

Pengembangan Potensi Produk Pondok Pesantren Melalui Pendampingan Hukum Hak Kekayaan Intelektual

Reka Dewantara¹, Sihabuddin², Ranitya Ganindha³, Cyndiarnis Cahyaning Putri⁴,
Zora Febriena Dwithia Hidayat Putri^{5*}, Fines Fatimah⁶

¹⁻⁶Fakultas Hukum Universitas Brawijaya

Email: zorafebrienadh@ub.ac.id

*Corresponding author: Zora Febriena Dwithia Hidayat Putri

Info Artikel

Article History:

Received: November 12, 2022

Revision: February 15, 2023

Accepted: March 26, 2023

Published: April 11, 2023

Kata Kunci:

Pendampingan Hukum;
Sosialisasi Hukum; Pondok
Pesantren.

Keywords:

*Legal assistance; legal
socialization; Islamic Boarding
School.*

Abstrak

Pondok pesantren sebagai pelaku usaha memiliki potensi yang sangat besar untuk memasuki pasar dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Pondok pesantren Tahfidz Al-Quran (PPTQ) Oemah Al-Quran merupakan salah satu pondok pesantren yang memiliki fokus kegiatan Tahfidz Al-Quran yang berlokasi di Kota Malang yang perkembangannya signifikan. Selain kegiatan keagamaan, salah satu kegiatan tambahan yang sedang digagas oleh PPTQ Oemah Al-Quran adalah kegiatan kewirausahaan. Sejak tahun 2020 lalu, pondok pesantren memiliki unit usaha yang menjual olahan makanan berupa ayam goreng. Namun demikian, kegiatan usaha tersebut masih dijalankan secara tradisional dan seluruh pengurus serta pengelola tidak memiliki pemahaman akan pentingnya hukum dalam kegiatan bisnis. Lebih lanjut, dalam perspektif hukum pun produk ayam goreng PPTQ Oemah Al-Quran tersebut belum memperoleh perlindungan dalam segi hak kekayaan intelektual, khususnya merek. Melalui pendampingan hukum ini, diharapkan PPTQ Oemah Al-Quran dapat memiliki pengetahuan dan pemahaman terhadap pentingnya merek bagi usaha yang dijalankan khususnya dalam upaya untuk meningkatkan potensi produk dalam kegiatan usaha yang dilakukan.

Abstract

Improving Potential Products of Islamic Boarding School Through Legal Assistance of Intellectual Property Rights

Islamic boarding schools as business actors have huge potential to enter the market and compete with other business actors. Tahfidz Al-Quran Islamic Boarding School (PPTQ) Oemah Al-Quran is one of the Islamic Boarding School located in Malang which has significant development. Beside the religious activities, one of the supplementary activities initiated by PPTQ Oemah Al-Quran is entrepreneurship activities. Since 2020, PPTQ Oemah Al-Quran has a business unit which sells food products specializes in fried



chicken. However, these business activities are still carried out traditionally and all administrators and managers do not have an understanding of the importance of law in business activities. Moreover, from the legal perspective, PPTQ Oemah Al-Quran fried chicken product also does not have legal protection in terms of intellectual property rights, or trademarks in particular. Through this legal assistance, it is hoped that PPTQ Oemah Al-Quran will gain useful knowledge and understanding regarding the trademarks and its importance for business actors especially to increase the potential of the products in its business activities.



Copyright ©2023 by Author(s);

