

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP KEMASAN PRODUK

Edi Wahjuningati¹

Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Surabaya

Abstrak :

Konsumen pemakai kemasan produk dalam dunia usaha memerlukan perlindungan hukum sehingga kelahiran undang-undang Merek dan Indikasi Geografis serta undang-undang Desain Industri mempunyai peranan penting. Tujuan penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui dan menganalisa pengaturan hukum undang-undang Merek dan Indikasi Geografis dan Desain Industri, kedua untuk mengetahui dan menganalisa perlindungan hukum terhadap kemasan produk. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif menggunakan bahan hukum primer dan sekunder dengan menggunakan Teknik studi dokumen dan telaah literatur sedangkan analisis menggunakan deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan hukum Merek dan Indikasi Geografis memuat lingkup merek, pendaftaran merek, sedangkan hukum Desain Industri mengatur tentang lingkup desain industri, permohonan pendaftaran desain industri. Guna menegakkan dan memberikan kepastian hukum maka perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna kemasan produk dapat dilakukan secara preventif dan represif.

Kata Kunci : Kemasan Produk, Merek dan Indikasi Geografis, Desain Industri

Abstract :

Consumers who use product packaging in the business world need legal protection so that the birth of the Trademark and Geographical Indication Act and the Industrial Design Act have an important role. Industry, secondly to find out and analyze the legal protection of product packaging. This research is a normative legal research using primary and secondary legal materials using document study techniques and literature review while the analysis uses descriptive analysis. The results of the study show that the legal regulation of Marks and Geographical Indications contains the scope of the mark, trademark registration, while the Industrial Design law regulates the scope of industrial design, application for registration of industrial designs. In order to enforce and provide legal certainty, legal protection for consumers using product packaging can be carried out in a preventive and repressive manner.

Keywords: Product Packaging, Brands and Geographical Indications, Industrial Design

¹ Alamat Korespondensi : ediwahjuningati30@gmail.com

A. Pendahuluan

Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (4) menyatakan “barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, di pakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen”². Kemudian pada ayat (2) dinyatakan “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”³.

Pada penjelasan Pasal 7 huruf e penjelasan atas rancangan undang-undang Perlindungan Konsumen menegaskan “yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba

tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian”⁴. Kemudian pada Pasal 8 ayat (2) secara tegas menyatakan, bahwa “barang-barang yang dimaksud adalah barang-barang yang tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku”⁵.

Berkaitan dengan barang/benda, Komariah menyatakan “pengertian benda dalam kitab hukum Perdata meliputi barang-barang berwujud dan tidak berwujud serta bagian daripada harta kekayaan. Namun jika dicermati dari Buku II bagian terbesar dari Buku II tersebut mengatur mengenai benda dalam arti barang yang berwujud”⁶. Produk suatu barang harus didaftarkan, pendaftaran merek maupun desain industri harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pada Pasal 1 ayat 1 undang-undang merek dinyatakan “ merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis beru

² Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Pasal 1 ayat (4)

³ *Ibid.* Pasal 1 ayat (2)

⁴ Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Pasal 7 huruf e

⁵ *Ibid.* Pasal 8 ayat (2)

⁶ Komariah, *Hukum Perdata*, Cetakan Ketujuh, Universitas Muhammadiyah, Malang, Maret 2017, hlm. 77

pa 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”⁷.

Menurut AZ. Nasution bahwa “pemberian nama dan/atau tanda-tanda menunjuk pada label dari barang bersangkutan. Nama dan/atau tanda-tanda itu memuat asal, sifat, susunan bahan, bentuk dan banyaknya serta kegunaannya. Nama dan tanda-tanda itu harus dibubuhkan atau dilekatkan pada pembungkusannya tempat barang itu diperdagangkan dan pada alat-alat reklame”⁸.

