lebih individu secara kolektif atau oleh entitas hukum untuk membedakan produk tersebut dari produk yang lain yang serupa.

2. Merek Jasa

Merek dagang yang digunakan untuk jasa yang disediakan oleh satu atau lebih individu secara bersama atau oleh badan hukum untuk membedakan layanan tersebut dari layanan yang sejenis.

3. Fungsi Merek

Merek dalam dunia perdagangan menjadi penting karena memiliki beberapa fungsi antara lain :

1) Menjaga persaingan usaha yang sehat.

Hal ini berlaku dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan para pelaku usaha dan kepentingan masyarakat secara umum, dengan mendorong terbentuknya iklim usaha yang mendukung pertumbuhan. Hal ini dilakukan dengan menciptakan

¹² Rinitami Njatrijani, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual : Perkembangan, Jenis, dan Proses Penyelesaian Sengketa*, Semarang, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2024, hlm 54

¹³ Undang-Undang pasal 1 ayat 4 Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

persaingan usaha yang sehat, memastikan setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berusaha, serta mencegah terdapatnya rivalitas yang kurang sehat yang bisa merugikan. Tujuannya adalah supaya kegiatan usaha menjadi lebih efektif dan efisien.

- 2) Melindungi konsumen. Berdasarkan Undang-undang merek tahun 2016 di dalam konsiderannya menyebutkan bahwa salah satu tujuan diadakannya undang-undang ini adalah untuk melindungi khalayak ramai terhadap peniruan barang-barang.
- 3) Sebagai sarana bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Merek pada produk yang telah dikenal konsumen sebagai penanda kualitas unggul akan mempermudah proses pemasaran produk tersebut..
- 4) Sebagai acuan dalam menilai mutu produk. Mutu barang tidak selalu terjamin baik atau sesuai harapan seluruh pembeli. Akan tetapi, merek memberikan jaminan bahwa produk dengan merek tersebut sekurang-kurangnya memiliki kualitas yang seragam sesuai standar pabrik.
- 5) Untuk memperkenalkan identitas dan nama dagang produk. Konsumen yang telah mengenal merek tersebut, meskipun hanya melalui informasi dari pihak lain, dapat dengan mudah mengingatnya ketika ingin membeli produk tersebut.
- 6) Untuk membangun identitas produk di

mata konsumen. Dalam beberapa keadaan, merek berfungsi sebagai penanda nama perusahaan.¹⁴

4. Syarat-syarat Merek yang dapat didaftar

Perlindungan hukum untuk merek dagang bisa dapat diperoleh ketika pemilik mendaftarkan merek kepemilikannya di kantor Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual serta memenuhi syarat tertentu yang diatur dalam Undang-Undang Merek Dagang dan Indikasi Geografis. Merek yang akan didaftarkan wajib memenuhi syarat-syarat berikut:

- 1) Tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, nilai-nilai agama, norma kesopanan, atau ketertiban masyarakat; dalam hal ini, penggunaan tanda tidak boleh menyakiti perasaan, melanggar kesopanan, mengganggu kedamaian, atau mencederai religiositas kelompok sosial tertentu.
- 2) Memiliki keunikan yang membedakan, dalam hal ini, jika dibandingkan dengan barang dan/atau layanan yang sejenis, serta merek yang terdaftar tidak boleh terlalu sederhana, contohnya hanya menggunakan titik atau garis saja.
- 3) Bukan istilah umum atau tanda biasa yang dipakai.
- 4) Tidak mengandung informasi apapun atau tidak berkaitan dengan barang atau layanan yang diajukan, misalnya, tidak boleh mendaftarkan produk kopi dengan nama merek "kopi".

¹⁴ Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*, Yogyakarta, Medpress Digital, 2020, hlm 33

- 5) Merek tersebut tidak diperbolehkan mempunyai kemiripan dengan merek pihak lain yang telah tercatat untuk produk dan/atau jasa sejenis.
- 6) Merek tersebut tidak boleh mirip dengan merek terkenal milik pihak lain, baik untuk barang maupun jasa yang sama maupun berbeda, selama hal ini sesuai dengan ketentuan lain yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah.
- 7) Merek tersebut tidak boleh mirip dengan indikasi geografis yang dikenal luas.
- 8) Hindari menggunakan nama-nama figur terkenal, gambar, atau nama perusahaan milik orang lain, atau yang mirip dengannya, kecuali Anda memperoleh izin tertulis dari pemilik yang sah.
- 9) Jangan mencoba untuk meniru atau menjiplak nama, akronim, bendera, simbol, atau lambang dari negara atau lembaga baik di tingkat nasional maupun internasional, kecuali Anda sudah mendapatkan izin tertulis dari pihak berwenang.
- 10) Dilarang melakukan peniruan atau penjiplakan terhadap tanda, cap, atau segel resmi milik negara atau institusi pemerintah kecuali Anda telah mendapatkan izin tertulis dari pihak berwenang.¹⁵

5. Pengalihan Merek

Berdasarkan pasal 41 Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

Geografis, hak atas merek dapat beralih atau dialihkan karena :

- a) Pewarisan;
- b) Wasiat;
- c) Wakaf;
- d) Hibah;
- e) Perjanjian atau sebab lain yang dibenarkan oleh perundang-undangan.

Sebab lain ini sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, misalnya perubahan kepemilikan merek karena pembubaran badan hukum, restrukturisasi, merger atau akuisisi. Pengalihan hak atas merek oleh pemilik merek yang memiliki lebih dari satu merek terdaftar yang mempunyai persamaan pada jenisnya hanya dapat dilakukan jika semua merek terdaftar sejenis tersebut dialihkan kepada pihak yang sama.

6. Lisensi Merek

Lisensi merek merupakan persetujuan yang diberikan oleh pemegang hak atas merek terdaftar kepada pihak lain, yang dituangkan dalam perjanjian tertulis, dan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini dijelaskan dalam pasal 1 angka 18 Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lisensi adalah bentuk hak yang memungkinkan seseorang melakukan satu tindakan atau beberapa tindakan sekaligus tersebut merupakan suatu perbuatan yang dilarang, tidak sah dan termasuk dalam tindakan melawan hukum. Merek yang dapat dilisensikan

¹⁵ Djuleka, *Hak kekayaan intelektual teori dan prinsip-prinsip umum*, Malang, Setara press kelompok Intrans Publishing Wisma Kalimentro, 2021, hlm 56

adalah merek yang dimiliki oleh pemilik merek secara individu dan merek kolektif tidak bisa diberikan lisensi karena kepemilikan merek tersebut bersifat bersama-sama. Jika ada pihak lain yang ingin menggunakan merek kolektif tersebut, mereka tidak perlu memperoleh lisensi dari pemilik merek tersebut, cukup dengan bergabung menjadi anggota maka mereka bisa menggunakan merek tersebut. Pemilik merek berwenang memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menjalankan hak eksklusif yang dimilikinya selama merek masih berada dalam jangka waktu perlindungan dan belum dihapuskan. Lisensi merek diberikan melalui perjanjian lisensi tertulis antara pemilik merek selaku pemberi lisensi dan pihak lain selaku penerima lisensi.¹⁶

7. Pelanggaran Merek

1) Defenisi pelanggaran merek

Pelanggaran merek terjadi apabila seseorang memakai nama merek yang identik atau memiliki kemiripan yang signifikan dengan merek terdaftar milik pihak lain tanpa persetujuan, untuk barang atau jasa yang sejenis atau berkaitan, sehingga dapat menyebabkan kebingungan atau kesalahan pemahaman dari konsumen.