This work is an open access article under the [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Pondok pesantren sebagai pelaku usaha memiliki potensi yang sangat besar untuk memasuki pasar dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya. (Ghufron, Febrianto, Saifuddin, Ruqayyah, & Fathudin, 2022) Pondok memiliki beberapa keuntungan yakni jaringan yang sudah terbentuk dengan kuat yang dapat digunakan untuk menyalurkan produk, keuntungan berikutnya adalah jumlah santri. Secara kuantitas, di Kota Malang, terdapat lebih dari 60 pondok pesantren dengan jumlah santri mencapai ratusan ribu, jumlah tersebut belum termasuk keluarga santri yang juga menjadi bagian dari keluarga besar pondok pesantren (Alifa, Zahara, & Makfi, 2020). Faktor ketiga yang menjadi keuntungan yang dimiliki pesantren adalah jumlah Pesantren di Jawa Timur menjadi kekuatan dan pasar potensial di mana kluster produk yang dihasilkan pesantren di antaranya Kluster Hasil Pertanian, Peternakan, Perikanan, Perkebunan, Industri Makanan Minuman, Pakaian, Kerajinan, Alat Rumah Tangga, Jasa, Pariwisata, hingga Teknologi Informasi (opop jatim, 2020). Jika dioptimalkan tentu hal ini menjadi kekuatan yang luar biasa. Apalagi dimanfaatkan dengan baik, antara pesantren yang satu dengan yang lain dapat menjalin kerjasama untuk saling memenuhi kebutuhannya. Selain itu, sebagian besar santri berada pada usia muda yang biasanya mempunyai daya kreasi dan kreativitas yang tinggi.

Pengembangan kapasitas pondok pesantren dapat meningkatkan pula ekonomi kerakyatan (Limanseto, 2021; Misbah, 2021). Selama ini pondok pesantren menjadi sasaran masyarakat untuk mendapatkan pendidikan secara layak dengan biaya yang tidak terlalu tinggi. Oleh karena itu, kegiatan usaha dan produksi pondok pesantren harus mendapatkan perhatian lebih, karena menyangkut ketahanan produk pangan dan pengembangan potensi ekonomi kerakyatan. Sebagai pelaku usaha, pondok pesantren memiliki karakter yang berbeda dengan pelaku usaha industri. Pondok Pesantren masih berada dalam tahap belajar memulai usaha sehingga sebagian besar usaha yang dimiliki oleh pesantren adalah Usaha Skala Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pelaku UMKM adalah penyokong kegiatan perekonomian. Namun dalam praktiknya, pelaku usaha kecil tersebut mengalami kendala dalam pelaksanaan usahanya termasuk UMKM yang berbasis pondok pesantren.



UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang lahir sebagai salah satu kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari (Anggraeny, Lutfia, Ratna, & Rachmaudina, 2021). Selain itu, UMKM juga menjadi penopang perekonomian masyarakat dan daerah. Oleh karena itu, pelaku UMKM dituntut harus dapat bersaing di era pasar bebas. (Indrawati & Rachmawati, 2021) Kegiatan UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dengan konsisten serta mempunyai peran strategis dalam pengembangan perekonomian masyarakat. Salah satu kontribusi UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yakni penyerapan tenaga kerja yang lebih banyak dibandingkan usaha besar (Indrawati & Rachmawati, 2021).

Sejalan dengan program yang digagas oleh pemerintah di bawah Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Dinkop UKM) yaitu *One Pesantren One Product* (OPOP). Program OPOP adalah salah satu program pemberdayaan pesantren yang memiliki tujuan untuk menciptakan kemandirian umat melalui para santri, masyarakat dan Pondok Pesantren itu sendiri. Melalui program tersebut, diharapkan santri dan pondok pesantren memiliki kemandirian secara ekonomi, sosial dan juga untuk memacu pengembangan *skill*, teknologi produksi, distribusi, pemasaran melalui sebuah pendekatan inovatif dan strategis (Gandara, Zulkifli, & Saefullah, 2021).

Pondok pesantren Tahfidz Al-Quran (PPTQ) Oemah Al-Quran merupakan salah satu pondok pesantren yang memiliki fokus kegiatan Tahfidz Al-Quran yang berada di Kota Malang yang perkembangannya signifikan. Semua santri yang mondok di sana berstatus mahasiswa. Pada mulanya sekitar tahun 2012, pesantren ini merupakan asrama bagi mahasiswi yang ingin memperdalam mengaji dan menghafalkan Al-Quran. Awalnya, Jumlah santri yang pertama tinggal di asrama tersebut sebanyak 7 mahasiswi yang berasal dari berbagai perguruan tinggi di Kota Malang, di antaranya adalah mahasiswi UIN, UB, dan UNISMA. Jumlah santri dari tahun ke tahun terus meningkat hingga pada akhirnya asrama tersebut diresmikan menjadi pesantren sekitar tahun 2015. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Pengelola PPTQ Oemah Al-Qur'an, saat ini santrinya tercatat hampir 120 anak dan peningkatan jumlah santri menimbulkan keamanan dan ketertiban sulit dikontrol.