Kemudian pada Pasal 1 ayat 1 undang-undang desain industri dinya

⁷ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953. Pasal 1 ayat 1

⁸ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Cetakan 3, Diadit Media, Jakarta, September 2007, h. 85

takan, “desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan”⁹. Selanjutnya pada Pasal 2 ayat (1) dinyatakan “Hak Desain Industri diberikan untuk desain industri yang baru, dan ayat (2) menyebutkan “desain industri dianggap baru apabila pada tanggal penerimaan, desain industri tersebut tidak sama dengan pengungkapan yang telah ada sebelumnya”¹⁰.

Kemasan produk yang satu dengan yang lain bisa terjadi memiliki persamaan pada pokoknya atau memiliki kemiripan yang dapat

⁹ Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000, Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 243, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4045. Pasal 1 ayat 1

¹⁰ *Ibid.* Pasal 2 ayat (1) dan ayat (2)

merugikan produsen dan menyesatkan konsumen, oleh sebab itu kemasan produk harus memberikan perlindungan hukum atas dasar UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri.

Kajian hukum ini merupakan kajian hukum normative yang menggunakan bahan hukum primer dan bahan hukum skunder, sedangkan pendekatan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep, analisis bahan hukum menggunakan deskriptif analisis.

B. Pembahasan

Pengaturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri.

Berdasarkan Pasal 1 ayat 1 undang-undang 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 untuk membedakan barang dan / atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan / atau jasa”¹¹.

Permohonan pendaftaran merek dijelaskan dalam Pasal 4 undang - undang merek yaitu :

- 1 pemohon mengajukan permohonan pendaftaran merek
- 2 dalam permohonan harus mencantumkan sebagaimana disebutkan dalam pasal 4 ayat (2)
- 3 pemohon menandatangani permohonan
- 4 pemohon melakukan pembayaran dengan melampirkan label merek dan bukti pembayaran

Selanjutnya dalam Pasal 5 (1) undang-undang merek dijelaskan “apabila permohonan dilakukan secara bersama-sama, semua nama pemohon dicantumkan dengan salah satu

¹¹ *Op.Cit.* UU Nomor 20 Tahun 2016. Pasal 1 ayat (1)

alamat pemohon”. Lebih lanjut pada Pasal 20 undang-undang merek ditegaskan, bahwa “merek tidak dapat didaftarkan jika :

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

- e. tidak memiliki daya pembeda, dan / atau
- f. merupakan nama umum dan / atau lambang milik umum”¹²

Terkait dengan pendaftaran merk lebih lanjut diatur pada Pasal 21 yang menyatakan:

(1) 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

(2) Permohonan ditolak jika merek tersebut :

¹² *Ibid.* Pasal 20

- a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak
 - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang atau
 - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang
- (3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan permohonan merek sebagaimana dimaksud pada ayat

(1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peraturan Menteri”¹³.

Pada Pasal 1 ayat (1) undang-undang desain industri dinyatakan, bahwa “Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan”¹⁴. Kemudian pada Pasal 1 ayat (5) menyatakan “Hak Desain Industri adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara Republik Indonesia kepada pendesain atas hasil kreasinya untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakan hak tersebut”¹⁵.

¹³ *Ibid*, Pasal 21

¹⁴ *Op.Cit.* Pasal 1 ayat (1)

¹⁵ *Ibid*. Pasal 1 ayat (5)

Terkait dengan hak desain industri Pasal 2 undang-undang de sain industri menjelaskan, bahwa hak desain industri diberikan pada desain industri baru, tidak sama dengan pengungkapan sebelumnya. Tentang syarat dan tata cara permohonan pendaftaran untuk mendapatkan legalitas terhadap desain industri diatur dalam pasal 11 undang-undang desain industri sebagai berikut:

- 1 permohonan secara tertulis
- 2 pemohon menanda tangani permohonan
- 3 permohonan memuat sebagai mana diatur dalam ayat (3)
- 4 permohonan dilampiri sebagai mana diatur dalam ayat (4)
- 5 jika permohonan diajukan bersama-sama, tanda tangan dapat dilakukan oleh salah satu pemohon

Perlindungan hukum terhadap kemasan produk ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri

Konflik antar manusia memerlukan perlindungan kepentingan, perlindungan kepentingan tercapai dengan adanya kaidah sosial dan salah satu dari kaedah sosial tersebut adalah kaedah hukum. Sanksi pada kaidah hukum bersifat memaksa dan sanksi dikenakan apabila terjadi pelanggaran kaedah hukum.