2) Jenis-jenis pelanggaran merek

a) Pemalsuan merek

Pemanfaatan merek yang sama secara menyeluruh dengan merek terdaftar milik pihak lain tanpa persetujuan, khususnya untuk barang atau jasa yang

memiliki kesamaan.

b) Peniruan merek

Yaitu Penggunaan merek yang tidak sama secara keseluruhan, tetapi memiliki kemiripan pada unsur pentingnya sehingga dapat menyesatkan konsumen.

c) Penggunaan merek tanpa hak

Yaitu penggunaan merek terdaftar dalam kegiatan perdagangan, promosi, atau periklanan tanpa persetujuan pemilik merek.

d) Pendaftaran merek dengan itikad tidak baik

Yaitu pendaftaran merek yang meniru ketenaran merek lain guna meraih keuntungan secara tidak sah atau menghalangi pemilik merek sebelumnya.

3) Sanksi pelanggaran merek

a. Sanksi perdata

Pemilik merek yang dirugikan dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga berupa :

1. Gugatan ganti rugi
2. Penghentian seluruh perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek
3. Penyitaan dan/atau pemusnahan barang hasil pelanggaran

b. Sanksi pidana

Terhadap pelaku pelanggaran merek dapat dikenakan :

1. Pidana penjara
2. Pidana denda ¹⁷

¹⁶ Rinitami Njatrijani, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual : Perkembangan, Jenis, dan Proses Penyelesaian Sengketa*, Semarang, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2024, hlm 71

¹⁷ Saidin, O.K, *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2020, hlm 254.

Tinjauan Umum tentang Merek Kolektif

1. Pengertian Merek Kolektif

Selain dua cakupan merek yang telah disebutkan sebelumnya, Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis juga memberikan perlindungan terhadap merek kolektif. Pasal 1 Ayat 4 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis memberikan definisi tentang 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. Dalam rangka pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah, pemerintah dapat mendaftarkan merek kolektif yang diperuntukkan bagi pengembangan.¹⁸

Merek kolektif umumnya dimiliki oleh grup, organisasi, atau asosiasi yang anggotanya memiliki hak untuk menggunakan merek ini dalam menjual produk mereka. Dengan demikian, untuk merek kolektif, menjadi anggota dari suatu organisasi atau asosiasi adalah syarat untuk memiliki hak atas penggunaan merek tersebut. Aturan untuk mendaftarkan merek kolektif sebagian besar setara dengan aturan untuk merek dagang biasa; akan tetapi, Pasal 46 Undang-Undang Merek Dagang dan Indikasi Geografis memiliki syarat tambahan: Suatu pernyataan bahwa merek

tersebut ditetapkan sebagai merek kolektif, yang disertai dengan penyerahan salinan ketentuan yang mengatur tata cara penggunaan merek kolektif. Meskipun ada syarat tambahan untuk pendaftaran merek kolektif, proses pemeriksaan mendalam untuk merek kolektif mengikuti prosedur yang sama dengan merek dagang biasa. Untuk mendukung usaha kecil, menengah, dan mikro, pemerintah dapat melakukan pendaftaran merek kolektif untuk membantu mempromosikan usaha-usaha ini. Permohonan untuk mendaftarkan merek sebagai merek kolektif hanya akan diterima jika pengajuan tersebut secara eksplisit menyatakan bahwa merek itu ditujukan untuk digunakan sebagai merek kolektif. Selain informasi mengenai pemakaian merek kolektif, aplikasi tersebut juga harus menyertakan salinan ketentuan yang mengatur penggunaan merek sebagai merek kolektif.¹⁹

Ketentuan yang mengatur penggunaan merek kolektif mencakup paling tidak penjelasan mengenai hal-hal berikut:

1. Sifat, karakteristik umum, atau kualitas produk dan/atau layanan yang akan diproduksi dan didistribusikan; ketentuan mengenai sifat, karakteristik umum, atau kualitas produk dan/atau layanan, beserta pengawasannya, harus sesuai dengan syarat-syarat yang diwajibkan untuk para pengguna merek kolektif;
2. Pengawasan terhadap pemakaian merek kolektif;
3. Hukuman yang diberikan atas

¹⁸ Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI, 2019, hlm 5.

¹⁹ Setyawati, Ria, Kukuh Leksono Suminaring Aditya, and Maximilian Seyfarth. "Perlindungan Merek

Kolektif terhadap Karya Batik Tradisional di Desa Sendang Duwur, Kecamatan Paciran, Lamongan." *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2.2 (2024): 217-228.

pelanggaran terhadap ketentuan yang mengatur pemakaian merek kolektif.

Ketentuan, prosedur pengajuan, serta mekanisme untuk pendaftaran merek dagang, pemeriksaan, dan penerbitan sertifikat juga diterapkan pada merek kolektif. Hal ini juga meliputi permohonan yang diajukan setelah merek kolektif memperoleh perlindungan, salah satunya adalah perbaikan sertifikat merek terdaftar. Ketentuan biaya pendaftaran merek kolektif dapat diakses melalui situs resmi Dirjen KI.²⁰

Perlindungan merek berdasarkan Protokol Madrid, yang juga disebut Perjanjian Madrid mengenai Pendaftaran Merek Internasional, merupakan suatu sistem yang memungkinkan pemohon dari negara tertentu untuk mendaftarkan merek dagang mereka di negara-negara yang adalah anggota Protokol Madrid. Berikut adalah tujuan dari pendaftaran sesuai dengan Protokol Madrid:

- a. Untuk menyederhanakan proses bagi pemohon atau pemegang merek terdaftar dari negara asal dalam mendapatkan perlindungan di negara tujuan melalui satu aplikasi;
- b. Untuk mendorong promosi serta meningkatkan pengenalan produk, baik barang maupun jasa, dari negara asal ke pasar global;
- c. Untuk meningkatkan ekspor dengan menggunakan merek dari negara asal.

2. Sistem Pendaftaran Merek

Soegondo Soemodiredjo menjelaskan bahwa di seluruh dunia terdapat empat jenis sistem pendaftaran merek:²¹

1. Pendaftaran tanpa pemeriksaan terlebih dahulu.
Dibawah sistem ini, merek yang diajukan akan langsung terdaftar, asalkan semua syarat yang diperlukan terpenuhi, seperti pembayaran biaya permohonan, serta proses pemeriksaan dan pendaftaran.
2. Pendaftaran dengan pemeriksaan Merek terlebih dahulu.
Negara-negara seperti Amerika Serikat, Inggris, Jerman Barat, dan Jepang melakukan pemeriksaan sebelum merek dagang terdaftar dalam database publik. Merek tersebut kemudian diumumkan di Jurnal Perdagangan atau Kantor Pendaftaran Merek Dagang untuk periode tertentu, memberikan kesempatan bagi pihak ketiga untuk mengajukan keberatan. Apabila tidak ada keberatan yang diajukan dalam waktu yang ditentukan, maka pendaftaran merek dagang akan disetujui.
3. Pendaftaran dengan publikasi sebelumnya.
Pendaftaran dilakukan setelah pemberitahuan bahwa ada merek dagang lain yang serupa telah terdaftar. Saat ini ada dua macam sistem untuk pendaftaran merek dagang:

²⁰ Modul Kekayaan Intelektual Bidang Merek dan Indikasi Geografis Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Ham RI, 2019, hlm. 6

²¹ *Ibid*, hlm. 9

a) Sistem Deklaratif. Sistem deklaratif (pasif) berarti pendaftaran merek dagang tidak secara otomatis melahirkan, melainkan hanya menimbulkan anggapan atau praduga hukum bahwa pemilik merek dagang terdaftar memiliki hak atas merek tersebut serta dianggap pengguna pertama dari merek dagang yang terdaftar.