PPTQ Oemah Al-Quran secara resmi menjadi badan hukum yayasan yang mengelola Pesantren pada tahun 2015, peresmian tersebut menjadikan pengelolaan pesantren menjadi semakin baik dan tertata. Kurikulum pembelajaran pondok pesantren juga semakin baik. Walaupun kegiatan utama pesantren tersebut fokus pada kegiatan tahfidz Al-Quran, namun banyak kegiatan penunjang lain yang juga diselenggarakan di pesantren tersebut untuk menunjang tahfidz al- Qur'an. Di antara kegiatan tersebut adalah kegiatan ta'lim kitab yang diselenggarakan pada madrasah diniyah. Selain kegiatan keagamaan, salah satu kegiatan tambahan yang sedang digagas oleh pondok pesantren adalah kegiatan kewirausahaan. Sejak tahun 2020 lalu, pondok pesantren memiliki unit usaha yang menjual olahan makanan berupa ayam goreng.

Namun demikian, dalam perspektif hukum, produk ayam goreng PPTQ Oemah Al-Quran tersebut belum memperoleh perlindungan khususnya dalam segi hak kekayaan



intelektual. Pada tahapan pendahuluan, tim telah melakukan wawancara terhadap pengurus pondok dan pengajar. Tim menemukan fakta bahwa dalam pengelolaan usaha tersebut masih dilakukan secara tradisional dan tidak memedulikan pentingnya aturan hukum dalam pengelolaannya. Potensi besar yang dimiliki pondok berupa jumlah santri yang cukup besar, lokasi pondok yang strategis, unit usaha yang telah dimiliki oleh pondok pesantren serta jaringan dan relasi yang luas.

Berdasarkan pemaparan serta urgensi dari perlunya pendampingan hukum terhadap pentingnya hak kekayaan intelektual bagi produsen atau dalam hal ini PPTQ Oemah Al-Quran terhadap produknya. Pentingnya hukum dalam kegiatan usaha seperti misalnya terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di antaranya adalah melalui pendaftaran HKI akan lebih menjamin usaha yang dimiliki untuk terhindar dari kecurangan yang dilakukan oleh pihak lain seperti pendomplengan merek dan lain sebagainya. Saat ini juga ekonomi digital telah merambah berbagai lini termasuk usaha kecil, PPTQ Oemah Al-Quran Abu Hanifah juga belum memanfaatkan mekanisme penjualan secara *on-line*. Penjualan secara *on-line* tersebut juga harus memperhatikan aspek hukumnya, yaitu bagaimana memilih *platform* penjualan yang memiliki perjanjian memadai dengan pelaku usaha yang berjualan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan penduan dan meningkatkan potensi pondok pesantren dalam kegiatan usaha yang dilakukan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan hukum ini dilakukan secara dua tahapan, yaitu sosialisasi hukum (Herryliyus, Erwin, & Nawawi, 2021) dan penyuluhan hukum (Amalia et al., 2022) yang diselenggarakan secara daring melalui Zoom kepada santri dan pengurus pesantren kemudian diikuti dengan kegiatan pendampingan hukum hak kekayaan intelektual terhadap produk pesantren PPTQ Oemah Al-Quran. Kegiatan sosialisasi secara gramatikal menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat dimaknai sebagai upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat. Sedangkan penyuluhan hukum merupakan Penyuluhan hukum merupakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi dan memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait norma hukum dan peraturan perundang-undangan (Kadir et al., 2021).

Kegiatan sosialisasi dan penyuluhan hukum ini dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 6 Agustus 2022 secara daring melalui Zoom. Dalam sosialisasi dan penyuluhan hukum ini, Tim Pengusul menggunakan teknik ceramah dengan memberikan penjelasan singkat terkait hak kekayaan intelektual terkhusus kepada hak merek kepada para santri dan pengurus pondok pesantren, kemudian apabila terdapat pertanyaan atau umpan balik (*feedback*) juga dapat disampaikan pada sesi tanya jawab oleh Tim Pengusul.

