

**EFEKTIVITAS PENERAPAN PASAL 21 AYAT 1 UNDANG-UNDANG
NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI
GEOGRAFIS DALAM MEMINIMALISIR TERJADINYA SENGKETA
MEREK DI KOTA DENPASAR**

Oleh

Haidar Ghazy Septian Rozak, NIM 2014101050

Jurusan Hukum dan Kewarganegaraan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penerapan Pasal 21 Ayat 1 UU No. 20 Tahun 2016 dalam meminimalisir terjadinya sengketa merek di Kota Denpasar serta bagaimana penegakan hukum terhadap pelanggaran hak atas merek di Kota Denpasar sebagai akibat dari adanya “persamaan pada pokoknya”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris dengan sifat penelitian deskriptif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara studi pustaka, observasi, dan wawancara. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah Teknik *Non-Probability Sampling* dan penentuan subjeknya menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik pengolahan dan analisis data secara kualitatif. Adapun hasil penelitian persentase data sebesar 90% menunjukkan bahwa efektivitas penerapan Pasal 21 Ayat 1 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis masih belum maksimal. Hal ini tercermin atas minimnya kesadaran hukum oleh sebagian besar pelaku usaha dagang makanan yang masih belum memahami terkait ketentuan “persamaan pada pokoknya” disaat hendak memulai usahanya tersebut. Adapun penegakan hukum terhadap pelanggaran hak atas merek di Kota Denpasar sebagai akibat dari adanya “persamaan pada pokoknya” umumnya dilakukan dua cara yakni, pertama secara litigasi yang diawali dengan penanganan oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) dan berlanjut sampai Peradilan yang diputuskan oleh hakim dan kedua secara mediasi yang melibatkan mediator. Dengan demikian, Kesadaran hukum bagi para pelaku usaha dagang makanan harus ditingkatkan lagi melalui pendidikan sedini mungkin dan penegak hukum terus berupaya mengadakan sosialisasi yang berkelanjutan guna membantu pemahaman para pelaku usaha dagang yang ada.

Kata Kunci : Efektivitas hukum, Penegakan hukum, Kesadaran hukum

**EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF ARTICLE 21
PARAGRAPH 1 OF LAW NUMBER 20 OF 2016 CONCERNING
TRADEMARKS AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN MINIMIZING
THE OCCURRENCE OF TRADEMARK DISPUTES IN THE CITY OF
DENPASAR**

By

Haidar Ghazy Septian Rozak, NIM 2014101050

Department of Law and Citizenship

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of the implementation of Article 21 Paragraph 1 of Law No. 20 of 2016 in minimizing the occurrence of trademark disputes in Denpasar City and how the law enforces violations of trademark rights in Denpasar City as a result of the existence of "similarities in essence". The type of research used is empirical legal research with a descriptive nature. The location of this research was conducted in Denpasar City. Data collection techniques used were literature studies, observations, and interviews. The sampling technique used was Non-Probability Sampling Technique and the determination of subjects used Purposive Sampling. Data processing and analysis techniques were qualitative. The results of the research, the percentage of data of 90%, indicate that the effectiveness of the implementation of Article 21 Paragraph 1 of Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications is still not optimal. This is reflected in the lack of legal awareness by most food trade business actors who still do not understand the provisions of "similarities in essence" when they want to start their business. Law enforcement against trademark violations in Denpasar City due to "substantial similarities" is generally carried out in two ways: first, through litigation, which begins with handling by Civil Servant Investigators (PPNS) and continues through the Court, which is decided by a judge, and second, through mediation, which involves a mediator. Therefore, legal awareness for food business actors must be increased through education as early as possible, and law enforcement must continue to strive to conduct ongoing outreach to help understand existing business actors.

Keywords: *Legal effectiveness, Law enforcement, Legal awareness*