b) Sistem konstitusional memberikan keuntungan dalam hal kepastian hukum. Pada tahun 1967, BIRPI memperkenalkan sebuah model hukum untuk merek dagang yang menawarkan sistem konstitutif. Pasal 4 ayat (1) menyatakan bahwa pendaftaran, bukan pemakaian, yang menentukan dan bahwa pendaftaran itu menetapkan keberadaan dari merek dagang. Ayat pertama Pasal 4 menyebutkan bahwa hak eksklusif atas merek dagang diperoleh secara hukum melalui proses pendaftaran.²²

3. Jangka Waktu Perlindungan Merek

Ketentuan pada Pasal 35 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mengenai Merek Dagang dan Indikasi Geografis: Merek dagang yang terdaftar mendapatkan perlindungan hukum selama sepuluh tahun sejak tanggal pendaftaran. Lama waktu perlindungan sepuluh tahun ini sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh WIPO dalam Undang-Undang

Model mengenai Merek yang diatur dalam Pasal 16.

Jangka Perlindungan ini dapat diperbarui dengan masa berlaku yang sama jika pemilik merek dagang mengajukan permohonan. Dalam proses perpanjangan, umumnya merek dagang tidak akan diperiksa kembali, dan tidak ada penolakan yang diperbolehkan. Permohonan perpanjangan wajib diajukan secara tertulis oleh pemilik atau wakil yang diberi kuasa, dalam waktu maksimal dua belas bulan dan minimal enam bulan sebelum masa perlindungan merek dagang terdaftar berakhir. Permohonan perpanjangan bisa diterima atau ditolak. Permohonan untuk memperpanjang waktu perlindungan merek dagang yang terdaftar akan diterima dan disetujui apabila:

- a. Merek itu tetap dipakai untuk produk atau jasa yang tercantum dalam sertifikat merek.
- b. Produk atau jasa yang terdaftar dalam sertifikat merek tersebut tetap diproduksi dan dipasarkan.

Agar dapat memastikan bahwa merek dagang itu terus digunakan untuk produk atau layanan yang dihasilkan dan dijual, pemohon diwajibkan untuk menyerahkan sertifikat yang dikeluarkan oleh pihak berwenang yang mengatur bisnis atau produksi barang atau layanan tersebut..

4. Tujuan dan Manfaat Merek Kolektif

²² Puwaningsih Endang, *Hak kekayaan intelektual Kapita selekta*, Jakarta, Mandar maju CV, 2023, hlm 21.

Membedakan barang/jasa anggota dari barang/jasa pihak lainnya yang bukan anggota, baik mengenai:²³

1. Ciri;
2. Kualitas/mutu;
3. Asal daerah;
4. Sebagai sarana untuk menginformasikan keanggotaan perkumpulan dimaksud (identitas anggota);
5. Menjaga identitas lokal dan keaslian produk;
6. Menekan biaya pendaftaran;
7. Menekan biaya promosi;
8. Menekan biaya penegakan hukum;
9. Tidak memerlukan biaya lisensi, cukup bergabung menjadi anggota;
10. Penguatan kualitas yang berstandar;
11. Peluang kerjasama dengan sesama anggota;
12. Alat pembangunan daerah.

1. Gambaran Umum Merek Kolektif Terdaftar Alekot

Hutan di Indonesia menawarkan berbagai produk, seperti kayu, produk hutan non-kayu, dan keuntungan lingkungan. Produk hutan non-kayu yang dikenal sebagai Hasil hutan bukan kayu (HHBK) adalah salah satu sumber daya hutan yang berkaitan langsung dengan masyarakat yang tinggal di sekitarnya. HHBK berpotensi untuk meningkatkan ekonomi serta pendapatan komunitas lokal, seperti kacang mete.

Berdasarkan data pengusaha tanaman

di Indonesia, Nusa Tenggara Timur (NTT) adalah wilayah dengan produksi kacang mete terbesar di tanah air. Menurut informasi dari Direktorat Jenderal Perkebunan, pada tahun 2019, Kabupaten Kupang masuk dalam lima kabupaten dengan luas area perkebunan kacang mete terluas di Nusa Tenggara Timur, dengan luas mencapai 6. 593 hektar dan menghasilkan 1. 997 ton. Hasil survei sosial ekonomi yang dilaksanakan antara 2015 hingga 2019 menunjukkan bahwa jambu mete banyak ditemukan di Kabupaten Kupang, terutama di desa Sillu dan sebagian Camplong II, yang berada dalam Kawasan Hutan Khusus Sisimeni Sanam (KHDTK). KHDTK Sisimeni Sanam adalah area hutan yang diperuntukkan untuk pendidikan dan pelatihan dalam bidang kehutanan, yang ditetapkan melalui Keputusan Menteri Kehutanan No. SK. 367/Menhut-II/2009 tanggal 23 Juni 2009, mengenai penentuan hutan untuk pelatihan dan pendidikan di Kupang. KHDTK secara administratif berada di Kabupaten Kupang, yang terletak di Provinsi NTT, dan dikelola oleh Pusat Pelatihan Lingkungan dan Kehutanan Kupang. Luas area ini mencapai 2. 973,20 hektar. Penanaman pohon mete di Desa Silu merupakan hasil dari kegiatan reboisasi yang dilakukan antara tahun 2005 dan 2010, yang didanai oleh program pengembangan kebun atau hortikultura. Kebun pohon mete di KHDTK mencakup area sekitar 33,77 hektar dan dikelola oleh Asosiasi Pemilik Hutan (KTH) Paloil Tob. Sampai saat ini, penduduk Desa Sillu dan Camplong II menjual biji mete dalam bentuk batangan, sementara buahnya dibuang

²³ Modul Pelindungan Merek Kolektif Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum dan Ham RI, 2021, hlm 10-11.

atau dipergunakan sebagai makanan babi. Keadaan ini berulang setiap tahun, menghalangi pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sebagai bagian dari inisiatif pengembangan masyarakat oleh KTH, lembaga yang mengurus area ini, Balai Diklat LHK Kupang, telah memberikan masukan dan pelatihan kepada anggota KTH Paloil Tob aloil Tob.²⁴

Kacang mete termasuk komoditas ekspor Indonesia yang tersedia dalam jumlah relatif besar. Kacang Mete adalah Kacang Mete mentah yang dihasilkan dari pengkacipan atau pemisahan kulit gelondong Mete dengan Kacang Mete yang terdapat di dalamnya. Mete Gelondong dapat dikacip dengan baik bila sudah kering. Kacang Mete dari tumbuhan jambu monyet. Jambu mete adalah jenis tanaman yang cocok ditanam di iklim tropis kering dengan suhu optimal antara 17°C hingga 38°C dan kelembapan sekitar 70-80 %. Jambu mete sangat sensitive terhadap embun beku, sehingga tidak cocok ditanam di daerah yang sering mengalami suhu dingin. Tanaman jambu mete membutuhkan paparan sinar matahari penuh untuk mendukung fotosintesis dan pertumbuhan generatif serta vegetatif.

Iklim di Nusa Tenggara Timur (NTT) adalah iklim tropis kering, yang ditandai dengan musim kemarau yang panjang (sekitar 8 bulan) dan musim hujan yang pendek, dengan curah hujan yang tidak merata. Suhu udara bervariasi antara 21,2°C hingga 33,4°C. Wilayah NTT dilewati oleh angin muson timur yang mengangkut massa udara kering dari Benua Australia, terutama pada periode April hingga Oktober, yang menyebabkan berkurangnya

curah hujan dan musim hujan yang lebih pendek.