Kegiatan pendampingan hukum hak kekayaan intelektual sendiri dilakukan dengan cara memberikan pemahaman serta pendampingan yang diselenggarakan secara



langsung di PPTQ Oemah Al-Quran yang terletak di Jalan Mertojoyo Selatan Blok C-10 Nomor 2 Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2022. Kegiatan ini juga dihadiri oleh para santri dan pengurus pondok pesantren PPTQ Oemah Al-Quran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Umum tentang Merek

Dalam proses sosialisasi ini, terlebih dahulu dipaparkan mengenai tinjauan umum terhadap merek, baik itu dari perspektif normatif berupa definisi, dasar hukum atau pengaturannya, fungsi, hingga mengapa suatu merek tersebut merupakan suatu kekayaan intelektual yang dilindungi oleh hukum. Pengaturan mengenai merek sendiri telah terdapat dalam berbagai pengaturan, diantaranya yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang saat ini telah dicabut oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Secara normatif, ketentuan atau pengaturan hukum merek terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut "UU Merek"). Berdasarkan undang-undang tersebut terdapat definisi normatif dari merek tepatnya pada Pasal 1 angka 1 yang menyebutkan bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Dalam sistem hukum merek untuk diakui sebagai merek dan dilindungi di bawah rezim hukum merek harus terlebih dahulu ditempuh proses pendaftaran merek dan uji substantif. Merek diakui keberadaannya berdasarkan stelsel konstitutif, artinya dengan kata lain tidak ada perlindungan tanpa pendaftaran (Ramli, 2004). Sebagaimana dikutip dalam Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, disebutkan bahwa pendaftara merek berfungsi sebagai berikut:(Anonymous, n.d.)

1. Alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan
2. Dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya
3. Dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.

Sedangkan oleh Asep Saripudin disebutkan bahwa tujuan utama dari adanya perlindungan merek adalah untuk memberikan instrument bagi konsumen untuk mampu mengidentifikasi dan membedakan mengenai asal dari barang dan jasa (Saripudin, 2022;

Arief, Herwastoeti, & Rahmawati, 2022). Bagi pelaku usaha, merek merupakan suatu branding perusahaan yang penting untuk membedakan suatu produk miliknya dengan produk milik kompetitor lain. Oleh karena itu, diperlukan adanya suatu pendaftaran merek terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, sebagaimana dikutip dari Asep Suryadi (Suryadi, 2022) memaparkan terkait fungsi merek adalah sebagai berikut:

1. Sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan yang lain (*product identity*). Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan.
2. Sebagai sarana promosi untuk berdagang (*means of trade promotion*). Promosi dilakukan melalui iklan. Merek merupakan salah satu *goodwill* untuk menarik konsumen, merupakan symbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangannya.
3. Sebagai jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality guarantee*). Hal ini menguntungkan pemilik merek dan juga memberikan perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen.
4. Sebagai penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*). Merek merupakan tanda pengenal asal barang/jasa yang menghubungkannya dengan produsen atau daerah negara asalnya.

Menurut Rr. Eva Damayanti disebutkan dalam salah satu tulisannya bahwa perlindungan merek diperoleh melalui sistem pendaftaran, artinya merek yang didaftarkan mendapat perlindungan hukum sebaliknya merek yang tidak didaftarkan tidak mendapat perlindungan hukum (Damayanti, 2012). Perlindungan merek dengan dasar pendaftaran ini merupakan konsekuensi dari stelsel konstitutif yang dianut dalam UU Merek, dan stelsel ini menentukan bahwa pendaftaran merupakan titik awal adanya perlindungan hukum (Damayanti, 2012).

Sedangkan pada perspektif produsen, sebagaimana dikutip dalam tulisan karya Ridwan Khairandy dijelaskan bahwasanya merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasar. Dari sisi konsumen, merek diperlukan untuk melakukan pilihan-pilihan barang yang akan dibeli, bahkan terkadang penggunaan merek tertentu bagi seorang konsumen dapat menimbulkan *image* tertentu (Khairandy, 2016).

