

PERLINDUNGAN MERK PADA INDUSTRI AIR MINUM DALAM KEMASAN

Nadya Damanik^{1*}, Aris Prio Agus Santoso², Aryono³

^{1,2,3}Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa, Surakarta, Indonesia

nadyaadamanik@gmail.com^{1*}, arisprio.santoso@udb.ac.id², aryono@udb.ac.id³



Article Info	Abstract
Article History Received: October 01, 2025 Accepted: December 29, 2025 Keywords: Trademark Protection, MSMEs, Bottled Drinking Water, Trademark Law, Fure	<i>This study aims to analyze the effectiveness of legal mechanisms in protecting trademarks in the Bottled Drinking Water (AMDK) sector, with a case study on the FURE brand as a micro, small, and medium enterprise (MSME) product. Employing a normative juridical method with statutory, conceptual, and case study approaches, this research reviews the implementation of Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications, which adopts the constitutive principle and the first-to-file system. The findings reveal that while FURE has obtained valid trademark registration and exclusive rights, practical challenges persist, including limited internal legal literacy, inadequate market monitoring, and the lack of optimized digital protection strategies. These results indicate the need for proactive measures such as cross-class registration, online monitoring, and the strengthening of legal literacy among MSMEs. The study contributes practical recommendations for business actors and policy insights for government institutions to enhance trademark protection systems in Indonesia.</i>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas mekanisme hukum dalam melindungi merek di sektor Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), dengan studi kasus pada merek FURE sebagai produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan, konseptual, dan studi kasus, penelitian ini mengkaji implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mengadopsi prinsip konstitutif dan sistem first-to-file. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun FURE telah memperoleh pendaftaran merek yang sah dan hak eksklusif, tantangan praktis masih ada, termasuk keterbatasan literasi hukum internal, pengawasan pasar yang tidak memadai, dan kurangnya strategi perlindungan digital yang optimal. Hasil penelitian ini menunjukkan perlunya langkah-langkah proaktif seperti pendaftaran lintas kelas, pemantauan online, dan peningkatan literasi hukum di kalangan UMKM. Studi ini memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan wawasan kebijakan bagi lembaga pemerintah untuk memperkuat sistem perlindungan merek di Indonesia.

Kata Kunci: Elektronik Perlindungan Merek, UMKM, Air Minum Dalam Kemasan, Hukum Merek, FURE

I. PENDAHULUAN

Merek merupakan instrumen Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang berfungsi membedakan produk suatu pelaku usaha dari produk kompetitor serta menciptakan reputasi dan nilai tambah ekonomi. Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), merek bukan hanya simbol identitas, melainkan juga aset hukum yang menentukan daya saing dan keberlangsungan usaha. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan mencakup sekitar 99%-unit

usaha di Indonesia. Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap merek UMKM merupakan isu strategis, tidak hanya bagi pengusaha kecil, tetapi juga bagi pembangunan ekonomi nasional.

Dalam konteks industri konsumsi harian, sektor Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) menempati posisi penting. Produk AMDK memiliki tingkat persaingan yang tinggi, risiko pemalsuan yang signifikan, serta kebutuhan konsistensi kualitas yang ketat. Oleh karena itu, keberadaan merek yang kuat dan terlindungi secara hukum menjadi krusial bagi pelaku usaha di sektor ini, termasuk bagi UMKM.

Dasar hukum utama perlindungan merek di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek 2016), yang menganut asas konstitutif dan prinsip *first-to-file*. Artinya, hak eksklusif atas suatu merek hanya diperoleh setelah dilakukan pendaftaran secara sah di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Pemilik merek terdaftar berhak atas perlindungan hukum preventif maupun represif, sebagaimana diatur dalam Pasal 83 dan Pasal 100 UU Merek 2016.

Namun, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kesadaran UMKM untuk mendaftarkan merek masih rendah. Hambatan utama mencakup keterbatasan informasi, pemahaman hukum yang minim, serta persepsi biaya dan prosedur yang dianggap rumit. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara keberadaan instrumen hukum yang cukup memadai dengan tingkat pemanfaatannya oleh pelaku usaha.