Menurut Sudikno Mertokusumo, “hukum pada hakekatnya adalah kekuasaan. Hukum itu mengatur, mengusahakan ketertiban dan membatasi ruang gerak individu. Tidak mungkin hukum menjalankan fungsinya itu kalau tidak merupakan kekuasaan. Hukum adalah kekuasaan, kekuasaan yang mengusahakan ketertiban”¹⁶.

Shidarta menyatakan “karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat”¹⁷.

¹⁶ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Edisi Kelima, Cetakan Keempat, Liberty, Yogyakarta, Agustus 2008, h. 20.

¹⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi 11,

Selanjutnya Rosmawati mengatakan “konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi”¹⁸.

Pada Pasal 1 ayat (2) undang-undang perlindungan konsumen dinyatakan, “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan / atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”¹⁹. Selanjutnya pada ayat (4) ditegaskan “barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai,

dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen”²⁰.

Terhadap ketentuan tentang barang, Pasal 2 ayat (4) undang-undang tentang barang menentukan “pemberian nama dan/atau tanda-tanda yang menunjukkan asal, sifat, susunan bahan, bentuk, banyaknya dan/atau kegunaan barang-barang yang baik diharuskan maupun tidak diperbolehkan dibubuhkan atau dilekatkan pada barang pembungkusnya, tempat barang-barang itu diperdagangkan dan alat-alat reklame, pun cara pembubuhan atau melekatkan nama dan / atau tanda-tanda itu”²¹.

Pada kenyataannya dalam suatu produk kemasan, antara kemasan produk yang satu dengan yang lain dapat terjadi memiliki persamaan atau kemiripan yang pada pokoknya atau memiliki kemiripan dimana hal itu dapat dan berpotensi menimbulkan kerugian oleh pihak produsen lain dan

Cetakan Ketiga, PT. Grasindo, Jakarta, September 2006, hlm. 11.

¹⁸ Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan ke 2, Kencana, Jakarta, September 2019, hlm. 2.

¹⁹ *Ibid.* Pasal 1 ayat (2)

²⁰ *Ibid.* Pasal 1 ayat 4

²¹ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961, Lembaran Negara Tahun 1961 Nomor 215, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1961 Nomor 2210. Pasal 2 ayat (4)

tentu juga dapat menyesatkan konsumen.

Menurut R. Soekardono, “dalam hal tak adanya perlindungan tersebut, dengan lain perkataan dibelakannya kebebasan tak terbatas mengenai merek-merek tersebut akan berakibat kekacauan yang akan sangat merugikan kepada baik pun golongan produsen, maupun golongan konsumen dan pedagang jujur akan menghadapi usaha-usaha penipuan dari pihak-pihak yang curang dengan menggunakan merek yang telah dimiliki oleh pihak-pihak lain yang memakainya terdahulu”²².

Bagaimana perlindungan hukum terhadap kemasan produk dalam system hukum Indonesia? Ternyata kemasan produk telah mendapat jaminan dan perlindungan hukum dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang dinyatakan antara lain sebagai berikut:

1. berdasarkan pasal 1 ayat (1), kemasan produk merupakan bentuk 3 (tiga) dimensi yang dapat dilindungi oleh undang-undang merek.
2. berdasarkan pasal 2 ayat (3), kemasan produk merupakan unsur yang dapat membedakan produk yang satu dengan yang lain
3. kemasan produk harus memperhatikan ketentuan dalam pasal 20 dan pasal 21
4. berdasarkan pasal 35, jangka waktu perlindungan hukum terhadap kemasan produk yaitu 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama
5. berdasarkan pasal 83, pemilik merek kemasan produk dapat mengajukan gugatan ganti rugi dan / atau penghentian semua perbuatan berkaitan dengan penggunaan merek
6. pasal 100, berkaitan dengan pidana penjara dan / atau denda

Pada pasal 1 ayat 1 undang-undang merek tidak menjelaskan secara rinci dalam bentuk 3 (tiga) dimensi

²² R. Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 1 (bagian pertama), Cetakan Kesembilan, Dian Rakyat, Jakarta, 1993, h. 144.

yang dimaksudkan untuk melindungi barang dan / atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan / atau jasa sehingga sering terjadi kemiripan produk yang satu dengan yang lain memiliki persamaan pada pokoknya atau memiliki kemiripan sehingga dapat merugikan produsen dan menyesatkan konsumen.