Provinsi NTT merupakan salah satu provinsi penghasil kacang mete di Indonesia. Berdasarkan data dirjen perkebunan kementerian pertanian tahun 2019, pada tahun 2019 estimasi luas areal jambu mete di NTT mencapai 171.012 ha dengan jumlah produksi 49.858 ton/tahun gelondongan kering. Menurut data dari Direktorat Jenderal Perkebunan tahun 2019, Kabupaten Kupang merupakan salah satu dari 5 kabupaten yang mempunyai luas tanaman jambu mete produktif di NTT, dengan luas lahan sebesar 6.539 hektar dan produksi sebanyak 1.997 ton. Hal ini sangatlah ironis karena kacang mete yang terkenal sebagai salah satu kacang berlabel "premium" tapi tidak memberikan dampak terhadap kesejahteraan masyarakat khususnya yang ada di Nusa Tenggara Timur. Bahkan untuk mendapatkan produk kacang mete di NTT pun sangatlah susah, yang semakin membuat miris, produk kacang mete yang ditemukan di kota kupang malah berasal dari Provinsi Jawa Timur. Bagaimana mungkin provinsi dengan luas tanaman jambu mete dan produksi biji mete yang besar di Indonesia akan tetapi tidak memiliki produk kacang mete yang dapat diperoleh dengan mudah di pasaran.

Kelompok Tani Hutan (KTH) Paloil Tob adalah salah satu kelompok tani yang didampingi oleh Balai Diklat Lingkungan Hidup dan Kehutanan Kupang. Wilayah kerja mereka berada di Kawasan Hutan Dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Diklat Kehutanan Sisimeni Sanam. Secara administratif, wilayah KTH ini

²⁴ Selan, Maya, I. Nyoman W. Mahayasa, and Nixon Rammang. "Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Petani Jambu Mete (*Anacardium Occidentale* L.) Di KTH P Desa Silu

Kecamatan Fatuleu Kabupaten Kupang." *Wana Lestari* 2.02 (2020): 212-221.

termasuk dalam Desa Sillu, Kecamatan Fatuleu, Kabupaten Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Berdasarkan data survey identifikasi potensi wilayah tahun 2015 dan 2019, di wilayah kerja KTH Paloil Tob aloil Tob memiliki banyak tanaman mete seluas $\pm$ 33 ha dengan tahun tanam 2010. KTH Paloil Tob aloil Tob pertama kali dibentuk sebagai kelompok tani (pertanian) pada tahun 2009, selanjutnya, pada tahun 2017, berdasarkan ketentuan terbaru dari Kementerian Kehutanan, kelompok tersebut ditetapkan sebagai Kelompok Tani Hutan (KTH). Pada awalnya, kelompok ini melakukan kegiatan hanya dengan pengetahuan seadanya dan tanpa arah kelompok yang jelas. Melihat potensi tanaman jambu mete yang dimiliki serta keinginan kuat kelompok untuk semakin maju maka pada tahun 2019 dilakukan peningkatan pendampingan oleh widyaiswara serta penyuluh Balai Diklat LHK Kupang dengan fokus usaha pengolahan dan pemasaran jambu mete.²⁵

Pada tahun 2019, KTH Paloil Tob aloil Tob mulai memproduksi produk kacang mete dengan merk ALEKOT. ALEKOT berasal dari bahasa Timor yang artinya kualitas terbaik. Seiring dengan waktu, pemasaran Kacang Mete ALEKOT telah ada hampir di semua supermarket yang ada di Kota Kupang serta di Toko oleh-oleh yang ada di Labuan Bajo. Selama kurun waktu 4 tahun (2019-2023), kacang mete ALEKOT telah di produksi $\pm$ 2 Ton. Melihat prospek pemasaran serta persaingan usaha kedepan, maka KTH Paloil Tob aloil Tob merasa

perlu untuk segera mendaftarkan merk ALEKOT sebagai merk dagang sehingga memiliki hak penggunaan nama terkait produk kacang mete.

Produk kacang mete yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh kelompok usaha ini memiliki beberapa kualitas bahan baku. Kacang mete memiliki tiga tingkatan kualitas yaitu kacang mete berwarna putih, kacang mete berbentuk padat, dan kadar air dibawah 6%. Kelompok usaha ini juga membuat dan memperdagangkan berbagai macam jenis olahan kacang mete beserta variasinya diantaranya kacang mete mentah, kacang mete oven, dan abon jambu mete. Bahan baku yang digunakan berasal dari jambu mete pilihan dari Desa Sillu dengan seleksi mulai dari biji gelondongan hingga kacang mete sortir sesuai grade.²⁶

2. Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Merek Kolektif Alekot di Desa Sillu Kabupaten Kupang

Sebagai langkah perlindungan hukum terhadap merek kolektif di Indonesia, diperlukan peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya pendaftaran merek, karena perlindungan hukum atas merek hanya dapat diperoleh setelah merek tersebut didaftarkan. Terkait dengan itu Kantor Wilayah Kementerian Hukum NTT melakukan sosialisasi sampai pada KTH Paloil Tob di Desa Sillu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kanwil Kementerian Hukum NTT melalui

²⁵ Selan, Maya, I. Nyoman W. Mahayasa, and Nixon Rammang. "Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Petani Jambu Mete (*Anacardium Occidentale* L.) Di KTH P Desa Silu

Kecamatan Fatuleu Kabupaten Kupang." *Wana Lestari* 2.02 (2020): 212-221.

²⁶ Kantor Wilayah Kementerian Hukum NTT, Salinan Merek Kolektif Alekot, 2019

Bidang Pelayanan KI bahwa Kemenkum melalui Dirjen KI sebagai pemegang kewenangan pemberian legalitas Merek Kolektif dalam programnya melalui Kantor wilayah Kementerian Hukum NTT melakukan sosialisasi terhadap KTH Paloil Tob pada tanggal 12 September 2023 guna memberikan pemahaman terkait perlindungan Merek Kolektif bagi produk kacang mete yang diusahakan oleh kelompok tani tersebut. Dari hasil sosialisasi tersebut maka KTH Paloil Tob mengajukan permohonan pendaftaran merek kolektif “Alekot” melalui kantor wilayah Kementerian Hukum NTT pada tanggal 18 September 2023 dan terbit sertifikat merek kolektif Alekot pada tahun 2024.

Sertifikat merek kolektif Alekot ini memberikan legitimasi hukum sebagai bentuk kepemilikan dan pengakuan resmi dari negara. Dengan adanya sertifikat ini, merek Alekot tersebut mendapatkan perlindungan hukum dari berbagai bentuk penyalahgunaan, peniruan, atau klaim kepemilikan oleh pihak lain yang tidak tergabung didalam KTH Paloil Tob. Hal ini memberikan hak eksklusif kepada kelompok tani untuk menggunakan dan mengelola merek kolektif tersebut sesuai ketentuan yang berlaku.

Dengan adanya pendaftaran merek kacang mete Alekot tersebut, manfaat yang diperoleh sesuai dengan fungsi merek tersebut antara lain bahwa kacang mete Merek Alekot merupakan identitas dari produk kacang mete yang diusahakan oleh KTH Paloil Tob, yang pemasarannya sudah tersebar di wilayah Kabupaten Kupang, Kota Kupang, dan

Manggarai Barat. Dengan merek Alekot, produk kacang mete ini dapat dibedakan dari kacang mete yang lain sehingga memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk dan asal kacang mete tersebut yaitu diproduksi oleh KTH Paloil Tob. Sehingga membantu konsumen untuk memilih produk tersebut, disamping itu juga dengan merek Alekot tersebut mencegah produk kacang mete Kelompok Tani Hutan Paloil ditiru oleh orang/pihak lain dan merek Alekot tersebut menjadi identitas dan ciri khas dari kacang mete yang diusahakan oleh KTH Paloil Tob.