Studi ini menyoroti kasus merek FURE, sebuah produk AMDK yang dimiliki PT Sun Water International. FURE telah resmi terdaftar di DJKI pada kelas 32, tetapi dalam praktiknya masih menghadapi kendala perlindungan merek, seperti rendahnya literasi hukum internal dan terbatasnya strategi monitoring pasar. Fokus penelitian ini adalah menganalisis mekanisme perlindungan hukum merek FURE berdasarkan UU Merek 2016, sekaligus mengidentifikasi strategi preventif dan represif yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk menghadapi potensi pelanggaran merek di era digital dan marketplace.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik melalui penguatan kajian normatif mengenai perlindungan merek UMKM, tetapi juga kontribusi praktis berupa rekomendasi strategi hukum yang relevan untuk diterapkan oleh pelaku usaha dan pembuat kebijakan.

Satjipto Rahardjo menegaskan bahwa hukum berfungsi memberikan perlindungan terhadap hak-hak masyarakat dari tindakan sewenang-wenang. Philipus M. Hadjon kemudian membagi perlindungan hukum menjadi dua bentuk: preventif, yakni upaya pencegahan sebelum pelanggaran terjadi, dan represif, yaitu penindakan setelah pelanggaran terjadi melalui jalur hukum. Kerangka ini relevan dalam konteks perlindungan merek, di mana upaya preventif mencakup pendaftaran merek, monitoring, dan konsistensi penggunaan, sedangkan upaya represif mencakup gugatan perdata, sanksi pidana, maupun alternatif penyelesaian sengketa (APS).

Menurut Gustav Radbruch, kepastian hukum merupakan salah satu tujuan fundamental hukum agar masyarakat dapat mengetahui hak dan kewajiban secara jelas. Prinsip ini tercermin dalam asas konstitutif dan *first-to-file* pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan asas tersebut, hak atas merek hanya timbul setelah dilakukan pendaftaran, sehingga memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dan pihak ketiga.

Teori HKI memandang merek sebagai hak eksklusif yang lahir dari hasil kreasi intelektual sekaligus memiliki nilai ekonomi. Perlindungan hukum melalui pendaftaran merek berfungsi sebagai insentif agar pelaku usaha berinovasi dan menjaga reputasi produknya. Dalam konteks UMKM, merek tidak hanya berperan sebagai identitas, tetapi juga sebagai aset bisnis yang mendukung keberlanjutan usaha.

Lawrence M. Friedman menyatakan efektivitas penegakan hukum dipengaruhi oleh tiga elemen: substansi hukum (aturan tertulis), struktur hukum (institusi penegak hukum), dan kultur hukum (kesadaran masyarakat). Dalam perlindungan merek, substansi hukum telah tersedia melalui UU Merek 2016; struktur hukum dijalankan oleh DJKI, pengadilan, dan

aparatus penegak hukum; sedangkan kultur hukum bergantung pada kesadaran pelaku UMKM untuk mendaftarkan serta menjaga mereknya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang berfokus pada norma hukum tertulis serta doktrin-doktrin hukum yang relevan. Metode ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah menganalisis efektivitas perlindungan hukum terhadap merek dalam perspektif peraturan perundang-undangan dan praktik implementasinya pada studi kasus tertentu.

1. Pendekatan Penelitian

Terdapat tiga pendekatan utama yang digunakan, yaitu:

- a. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), dengan menelaah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, peraturan pelaksanaannya, serta instrumen hukum internasional seperti Paris Convention 1883 dan TRIPS Agreement 1994.
- b. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dengan mengkaji teori-teori hukum yang relevan, antara lain teori perlindungan hukum, teori kepastian hukum, teori HKI, dan teori penegakan hukum.
- c. Pendekatan kasus (*case study approach*), dengan menganalisis pendaftaran dan perlindungan merek *FURE* sebagai contoh praktik nyata perlindungan merek UMKM di sektor AMDK.

2. Sumber Bahan Hukum

- a. Bahan hukum primer: Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, Permenkumham No. 67 Tahun 2016 jo. Permenkumham No. 12 Tahun 2021, putusan pengadilan terkait sengketa merek, serta perjanjian internasional (Paris Convention, TRIPS).
- b. Bahan hukum sekunder: buku-buku akademik, artikel jurnal, hasil penelitian terdahulu, dan pendapat ahli terkait perlindungan merek UMKM.
- c. Bahan hukum tersier: kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber referensi umum untuk memperjelas istilah hukum.

3. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Bahan hukum dikumpulkan melalui studi kepustakaan (*library research*), kemudian dianalisis dengan metode kualitatif deskriptif-analitis. Analisis dilakukan dengan cara menginterpretasikan norma hukum, menghubungkannya dengan teori, serta menilai efektivitas penerapannya pada kasus merek *FURE*. Selain itu, digunakan metode sinkronisasi hukum untuk menilai kesesuaian antara norma nasional dengan standar hukum internasional di bidang merek.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Perlindungan Merek di Indonesia

Sistem hukum merek di Indonesia menganut asas konstitutif dan prinsip first-to-file. Artinya, hak atas suatu merek baru timbul setelah didaftarkan secara sah di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Pemilik merek terdaftar berhak memperoleh perlindungan hukum, baik preventif maupun represif.

Perlindungan preventif diberikan melalui prosedur pendaftaran, pemeriksaan substantif, serta pengumuman dalam Berita Resmi Merek. Sementara itu, perlindungan represif dapat ditempuh melalui gugatan perdata sebagaimana diatur Pasal 83 UU No. 20 Tahun 2016, sanksi pidana dalam Pasal 100, maupun penyelesaian melalui arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa (Pasal 93). Dengan demikian, kerangka hukum yang tersedia telah memberikan landasan cukup kuat untuk melindungi merek pelaku usaha, termasuk UMKM.

Perlindungan Merek bagi UMKM

Meskipun instrumen hukum tersedia, tingkat kesadaran pelaku UMKM dalam mendaftarkan merek masih rendah. Hambatan utama mencakup keterbatasan modal,

minimnya literasi hukum, serta persepsi bahwa pendaftaran merek merupakan prosedur yang kompleks.

Pemerintah telah berupaya mendorong peningkatan pendaftaran melalui kebijakan biaya registrasi yang lebih ringan, program pendaftaran kolektif, dan kerja sama antara DJKI dengan Kementerian Koperasi dan UKM. Namun, efektivitas kebijakan tersebut masih dipengaruhi oleh faktor internal UMKM, seperti kemampuan manajerial dan pemahaman akan nilai strategis merek.

Studi Kasus: Merek FURE

Merek FURE milik PT Sun Water International menjadi contoh UMKM sektor AMDK yang telah berhasil mendaftarkan mereknya di DJKI untuk kelas 32 (air minum dalam kemasan). Selain merek inti, varian FURE+ dan FURElite juga telah didaftarkan, sehingga pemilik memperoleh hak eksklusif secara hukum.

1. Perlindungan Preventif
 - a. Pendaftaran merek di DJKI sesuai prinsip *first-to-file*.
 - b. Konsistensi penggunaan merek dalam label, promosi, dan distribusi.
 - c. Potensi penguatan melalui pendaftaran lintas kelas, misalnya kelas 35 (distribusi) dan 39 (logistik), untuk mencegah penyalahgunaan di sektor terkait.
 - d. Inovasi strategi digital, seperti penggunaan QR code, monitoring marketplace, dan kerja sama dengan platform e-commerce.
2. Perlindungan Represif
 - a. Gugatan perdata untuk ganti rugi dan penghentian penggunaan merek tanpa izin (Pasal 83 UU Merek).
 - b. Sanksi pidana terhadap pelanggaran merek dengan ancaman penjara maksimal 5 tahun dan/atau denda hingga Rp2 miliar (Pasal 100 UU Merek).
 - c. Alternatif penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau mediasi (Pasal 93 UU Merek).
 - d. Faktor Pendukung dan Penghambat
 - e. Pendukung: kepemilikan sertifikat merek resmi, status badan hukum PT, dan kepatuhan pada sistem pendaftaran.
 - f. Penghambat: keterbatasan sumber daya untuk melakukan monitoring aktif, rendahnya literasi hukum internal, serta belum optimalnya strategi perlindungan digital.

Analisis Kritis

Perlindungan hukum terhadap merek FURE menunjukkan adanya keseimbangan antara instrumen hukum yang memadai dan tantangan praktik di lapangan. Secara normatif, UU Merek 2016 telah memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek. Namun, secara empiris, keterbatasan literasi hukum dan kapasitas manajerial UMKM menghambat efektivitas perlindungan.