Berdasarkan kepada pemahaman tersebut, maka pada dasarnya suatu merek memiliki fungsi tidak hanya untuk sebagai tanda pembeda semata yang membedakan dengan produk lainnya, namun merek disini juga merupakan suatu alat untuk melakukan *branding* bagi pengusaha. Sehingga dalam merek, perlu dilakukan adanya suatu perlindungan hukum melalui payung hukum UU Merek dan Indikasi Geografis.

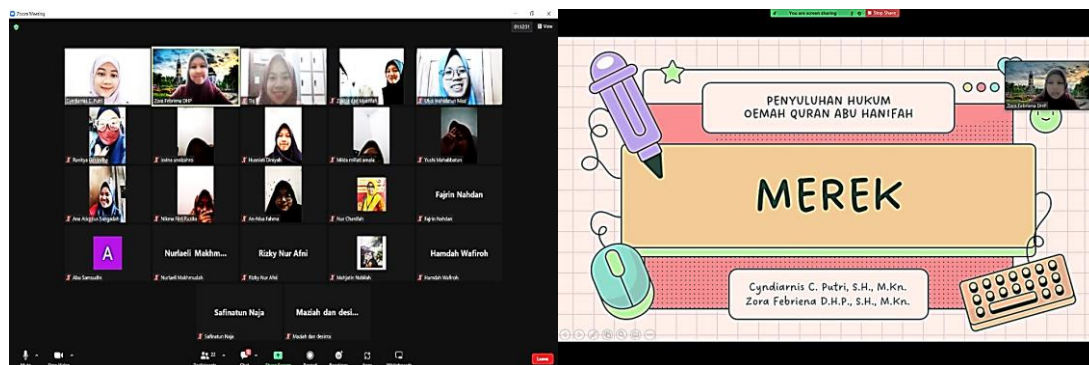
Sosialisasi dan Penyuluhan Hukum

Kegiatan sosialisasi dan penyuluhan hukum tentang merek dilaksanakan hari Sabtu, tanggal 6 Agustus 2022 secara daring dengan menggunakan aplikasi Zoom.



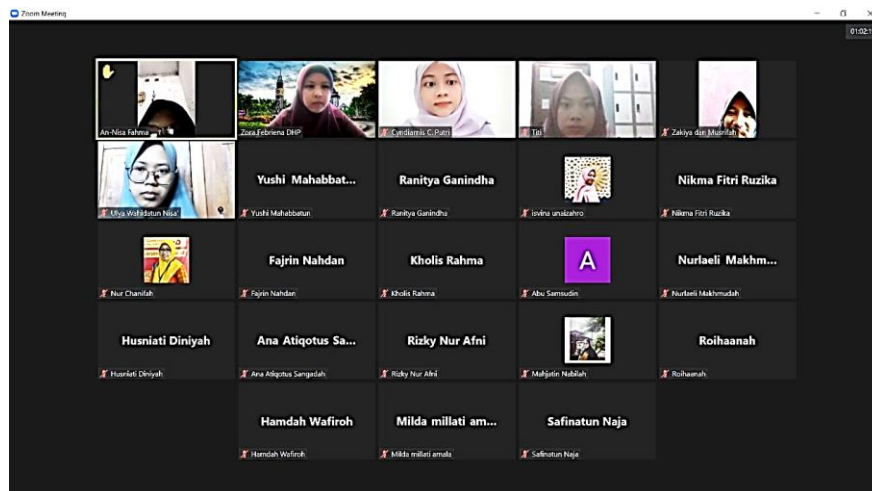
Kegiatan ini dihadiri oleh santri dan pengurus Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al-Quran. Dalam kegiatan ini, terlebih dahulu diberikan pemahaman mengenai apa itu merek, mengapa merek harus didaftarkan, serta memberikan contoh kasus yang berkaitan dengan merek disertai dengan penjelasannya dalam perspektif hukum.

Kegiatan ini dihadiri oleh 20 peserta yang terdiri atas tidak hanya dari para santri melainkan juga dihadiri oleh pengurus dari Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al-Quran. Durasi dari kegiatan ini berlangsung selama 60 (enam puluh) menit mulai dari pukul 10.00 WIB hingga 11.00 WIB.