Kemasan produk mendapat perlindungan hukum dari Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri antara lain :

1. berdasarkan pasal 1 ayat 1, kemasan produk merupakan bentuk 3 (tiga) dimensi yang dapat dilindungi oleh undang-undang desain industri
2. berdasarkan pasal 2, kemasan produk sebagai desain industri yang baru tidak sama dengan pengungkapan sebelumnya
3. berdasarkan pasal 5, jangka waktu perlindungan hukum terhadap kemasan produk 10 tahun
4. berdasarkan pasal 46, pemegang desain industri atau penerima lisensi dapat mengajukan

gugatan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan

5. pasal 54, berkaitan dengan pidana penjara dan / atau denda

Oleh karena itu berdasarkan Pasal 54, maka proaktif dari konsumen menjadi kunci perlindungan hukum jika konsumen merasa dirugikan akibat dari penggunaan kemasan produk yang telah mereka beli. Konsumen menjadi bagian penting terhadap peredaran kemasan produk yang dilakukan oleh para produsen. Sikap kehati-hatian dan ketelitian konsumen sangat diperlukan untuk mencegah timbulnya kerugian akibat adanya kemiripan/kesamaan kemasan produk yang sengaja dilakukan oleh produsen untuk mendapatkan keuntungan dengan cara yang tidak benar secara hukum.

C. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dapat ditarik kesimpulan, bahwa pengaturan dalam Undang-Undang Tentang Merek dan Indikasi Geografis konsumen

men telah diberikan perlindungan hukum yang memadai. Kemasan produk berdasarkan Undang-Undang Tentang Merek dan Indikasi Geografis juga memberikan perlindungan kepada produsen selama proses produksi, kandungan isi, serta jaminan isi kemasan produk dilakukan secara benar berdasarkan ketentuan hukum sebagaimana dinyatakan dalam keterangan dalam setiap kemasan produk. Oleh karena itu setiap kemasan produk antara yang satu dengan yang lain harus tidak memiliki persamaan pada pokoknya atau tidak memiliki kemiripan agar tidak merugikan produsen dan menyesatkan konsumen.

Daftar Pustaka

A. Buku

Komariah, *Hukum Perdata*, Cetakan Ketujuh, Universitas Muhammadiyah, Malang, Maret 2017.

Nasution AZ, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Cetakan 3, Diadit Media, Jakarta, September 2007

Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi

Pertama, cetakan kedua, Kencana, Jakarta, September 2019

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi 11, Cetakan Ketiga, PT. Grasindo, Jakarta, September 2006

Soekardono R., *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 1 (bagian pertama), Cetakan Kesembilan, Dian rakyat, Jakarta, 1993.

Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Edisi Kelima, Cetakan Keempat, Liberty, Yogyakarta, Agustus 2008

B. Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953

Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000, Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 243, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4045

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961, Lembaran Negara Tahun 1961 Nomor 215, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1961 Nomor 2210

C. Jurnal dan Karya Ilmiah

Dharmawati, Novi; Bestari, Arini Sukma; Fadhila, Dianatul, *Analisis Pelanggaran Merek Dagang Dalam Kasus Persamaan Bentuk Kemasan Produk Oleh PT. Sinda Budi Sentosa (Cap Badak) Terhadap Wen Ken Drug Co (PTE) LTD (Cap Kaki Tiga)*, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Sudjana, *Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan : Efektivitas Perlindungan Desain Industri atau Merek)*, Universitas Padjadjaran pada Jurnal *Ecodemica*, Volume 4 Nomor 1 April 2020