Merek Alekot terhadap produk kacang mete KTH Paloil Tob memberikan nilai tambah pada produk kacang mete karena produk tersebut telah dikemas dalam sebuah kemasan yang menggunakan label/merek Alekot yang memberi penampilan secara estetika pada produk sehingga konsumen tertarik untuk membeli walaupun harganya lebih mahal dari produk yang tanpa kemasan dan merek. Nilai tambah tersebut diperoleh dari bentuk fisik produk kacang mete tersebut.

Setelah merek Alekot terdaftar, KTH Paloil Tob juga senantiasa menjaga konsistensi mutu dan kualitas kacang mete yang diusahakannya sehingga memberikan jaminan kualitas dan reputasi tertentu bagi produk kacang mete Alekot sehingga konsumen percaya untuk memilih/membeli kacang mete tersebut. Merek Alekot telah terbukti mampu mempertahankan standar kualitas dan memberikan reputasi produk yang baik, sehingga konsumen merasa percaya terhadap produk merek tersebut. ²⁷

²⁷ Wawancara dengan Ibu Erni Mamo Li sebagai Kepala Bidang Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementerian Hukum NTT pada 13 September 2025

Merek Alekot berfungsi sebagai alat promosi, karena pemegang merek tersebut dapat memperluas pemasaran produknya hanya dengan mengandalkan nama merek. Sebuah merek yang sudah dikenal dan memiliki identitas yang kuat, dengan menyebutkan nama merek saja sudah dikenal oleh konsumen, seperti kualitas, kepercayaan, dan nilai produk. Disamping itu juga produk kacang mete merek Alekot menjadi alat promosi secara tidak langsung karena produk tersebut akan dikenal dari mereknya sehingga pada saat orang membutuhkan produk tersebut cukup menyebutkan merek Alekot saja, sekalipun terdapat banyak produk yang sama namun yang akan dibeli adalah produk dengan merek Alekot yang sudah dikenal tersebut.

Merek Alekot juga dapat menjadi penanda asal produk, karena dari merek tersebut konsumen dapat mengetahui kacang mete tersebut diproduksi oleh Kelompok Tani Hutan tersebut. Dengan merek Alekot, produk kacang mete lebih mudah dicari asal usulnya, seperti asal daerah maupun tempat diproduksinya produk tersebut. Hal ini membantu konsumen mengenali karakteristik, reputasi, dan kualitas barang tersebut.

Merek Alekot yang sudah terdaftar membantu dan memudahkan KTH Paloil Tob dalam mengurus segala bentuk perijinan lainnya yang dibutuhkan dalam usaha yang dijalankannya karena dari bentuk perijinan yang dibutuhkan sering mensyaratkan merek terdaftar.

Terdaptarnya Merek Alekot memberikan

hak eksklusif atas merek terdaftar tersebut kepada seluruh anggota KTH Paloil Tob dan memberikan perlindungan terhadap pelanggaran merek Alekot sehingga membantu KTH Paloil Tob fokus pada pengembangan usaha, menjaga kualitas, reputasi, dan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian usaha dapat berjalan dan berkembang dengan baik.²⁸

Berdasarkan analisis peneliti, sesuai dengan 4 teori perlindungan HaKI, perlindungan hukum terhadap merek kolektif Alekot di Desa Sillu sesuai dengan teori yang ada. Berdasarkan *Reward Theory*, Karya intelektual yang dihasilkan oleh penemu, pencipta, atau perancang perlu diakui dan diberikan penghargaan sebagai bentuk apresiasi atas upaya kreatif yang telah dilakukan dalam menghasilkan atau menciptakan karya intelektual tersebut. Di Desa Sillu, merek kolektif Alekot yang dihasilkan oleh KTH Paloil Tob sudah mendapatkan pengakuan dan penghargaan berupa sertifikat merek kolektif. Dengan adanya pengakuan dan penghargaan berupa sertifikat, merek kolektif Alekot mendapatkan keuntungan dan memperkuat daya saing, hal ini sesuai dengan *Recovery Theory*, yang menegaskan bahwa penemu, pencipta, atau perancang yang telah mengorbankan waktu, biaya, dan tenaga dalam menghasilkan karya intelektualnya berhak memperoleh penggantian atau imbal balik atas apa yang telah dikeluarkan.

Perlindungan merek kolektif Alekot adalah bentuk perlindungan hukum atas hak

²⁸ Wawancara dengan Bapak Yudhi Prasetyo sebagai Analis Pertama Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementrian Hukum NTT pada 13 September 2025

kekayaan intelektual yang diberikan oleh negara kepada KTH Paloil Tob Desa Sillu melalui pendaftaran merek, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sistem perlindungan merek di Indonesia bersifat konstitutif, sehingga hak atas merek baru berlaku setelah merek tersebut didaftarkan dan menerima sertifikat. Perlindungan hukum terhadap merek kolektif Alekot dapat dianalisis menggunakan *Reward Theory* dan *Recovery Theory*. Berdasarkan *Reward Theory*, proses pendaftaran dan penerbitan sertifikat merek kolektif Alekot menunjukkan pengakuan serta penghargaan dari pemerintah terhadap kreativitas dan kerja sama kelompok tani dalam menciptakan serta mengembangkan produk kacang mete sebagai produk unggulan Desa Sillu. Pengakuan ini memberikan legitimasi hukum dan rasa aman bagi kelompok tani sebagai pemilik merek yang sah. Dari sisi *Recovery Theory*, perlindungan merek kolektif Alekot memberikan jaminan hukum bagi kelompok tani agar dapat kembali mendapatkan biaya, tenaga, dan waktu yang telah dikeluarkan dalam proses produksi, pengemasan, serta pendaftaran merek. Dengan adanya perlindungan hukum ini, kelompok tani memiliki hak eksklusif untuk menggunakan merek dan memiliki dasar hukum untuk mencegah atau menangani pihak lain yang menggunakan merek tanpa izin, sehingga potensi kerugian ekonomi dapat ditekan. Dengan demikian, perlindungan merek kolektif Alekot tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi kelangsungan usaha kelompok tani. Perlindungan ini

memperkuat posisi hukum pemilik merek, meningkatkan nilai ekonomi produk, serta mendorong pengembangan produk lokal Desa Sillu secara berkelanjutan.

Perlindungan hukum bagi merek kolektif di Indonesia hanya bisa didapat dengan cara mendaftarkan merek tersebut. Dengan demikian sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor Wilayah Kementrian Hukum NTT kepada KTH Paloil Tob menjadi Langkah yang tepat untuk meningkatkan kesadaran dari pelaku usaha tentang pentingnya legalitas merek. Sosialisasi ini terbukti berhasil dengan adanya pendaftaran merek kolektif Alekot.

Pendaftaran merek Alekot memberikan kepastian hukum, hak eksklusif serta perlindungan dari penyalahgunaan oleh pihak lain. Tidak hanya itu, merek ini juga memperkuat identitas produk kacang mete, menjadi sarana promosi, sekaligus menegaskan asal produk dari Desa Sillu, Kabupaten Kupang. Merek dan juga kemasan yang berlabel dapat juga meningkatkan nilai tambah produk serta menarik perhatian konsumen.