Gambar 1. Pelaksanaan Sosialisasi Hukum Melalui Zoom dengan Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al-Quran

Kegiatan sosialisasi dan penyuluhan hukum berjalan dengan tertib dan lancar. Walaupun kegiatan ini dilaksanakan secara daring, namun peserta nampak sangat semangat dan antusias dengan materi yang dibawakan oleh Narasumber berkaitan dengan merek. Antusiasme peserta terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan tidak hanya oleh santri namun juga oleh pengurus Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al-Quran.



Gambar 2. Antusiasme Peserta Dalam Sosialisasi Hukum dengan Banyaknya Pertanyaan Terkait Merek



Adapun untuk daftar pertanyaan yang diajukan oleh peserta sosialisasi dan penyuluhan hukum ini yaitu:

1. Bagaimana jika ada merek yang sama dengan milik orang lain?

Perlu diketahui bahwasanya dalam Pasal 20 UU Merek disebutkan bahwa terdapat beberapa merek yang tidak dapat didaftar, apabila merek tersebut memiliki kualifikasi sebagai berikut:

- a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum

Oleh karena itu, jika suatu merek sama dengan merek lain, dalam artian tidak memiliki daya pembeda dengan merek lain, maka merek tersebut tidak dapat didaftarkan. Sebab dalam merek menggunakan prinsip *first to file*, sehingga yang mendapatkan perlindungan merek adalah mereka yang melakukan pendaftaran untuk pertama kali.

Terhadap prinsip *first to file*, Novianti, et. al. mengemukakan bahwa sistem konstitutif ini menganut prinsip *first to file* yang berarti pendaftaran suatu merek hanya akan diberikan kepada pihak yang lebih dahulu mengajukan permintaan pendaftaran untuk sebuah merek, dan negara tidak memberikan pendaftaran untuk merek yang memiliki persamaan dengan merek yang diajukan lebih dahulu tersebut kepada pihak lain untuk barang/jasa sejenis (Novianti, et.al., 2017).

Berdasarkan pada prinsip ini, maka teranglah bahwa pada dasarnya pendaftaran suatu merek merupakan hal yang penting khususnya terhadap pengusaha yang telah memiliki mereknya sendiri agar dapat mendaftarkan mereknya guna memperoleh perlindungan hukum.

2. Persyaratan apa saja yang harus dipersiapkan untuk melakukan pendaftaran merek?

Pada pendaftaran merek diajukan kepada Menteri dapat dilakukan secara elektronik dalam bahasa Indonesia, yang mana dalam permohonan tersebut harus mencantumkan:

- a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
- b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;



- c. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
- d. warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
- e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan
- f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

Untuk syarat dan tata cara permohonan pendaftaran merek sendiri dapat dilihat dalam ketentuan Pasal 4 hingga Pasal 8 UU Merek. yang pada intinya menyebutkan terkait dengan syarat dan tata cara permohonan baik itu permohonan pendaftaran merek diajukan oleh Pemohon atau kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia (Pasal 4 ayat (1) UU Merek). Kemudian juga disebutkan bahwa dalam hal permohonan diajukan lebih dari satu pemohon yang secara bersama-sama berhak atas Merek tersebut, semua nama Pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat Pemohon (Pasal 5 ayat (1) UU Merek). Untuk permohonan yang lebih dari satu kelas barang dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan (Pasal 6 ayat (1) UU Merek). Kemudian dalam Pasal 8 kembali disebutkan bahwa ketentuan terkait dengan syarat dan tata cara permohonan diatur dengan Peraturan Menteri.

3. Bagaimana jika kita mengajukan pendaftaran merek, namun ternyata ada merek serupa namun merek tersebut berada di kota lain, apakah merek kita masih dapat untuk didaftarkan?

Terhadap merek yang sama, yang memungkinkan untuk dilakukan pendaftaran apabila berbeda jenis atau kelasnya. Sehingga untuk pendaftaran merek apabila sama jenis atau kelasnya, walau berbeda kota tetap tidak dapat untuk didaftarkan. Dasar hukum dari persoalan ini adalah Pasal 21 ayat (1) UU Merek dan Pasal 16 ayat (2) Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek yang menyebutkan bahwa:

“Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

- a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
- d. Indikasi Geografis terdaftar.”