Dalam perspektif internasional, TRIPS Agreement menegaskan kewajiban negara anggota WTO, termasuk Indonesia, untuk memberikan perlindungan merek yang efektif. Demikian pula, Paris Convention memberikan dasar prinsip prioritas pendaftaran. Studi kasus FURE menunjukkan bahwa meskipun kerangka hukum Indonesia telah selaras dengan standar global, implementasi di tingkat UMKM masih menghadapi tantangan substansial.

Implikasinya, perlindungan merek UMKM di sektor AMDK memerlukan strategi proaktif, tidak hanya melalui pendaftaran, tetapi juga melalui literasi hukum, monitoring pasar, dan pemanfaatan teknologi digital. Dengan langkah tersebut, perlindungan merek dapat berfungsi optimal sebagai instrumen pembangunan ekonomi sekaligus perlindungan identitas usaha.

IV. KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap merek FURE menunjukkan adanya keseimbangan antara instrumen hukum yang memadai dan tantangan praktik di lapangan. Secara normatif, UU Merek 2016 telah memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek. Namun, secara empiris, keterbatasan literasi hukum dan kapasitas manajerial UMKM menghambat efektivitas perlindungan. Dalam perspektif internasional, TRIPS Agreement menegaskan kewajiban negara anggota WTO, termasuk Indonesia, untuk memberikan perlindungan merek yang efektif. Demikian pula, Paris Convention memberikan dasar prinsip prioritas pendaftaran. Studi kasus FURE menunjukkan bahwa meskipun kerangka hukum Indonesia telah selaras dengan standar global, implementasi di tingkat UMKM masih menghadapi tantangan substansial.

Implikasinya, perlindungan merek UMKM di sektor AMDK memerlukan strategi proaktif, tidak hanya melalui pendaftaran, tetapi juga melalui literasi hukum, monitoring pasar, dan pemanfaatan teknologi digital. Dengan langkah tersebut, perlindungan merek dapat berfungsi optimal sebagai instrumen pembangunan ekonomi sekaligus perlindungan identitas usaha.

REFERENSI

- Fatmawati, F., & Aminah, A. (2023). Perlindungan hukum atas merek bagi pelaku UMKM di Indonesia. *Notarius*, 16(1), 529–539. (tautan tidak tersedia)
- Friedman, L. M. (1975). *The legal system: A social science perspective*. Russell Sage Foundation.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat di Indonesia: Sebuah studi tentang prinsip-prinsipnya*. Bina Ilmu.
- Hidayat, T. (2022). Pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum bagi UMKM di Kota Jambi. *Zaaken: Jurnal Ilmu Hukum Universitas Jambi*. (tautan tidak tersedia)
- Mahkamah Agung Republik Indonesia. (2020). Putusan No. 49 PK/Pdt.Sus-HKI/2020 tentang pembatalan merek. Direktori Putusan Mahkamah Agung RI.
- Marzuki, P. M. (2021). *Penelitian hukum (Edisi Revisi)*. Kencana.
- Muchsin. (2003). *Perlindungan dan kepastian hukum bagi investor di Indonesia*. Universitas Sebelas Maret.
- Mulyati, R. (2023). *Perlindungan hukum merek terkenal untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis dalam hukum merek Indonesia*. Pustaka Yustisia.
- Pujiati. (2024). *Metode penelitian yuridis normatif*. Deepublish.
- Radbruch, G. (2006). Statutory lawlessness and supra-statutory law (1946). *Oxford Journal of Legal Studies*, 26(1), 1–11. (tautan tidak tersedia)
- Rahardjo, S. (2000). *Ilmu hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2001). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*. Rajawali Pers.
- Suryadi, A. (2022). Hak kekayaan intelektual: Perlindungan dan kepastian hukum dalam pendaftaran merek dengan menggunakan sistem konstitutif. *Inteligencia Media*.
- World Intellectual Property Organization. (1979). *Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883, amended 1979)*. WIPO.
- World Intellectual Property Organization. (2024). *Nice classification of goods and services (12th ed.)*. WIPO.
- World Trade Organization. (1994). *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)*. WTO.
- Kementerian Hukum dan HAM RI. (2016). Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.
- Kementerian Hukum dan HAM RI. (2021). Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Permenkumham No. 67 Tahun 2016. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.