Setelah mendapatkan merek, kelompok tani terus menjaga kualitas, yang membantu membangun reputasi dan kepercayaan dari konsumen. Merek kolektif Alekot memiliki peran yang penting dalam memberikan perlindungan hukum, memperkuat daya saing serta meningkatkan pendapatan untuk usaha KTH Paloil Tob.

3. Dampak Dari Perlindungan Hukum Merek Kolektif Alekot Terhadap Peningkatan Produk Lokal Di Desa Sillu Kabupaten Kupang

Dampak perlindungan hukum terhadap

Merek Kolektif Alekot tidak hanya dianalisis secara normatif, tetapi juga harus dilihat dari sudut pandang empiris. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil wawancara dengan anggota KTH Paloil Tob, ada beberapa dampak yang dirasakan dan dialami oleh kelompok tani setelah pendaftaran merek kolektif, yaitu :

1. Dampak bagi anggota KTH Paloil Tob

Merek Kolektif Alekot terdaftar merupakan merek yang digunakan secara bersama oleh seluruh anggota KTH Paloil Tob yang terdaftar dalam dokumen ketentuan penggunaan yang merupakan syarat pada saat mengajukan pendaftaran Merek Kolektif Alekot. Setiap anggota secara pribadi dapat menggunakan Merek Alekot pada produk kacang mete yang diusahakannya. Anggota kelompok tidak perlu mengajukan pendaftaran secara sendiri-sendiri karena sudah didaftarkan sebagai merek kolektif bagi KTH Paloil Tob yang beranggotakan sejumlah 31 (tiga puluh satu) orang, sehingga dari segi efisiensi biaya sangat efisien karena satu merek didaftarkan dengan biaya pendaftaran sebesar Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah), namun digunakan oleh 31 (tiga puluh satu) orang pelaku usaha yang tergabung dalam KTH Paloil Tob.

2. Reputasi Produk Kacang Mete

Dengan Merek Alekot terdaftar maka reputasi produk kacang mete akan tetap terjaga karena dalam salinan ketentuan penggunaan yang merupakan aturan yang harus dilaksanakan oleh seluruh anggota kelompok, telah mengatur

secara tegas terkait produk kacang mete yang diusahakan dan diperdagangkan yaitu antara lain :

Dari anggota :

1) Jenis dan variasi produk adalah :

- a) Kacang mete mentah;
- b) Kacang mete oven;
- c) Abon jambu mete.

2) Ciri produk adalah :

- a) Kacang mete yang memiliki kualitas bahan baku berwarna putih;
- b) Kacang mete berbentuk padat;
- c) Kadar air dibawah 6 % .

3) Sifat produk adalah :

- a) Diproduksi sepanjang tahun;
- b) Berasal dari biji mete pilihan;
- c) Diolah dengan sistem oven.

4) Bahan baku yang digunakan adalah berasal dari jambu mete pilihan dari Desa Sillu dengan seleksi mulai dari biji gelondongan hingga kacang mete sortir sesuai grade.

5) Peralatan yang digunakan dalam proses produksi adalah :

- a) Kacip mete;
- b) Mesin pemecah mete;
- c) Pencungkil, pisau;
- d) Nampan, kuas;
- e) Vacuum sealer.

6) Proses produksi dilakukan melalui :

- a) Pemilihan jambu mete yang telah matang (kualitas terbaik);
- b) Pembersihan dan sortir biji gelondongan dengan sistem rendam;
- c) Penjemuran biji gelondongan selama $\pm$ 7 hari;

- d) Pengkacipan (pemecahan) biji mete;
- e) Penjemuran kacang mete setelah kacip;
- f) Pembersihan kulit ari dan penjemuran;
- g) Grading dan penyimpanan;
- h) Menjual kacang mete ke seksi usaha.

Seksi Usaha :

- a) Menerima kacang mete dari anggota;
- b) Memeriksa dan menyeleksi kualitas kacang mete yang dijual oleh anggota sesuai dengan standar produk yang telah ditetapkan;
- c) Penyimpanan;
- d) Pengolahan dengan sistem oven;
- e) Pengemasan dan pemasaran.

Selain ketentuan terhadap produk tersebut diatas, terkait pengujian produk akhir dilakukan dengan beberapa tahap yaitu :

- 1) Kontrol dari anggota dimana setiap anggota bertanggung jawab untuk menjaga kualitas kacang mete sesuai dengan standar produk yang telah ditentukan.
- 2) Kontrol dari seksi usaha Dimana seksi usaha bertanggung jawab untuk memeriksa dan menyeleksi ulang kacang mete yang dijual oleh anggota. Jika ditemukan kacang mete yang tidak sesuai standar produk maka akan dikembalikan

kepada anggota untuk kembali diseleksi.

- 3) Kontrol dari pendamping kelompok Dimana pendamping secara berkala akan melakukan uji petik terhadap kualitas kacang mete yang ada di seksi usaha dan jika ditemukan ada kacang mete yang belum sesuai standar akan disampaikan kepada seksi usah agar dilakukan seleksi dan perbaikan berikutnya.

Selain itu, sistem pengawasan juga dilakukan terhadap penggunaan merek Alekot, dan pengguna tersebut harus memenuhi persyaratan teknis yang tercantum dalam Salinan Penggunaan Merek Kolektif Alekot. Pengawasan internal dilakukan oleh Ketua bersama tim teknis yang dibentuk untuk memastikan setiap label produk mendapatkan persetujuan dari Ketua dan tim teknis tersebut. Pengawasan dari luar dilakukan oleh pihak ketiga, yaitu pembina kelompok dan pendamping Kelompok Tani Hutan Palmoil Desa Sillu.

Jika dalam pengawasan didapati adanya pelanggaran yang dilakukan oleh anggota yang tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, baik teknis maupun administrasi sebagaimana dalam Salinan

Penggunaan Merek Kolektif Alekot, maka akan diberikan sanksi berupa lisan dan tertulis, surat peringatan tahap pertama hingga ketiga, pelarangan sementara penggunaan merek kolektif Alekot selama 6 hingga 12 bulan, pencabutan hak penggunaan merek kolektif Alekot selama jangka waktu dua tahun, serta pengakhiran keanggotaan secara permanen.

3. Dampak Nilai Produk

Sebagaimana yang diungkapkan oleh anggota kelompok tani diketahui bahwa setelah memperoleh merek kolektif terdaftar Alekot, produk yang diusahakan mengalami peningkatan dari sebelumnya yang diusahakan hanya sebatas produk mentah, saat ini sudah sampai pada produk olahan/jadi yang siap dikonsumsi. Produk olahan yang dimaksudkan adalah kacang mete yang dioven dengan varian rasa yang bermacam-macam. Produk kacang mete merek Alekot saat ini memiliki daya tarik yang tinggi karena memiliki jaminan mutu dan identitas yang jelas melalui pendaftaran merek tersebut. Dampak nilai produk ini dilihat dari meningkatnya kepercayaan dari masyarakat dan mendapatkan respon positif terhadap hasil produksi kelompok tani yang dibuktikan dengan meningkatnya pesanan dan penjualan kacang mete.²⁹