Berdasarkan penjelasan Pasal 21 ayat 1 huruf a UU Merek, merek yang dimohonkan lebih dahulu adalah permohonan pendaftaran Merek yang



sudah disetujui untuk didaftar. Sedangkan yang dimaksud dengan "persamaan pada pokoknya" adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara Merek yang satu dengan Merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam Merek tersebut.

Kriteria penentuan barang dan/atau jasa yang sejenis berdasarkan Pasal 17 ayat (2) Permenkumham Nomor 67 Tahun 2016, kriteria penentuan barang dan/atau jasa sejenis dapat berupa barang dengan barang, barang dengan jasa, atau jasa dengan jasa dengan ditentukan berdasarkan:

- a. Sifat dari barang dan/atau jasa;
- b. Tujuan dan metode penggunaan barang;
- c. Komplementaritas barang dan/atau jasa;
- d. Kompetisi barang dan/atau jasa;
- e. Saluran distribusi barang dan/atau jasa;
- f. Konsumen yang relevan; atau
- g. Asal produksi barang dan/atau jasa.

Pendampingan Hukum

Kegiatan ini merupakan rangkaian kegiatan lanjutan dari sosialisasi dan penyuluhan hukum. Kegiatan pendampingan hukum hak kekayaan intelektual sendiri dilakukan dengan cara memberikan pemahaman serta pendampingan yang diselenggarakan secara langsung di PPTQ Oemah Al-Quran yang terletak di Jalan Mertojoyo Selatan Blok C-10 Nomor 2 Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2022.

Kegiatan ini juga dihadiri oleh para santri dan pengurus pondok pesantren PPTQ Oemah Al-Quran. Peserta pendampingan hukum terlihat memperhatikan dengan seksama terkait apa yang disampaikan oleh Narasumber dalam kegiatan ini. Acara berlangsung selama 60 (enam puluh) menit. Antusiasme peserta tidak hanya diperoleh dari para santri, namada para pengurus pondok pesantren PPTQ Oemah Al-Quran juga turut hadir dan memperhatikan materi pendampingan dengan sungguh-sungguh dan antusias.

Pada kegiatan ini, pertama kali dipaparkan terkait hak kekayaan intelektual yang lebih luas hingga ke dalam tatanan praktek yang terjadi di lapangan dengan harapan bahwa peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dari perspektif *law in the book* melainkan juga hingga ke tajap *law in action*.



Gambar 3. Pendampingan Hukum Hak Kekayaan Intelektual di Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al-Quran yang Dihadiri Oleh Para Santri dan Pengurus Pondok Pesantren PPTQ Oemah Al-Quran

Kegiatan ini kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab kepada peserta pendampingan. Kegiatan ini dihadiri oleh sekitar 20 (dua puluh) peserta pendampingan hukum. Melalui pendampingan hukum ini, diharapkan PPTQ Oemah Al-Quran dapat memiliki pemahaman terhadap pentingnya merek bagi produk usahanya yang kemudian melakukan pendaftaran merek terhadap produk mereka.

KESIMPULAN

Pondok pesantren Tahfidz Al-Quran (PPTQ) Oemah Al-Quran merupakan salah satu pondok pesantren yang memiliki fokus kegiatan Tahfidz Al-Quran yang berada di Kota Malang yang perkembangannya signifikan. Selain kegiatan keagamaan, salah satu kegiatan tambahan yang sedang digagas oleh pondok pesantren adalah kegiatan kewirausahaan. PPTQ Oemah Al-Quran memiliki unit usaha yang menjual olahan makanan berupa ayam goreng. Namun demikian, dalam perspektif hukum, produk ayam goreng PPTQ Oemah Al-Quran tersebut belum memperoleh perlindungan dalam segi hak kekayaan intelektual, khususnya merek. Melalui pendampingan hukum ini, diharapkan PPTQ Oemah Al-Quran dapat memiliki pemahaman terhadap pentingnya merek bagi salah satu usaha pondok pesantren.



DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, H. L., Zahara, A. W., & Makfi, M. M. (2020). PERAN PONDOK PESANTREN DALAM MENCETAK WIRUSAHA INDUSTRI MODERN (STUDI DI PONDOK PESANTREN ASWAJA LINTANG SONGO). *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 2(2), 538–548. <https://doi.org/10.20885/TULLAB.VOL2.ISS2.ART12>
- Amalia, R., Agustin, E., Dian Pawestri, W., Shokhikhul Islam, M., Setyo Mukti, A., & Umar Effendi, I. (2022). Penyuluhan Hukum tentang Aspek Legalitas Investasi Online. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 2(2), 221–230. <https://doi.org/10.22219/JDH.V2I2.22320>
- Anggraeny, I., Lutfia, F., Ratna, A., & Rachmaudina, T. (2021). Pendampingan Hukum Pengusaha UMKM dalam Penyelesaian Sengketa Kontrak Bisnis. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 527–536. <https://doi.org/10.31960/CARADDE.V3I3.731>
- Anonimous. (n.d.). Merek. Retrieved April 11, 2023, from <https://dgip.go.id/menu-utama/merek/pengenalan>
- Arief, S., Herwastoeti, H., & Rahmawati, U. S. (2022). Political Law of Presidential Regulation Number 63 of 2019 on Trademarks. *Indonesia Law Reform Journal*, 2(1), 107–117. <https://doi.org/10.22219/ILREJ.V2I1.19694>
- Damayanti, E. (2012). *Hukum Merek Tanda Produk Industri Budaya Dikembangkan dari Ekspresi Budaya Tradisional*. Bandung: Alumni.
- Gandara, Y., Zulkifli, Z., & Saefullah, F. (2021). Penanaman Nilai-Nilai Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Sebagai Implementasi Economic Civic. *Jurnal Civic Hukum*, 6(2). <https://doi.org/10.22219/JCH.V6I2.17999>
- Ghufron, M. I., Febrianto, A., Saifuddin, S., Ruqayyah, S., & Fathudin, F. (2022). PELAKU UMKM DI PONDOK PESANTREN: TINJAUAN FENOMENOLOGIS TERHADAP PANDEMI EFFECT. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 1027–1039. <https://doi.org/10.29040/JIEI.V8I1.4403>
- Herryliyus, Erwin, & Nawawi, K. (2021). Sosialisasi Tentang Pemberian Bantuan Hukum Kepada Masyarakat Yang Bermasalah Dengan Hukum. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(3), 565–574. <https://doi.org/10.22437/JKAM.V5I3.16645>
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231–241. <https://doi.org/10.22219/JDH.V1I3.17113>
- Kadir, A., Ahmad, D. N. F., Nasution, T. S., Yuniar, R., Efrilia, E., S, N. H. V., ... Saputra, E. A. (2021). Sosialisasi Hukum Terhadap Tindak Pidana Narkotika Jenis Baru di Kelurahan Tanah Tinggi Kota Tangerang. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 220–230. <https://doi.org/10.22219/JDH.V1I3.18302>
- Limanseto, H. (2021, September 29). Menko Airlangga: Program Pesantrenpreneur Dorong Kemandirian dan Gerakkan Ekonomi Kerakyatan - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Retrieved April 11, 2023, from <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3336/menko-airlangga-program-pesantrenpreneur-dorong-kemandirian-dan-gerakkan-ekonomi-kerakyatan>
- Misbah, A. (2021). EKONOMI KERAKYATAN BERBASIS PESANTREN. *JURNAL AL-IQTISHOD*, 5(1), 1–15. Retrieved from



<http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/IQTISHOD/article/view/4195>

opop jatim. (2020, February 8). Pencarian Opop Provinsi Jawa Timur. Retrieved April 11, 2023, from <https://opop.jatimprov.go.id/search?q=Pertanian&CSRFMH4=927712f6a0fd29a055182aba2b798c52>

Suryadi, A. (2022). *HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL: Perlindungan dan Kepastian Hukum dalam Pendaftaran Merek dengan Menggunakan Sistem Konstitutif*. Malang: Inteligencia Media.