4. Dampak Komersil

Setelah adanya merek Alekot terdaftar, kelompok tani memperoleh dampak komersil yang nyata. Produk tersebut lebih mudah dipasarkan karena memiliki merek yang resmi dan legalitas yang kuat sehingga harga jual lebih meningkat karena produk tersebut dianggap memiliki kualitas, reputasi, dan ciri khas yang terjamin. Merek Alekot telah sukses membangun citra yang kuat di kalangan Masyarakat, tidak hanya dikenal di desa Sillu dan sekitarnya, tetapi juga sudah ke daerah lain yaitu Kota Kupang dan Kabupaten Manggarai Barat yang pemasarannya tersebar pada toko oleh-oleh dan beberapa supermarket. Bahkan juga melalui pemasaran online lewat *e-commerce*. Keberhasilan ini tidak lepas dari adanya pendaftaran merek, sehingga pemasaran menjadi konsisten dan terarah, SOP yang semakin baik, serta adanya dukungan dari pelaku usaha dan Lembaga pemerintah yang mendorong promosi produk unggulan daerah. Melalui promosi, merek Alekot ini mampu menarik perhatian konsumen dari berbagai latar belakang, yang pada akhirnya memperluas jangkauan pasarnya secara signifikan. Masuknya produk tersebut hingga ke Kota Kupang dan Labuan Bajo juga menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan oleh merek Alekot tersebut memiliki daya saing tinggi, baik dari segi kualitas

²⁹ Wawancara dengan Bapak Yoyarid Tule sebagai Seksi Usaha KTH P Desa Sillu Kabupaten Kupang pada 16 September 2025

maupun citra merek, sehingga sanggup menghadapi persaingan pasar yang semakin intens, terutama di destinasi wisata berskala nasional maupun internasional.³⁰

5. Dampak Ekonomi

Setelah melakukan pendaftaran merek Alekot, kelompok tani dapat merasakan dampak ekonomi yang positif. Dari hasil wawancara, penjualan produk tersebut mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibanding dengan sebelum adanya pendaftaran merek. Produk tersebut di produksi atas permintaan konsumen, sehingga produksinya sangat bergantung terhadap permintaan yang ada. Dalam beberapa periode produksinya mengalami kekosongan akibat menurunnya permintaan, namun di lain waktu justru permintaan melonjak yang mengakibatkan peningkatan produk secara pesat. Produk tersebut mengalami peningkatan karena semakin luasnya jangkauan pemasaran ke daerah yang lain. Produk yang awalnya hanya dikenal di lingkungan lokal kini sudah masuk ke wilayah yang lebih luas, sehingga penjualan meningkat dan memberikan tambahan pendapatan bagi anggota kelompok tani.

6. Dampak Hukum

Setelah mendaftarkan merek kolektif, kelompok tani memperoleh

perlindungan hukum dari negara, sehingga merek itu tidak diperbolehkan untuk dipakai secara sembarangan atau tanpa ijin oleh pihak lain. Jika ada pihak lain yang meniru atau memplagiasi produk dengan merek yang sama, maka anggota kelompok tani dapat mengajukan gugatan hukum atau menuntut perlindungan secara resmi. Kelompok tani berhak secara eksklusif memakai merek tersebut dalam usaha mereka untuk jangka waktu sepuluh tahun, dengan opsi perpanjangan setelah periode tersebut. Dengan adanya kepastian hukum terhadap merek kolektif Alekot lebih meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap legalitas produk kacang mete Alekot.³¹

Berdasarkan hasil wawancara, kegiatan yang dilakukan oleh KTH Paloil Tob sudah disiapkan dan dibawah binaan Balai Kehutanan. Oleh karena itu, Pemerintah Desa tidak banyak terlibat dalam kegiatan tersebut. Pemerintah Desa menganggap bahwa KTH Paloil Tob sepenuhnya berada dibawah binaan Balai Kehutanan, sehingga tidak dimasukkan sebagai penerima bantuan atau alokasi dana desa.³²

Berdasarkan analisis peneliti, perlindungan merek kolektif Alekot berdampak nyata terhadap peningkatan produksi kacang mete lokal yang dihasilkan oleh KTH Paloil Tob Desa Sillu. Perlindungan ini dicapai melalui

³⁰ Wawancara dengan Ibu Yosina Anlik sebagai anggota KTH Paloil Tob pada 19 September 2025

³¹ Wawancara dengan Ibu Yantri Tob sebagai anggota KTH P pada 19 September 2025

³² Wawancara dengan Bapak Mikhael Takel sebagai Kepala Desa Sillu Kabupaten Kupang pada 16 September 2025.

pendaftaran merek kolektif yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-Undang tersebut memberi hak istimewa kepada pemilik merek. Menurut *Incentive Theory*, perlindungan merek kolektif berfungsi sebagai dorongan bagi kelompok tani untuk meningkatkan kualitas dan pengelolaan produk mereka. Kejelasan hukum atas merek Alekot memberi rasa aman bagi kelompok tani, sehingga memotivasi mereka untuk lebih giat menjaga kualitas produk, memperbaiki kemasan, serta mengembangkan strategi pemasaran. Dengan perlindungan hukum ini, kelompok tani tidak lagi takut produknya disalahgunakan oleh pihak lain. Hal ini meningkatkan semangat mereka untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk lokal. Dalam konteks merek kolektif Alekot, perlindungan hukum berperan dalam meningkatkan daya saing produk lokal, memperluas peluang pemasaran, dan meningkatkan nilai jual kacang mete. Dampak positif ini dirasakan oleh kelompok tani maupun masyarakat Desa Sillu melalui peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha yang berbasis produk lokal. Dengan demikian, perlindungan merek kolektif Alekot tidak hanya memberikan kepastian hukum, tetapi juga memberi dorongan untuk peningkatan produksi lokal dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan

hak kekayaan intelektual memiliki peran strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

1. Bentuk Perlindungan Hukum Merek Kolektif Alekot

Pelindungan hukum terhadap merek kolektif Alekot dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pelindungan hukum ini diawali dengan peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya merek sebagai aset kekayaan intelektual, yang disampaikan melalui sosialisasi dan pendampingan oleh Kanwil Kemenkum NTT pada tanggal 12 September 2023. Pemahaman tersebut mendorong Kelompok Tani Hutan Palmoil Desa Sillu untuk mengajukan permohonan pendaftaran merek kolektif Alekot pada tanggal 18 September 2023 melalui Kanwil Kemenkum NTT. Pada tahun 2024, permohonan tersebut ditetapkan dengan diterbitkannya Sertifikat Merek Kolektif Alekot. Sertifikat ini berfungsi sebagai bukti sah kepemilikan merek yang memberikan hak eksklusif kepada KTH Palmoil Tob Desa Sillu untuk menggunakan merek Alekot dalam kegiatan usaha secara bersama. Selain itu, pelindungan hukum ini memberikan rasa aman terhadap penggunaan merek, mencegah penyalahgunaan, peniruan, atau pemalsuan merek oleh pihak lain. Kelompok tani juga memiliki hak untuk mengajukan tuntutan hukum secara perdata atau pidana

jika terjadi pelanggaran terhadap merek Alekot. Hak atas merek tersebut berlaku selama sepuluh tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang.

2. Dampak Pendaftaran Merek Kolektif Alekot terhadap Peningkatan Produk Lokal

Pendaftaran merek kolektif Alekot memberikan pengaruh besar dan berkelanjutan terhadap peningkatan produk kacang mete yang diproduksi oleh Kelompok Tani Hutan Paloil Desa Sillu, baik dari segi nilai produk, komersial, ekonomi, maupun hukum. Dari segi nilai produk, merek kolektif ini mendorong kelompok tani untuk terus berinovasi dan mengembangkan berbagai variasi produk, mulai dari kacang mete mentah menjadi produk olahan seperti kacang mete yang dikukus dengan berbagai rasa. Inovasi tersebut meningkatkan nilai tambah, kualitas, serta daya saing produk di pasar. Dari segi komersial, merek Alekot yang telah terdaftar memberikan kesan profesional, legal, dan terpercaya, sehingga memudahkan proses pemasaran dan memperluas jaringan distribusi. Produk kacang mete Alekot tidak hanya dijual di Desa Sillu dan Kabupaten Kupang, tetapi juga diperdagangkan di daerah lain seperti Kota Kupang dan Kabupaten Manggarai Barat, serta dipasarkan melalui media daring dan platform e-commerce. Dari segi ekonomi, peningkatan kepercayaan konsumen dan luasnya pasar berdampak langsung pada meningkatnya permintaan dan penjualan, yang sehingga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan anggota kelompok tani. Dari segi hukum, pendaftaran merek kolektif memberikan

perlindungan hukum yang jelas bagi Kelompok Tani Hutan Paloil Desa Sillu sebagai pemilik merek, sekaligus meningkatkan kesadaran anggota tentang pentingnya melindungi kekayaan intelektual sebagai alat strategis dalam pengembangan produk lokal.

SARAN

1. Bagi Pemerintah Bagi Pemerintah (Kementerian Hukum, Pemerintah Daerah.) Pemerintah, khususnya Kementerian Hukum melalui Kantor Wilayah serta Pemerintah Daerah Kabupaten Kupang, diharapkan terus meningkatkan peran aktifnya dalam memberikan bantuan, pengawasan, dan pengenalan mengenai perlindungan kekayaan intelektual, terutama Merek Kolektif. Bantuan tersebut tidak hanya mencakup proses pendaftaran merek, tetapi juga termasuk pengelolaan merek setelah terdaftar, pengawasan terhadap adanya pelanggaran, serta pemahaman tentang cara menegakkan hukum jika merek digunakan secara tidak benar oleh pihak lain. Selain itu, diharapkan adanya kerjasama antara pemda dan instansi terkait dalam mendukung pengembangan produk kacang mete Alekot melalui berbagai program, seperti pemberdayaan ekonomi masyarakat, pelatihan untuk meningkatkan kualitas produk, bantuan dalam pemasaran, serta fasilitas akses di tingkat regional maupun nasional. Dukungan kebijakan dan program yang

berkelanjutan diharapkan dapat menjadikan Merek Kolektif Alekot sebagai Komoditas unggulan lokal yang berpotensi memperkuat ekonomi masyarakat Desa Sillu.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat, baik yang tinggal di sekitar Desa Sillu maupun masyarakat umum sebagai pengguna produk dan pelaku usaha, diharapkan lebih memahami pentingnya hukum terkait penghormatan terhadap hak kekayaan intelektual, terutama Merek Kolektif Alekot yang sudah terdaftar secara resmi. Masyarakat tidak diperbolehkan menggunakan, meniru, atau memanfaatkan merek Alekot tanpa izin dari KTH Paloil Tob Desa Sillu yang merupakan pemilik sah merek tersebut. Selain itu, masyarakat juga diharapkan dapat ikut serta dalam mendukung pengembangan produk lokal dengan memilih dan membeli produk kacang mete Alekot sebagai bentuk penghargaan terhadap usaha kelompok tani setempat. Dengan mendukung produk lokal yang memiliki legalitas dan kualitas terjamin, masyarakat akan membantu menciptakan lingkungan usaha yang sehat, meningkatkan daya saing produk daerah, serta memperkuat perekonomian masyarakat secara berkelanjutan.

3. Bagi KTH Paloil Tob Desa Sillu

KTH Paloil Tob Desa Sillu sebagai pemegang hak atas Merek Kolektif Alekot disarankan untuk secara konsisten melakukan pengawasan terhadap penggunaan merek, baik secara internal oleh anggota kelompok maupun eksternal oleh pihak luar kelompok, dengan tujuan

mencegah penggunaan merek secara tidak sah. Pengawasan tersebut dapat dilakukan melalui pencatatan penggunaan merek, pemantauan peredaran produk di pasar, serta kerja sama dengan instansi terkait apabila ditemukan indikasi pelanggaran. Selain itu, kelompok tani juga perlu memastikan kualitas dan mutu produk kacang mete Alekot secara berkelanjutan, baik dari segi bahan baku, proses produksi, pengemasan, maupun pemasaran, sehingga kepercayaan konsumen terhadap merek tetap terjaga. Konsistensi dalam menjaga kualitas produk harus menjadi komitmen bersama seluruh anggota kelompok tani. Kelompok tani juga perlu memberikan perhatian khusus terhadap masa berlaku hak atas merek Alekot dengan melakukan permohonan perpanjangan merek tepat waktu guna memastikan perlindungan hukum terhadap merek tersebut tetap berkelanjutan dan tidak menimbulkan kerugian bagi kelompok tani di masa depan. Selain itu, penguatan kelembagaan dan manajemen kelompok tani juga perlu terus ditingkatkan agar merek kolektif Alekot dapat dikelola secara profesional dan berkelanjutan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Journal

Selan, Maya, I. Nyoman W. Mahayasa, and Nixon Rammang. "Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Petani Jambu Mete (*Anacardium Occidentale* L.) Di Kelompok Tani Hutan Paloil Tob Desa Silu Kecamatan

Fatuleu Kabupaten Kupang." *Wana Lestari* 2.02 (2020): 212-221.

Website

Kementerian Hukum Republik Indonesia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Sejarah DJKI, <https://www.dgip.go.id/tentang-djki/sejarah-djki> diakses pada Selasa, 11 Februari, 2025 pada Pukul 12.45 WITA.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Pentingnya Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Kreatif, Selasa, 19 Oktober 2021, [https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif](https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya_Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif) diakses pada Selasa, 11 Februari, 2025 pada Pukul 12.45 WITA

Penerbit Deepublish, pengertian Penelitian Studi Literatur, 2023, <https://penerbitdeepublish.com/studi-literatur/> diakses pada Selasa, 11 Febuari, 2025 pada pukul 13.00 WITA.

DQLab, Pelajari Teknik pengolahan data, 2021, <https://dqlab.id/pelajari-teknik-pengolahan-data-untuk-project-data-science> diakses pada Selasa, 11 Febuari, 2025 pada pukul 13.00 WITA.

Buku

Nugroho Sigit, Metodologi Riset Hukum, Jawa Tengah: Oase Pustaka, 2020,hlm. 103.

Monteiro Josef, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, K-Media, 2022,hlm 17.

Monteiro Josef, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, K-Media, 2022, hlm 66.

Kantor Wilayah Kementrian Hukum NTT, Salinan Merek Kolektif Alekot, 2019

Wawancara

Wawancara dengan Ibu Erni Mamo Li sebagai Kepala Bidang Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementrian Hukum NTT pada 13 September 2025

Wawancara dengan Bapak Yudhi Prasetyo sebagai Analis Pertama Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementrian Hukum NTT pada 13 September 2025

Wawancara dengan Bapak Yoyarid Tule sebagai Seksi Usaha Kelompok Tani Hutan Paloil Tob Desa Sillu Kabupaten Kupang pada 16 September 2025

Wawancara dengan Ibu Yosina Anlik sebagai anggota Kelompok Tani Hutan Paloil Tob Desa Sillu Kabupaten Kupang pada 19 September 2025

Wawancara dengan Ibu Yantri Tob sebagai anggota Kelompok Tani Hutan Paloil Tob Desa Sillu Kabupaten Kupang pada 19 September 2025

Wawancara dengan Bapak Mikhael Takel sebagai Kepala Desa Sillu Kabupaten Kupang pada 16 September 2025.

Kitab Perundang-Undangan

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