

Hak Merek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM

Tifania Ayunda Prameswari

Universitas Muhammadiyah Surabaya, Surabaya, Indonesia

*email: tifaniaprameswari7@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.37729/amnesti.v3i2.1372>

Submitted: Juni 2021

Revised: Juli 2021

Accepted: Agustus 2021

ABSTRAK

Kata Kunci:
*Usaha kecil,
Merek,
perlindungan
hukum*

Tujuan dari pembahasan penelitian kali ini untuk menganalisa upaya perlindungan terhadap industri UMKM melalui pendaftaran hak atas merek. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa UMKM memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. alasan penting merek bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah merek akan menepel dalam ingatan, merek merupakan aset, merek dapat menggugah sisi emosional konsumen, merek dapat menciptakan totalitas pada pelayanan usaha, dengan adanya merek memudahkan pelanggan menemukan bisnis kita, merek menciptakan kepribadian, merek memiliki kekuatan untuk menarik konsumen, merek dapat menghemat biaya usaha, merek juga mempengaruhi perilaku pembelian, merek dan personal branding sangat berkaitan. Diharapkan para pelaku usaha dapat mendaftarkan merek usahanya untuk mendapatkan perlindungan hukum sehingga dapat mendorong perekonomian indonesia.

ABSTRACT

Keywords:
*Small business,
Brand, legal
protection*

The purpose of this research discussion is to analyz w the efforts to protect the MSME industry tought registration of trademark rights, the results of the discussion show the MSMEs havea very important role for the Indonesia economy. The important reason for Brands for micro, small and medium Enterprises (MSMEs) is that brands will stick in memory brands are assets, brands create personality, brands have the power to attract cpnsumers, brands can save business costs, brands also affect buying behavior, brands and personal branding are cosely related. It is hoped that

business actors can register their business marks to get legal protection so that they can encourage the Indonesian economy.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Sebesar 60% (enam puluh persen) kekuatan ekonomi Indonesia ada di sektor industri UMKM (Kahl et al., 2019). Jumlah UMKM di Indonesia pun setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Minimnya pemahaman atas merek dagangan membuat pelaku industri UMKM cukup banyak yang belum mendaftarkan hak kekayaan intelektualnya, karena tidak mengetahui manfaat dari pendaftaran merek, pihak UMKM merasa dengan mendaftarkan mereknya akan mengeluarkan biaya yang sangat besar dimana rata-rata UMKM ini merupakan usaha menengah kebawah sehingga mereka tidak atau belum mendapatkan perlindungan hukum (Indrawati & Setiawan, 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu menghadapi persaingan global yang berasal dari berbagai bentuk usaha mendorong integrasi pasar antar negara dengan seminimal hambatan di tengah tuntutan kemampuan bersaing di dalam negeri. Maka Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus memiliki kesempatan, dukungan, dan perlindungan hukum. Keperpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat sebagai wujud keperpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menghadapi situasi yang datang dari dalam negeri, yaitu pemalsuan produk-produk yang dihasilkan, ketinggalan dalam produktivitas, efisiensi, dan inovasi. Situasi yang merupakan dari eksternal sisi menghadapi ketat persaingan dengan usaha sejenis.

Merek sebagai salah satu wujud karya Intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Hal ini tidak terlepas karena suatu merek digunakan untuk membedakan suatu barang tertentu dari barang lain yang bentuknya sejenis. Berbagai pemalsuan merek dagang untuk suatu barang sejenis dengan kualitasnya lebih rendah daripada barang yang menggunakan merek yang dipalsukan itu. Untuk memperoleh keuntungan secara cepat dan pasti sehingga merugikan pengusaha seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memproduksi barang asli. Permasalahan yang selalu terjadi adalah para pelaku

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kurang peduli dan kurang tanggap terhadap perlindungan merek, mereka selalu beranggapan bahwa perlindungan merek tidak berdampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis mereka. Dan yang utama adalah pendaftaran merek membutuhkan biaya yang besar dan proses pendaftarannya sangat berbelit-belit.

Manfaat yang tidak kalah penting dengan adanya perlindungan hukum dalam bidang Merek. Perlindungan akan diberikan pada Merek produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sesuai ketentuan. Perlindungan merek harus diatur dengan tegas untuk melindungi konsumen dari pemalsuan barang atau jasa yang mempergunakan merek secara sah sesuai dengan ketentuan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif empiris merupakan penelitian melihat dari hukum yang bekerja pada segi kaidah/norma berupa peraturan perundang-undangan (Benuf et al., 2020) yang berkaitan tentang merek dengan tidak terlepas dari unsur social/empiris yakni kenyataan yang ada dimasyarakat adanya pemahaman juga perlindungan yang kurang maksimal terkait perlindungan hukum terhadap UMKM. Teknik dalam pengumpulan data dengan cara studi pustaka yaitu teknik pengumpulan dan informasi dengan menelaah sumber-sumber tertulis yang relevan dan berhubungan dengan objek yang sedang diteliti. Sehingga mampu menjawab permasalahan yang dihadapi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1, dinyatakan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Adapun kriteria usaha mikro yang dimaksud dalam Undang-undang tersebut adalah (Sulfati, 2018):

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Ro. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Adapun usaha kecil berdasarkan Undang-undang tersebut adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi; penyedia lapangan kerja; pemain penting dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat; pencipta pasar baru dan kontribusinya terhadap PDB dan neraca pembayaran (Saputra et al., 2021). Salah satu cara mengetahui peran UMKM dalam perekonomian adalah melalui Produk Domestik Bruto (PDB) (Laily, 2016). PDB merupakan nilai barang-barang dan jasa yang diproduksi di dalam negara dalam satu tahun tertentu. Tujuan PDB adalah meringkas aktivitas ekonomi dalam suatu nilai uang tertentu selama periode waktu tertentu (Indayani & Adelia, 2019). Total kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional merupakan akumulasi dari semua sektor ekonomi UMKM. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2013 UMKM mampu menyumbangkan Rp. 5.440 triliun (atas dasar harga berlaku terhadap PDB Nasional).

Jika ditinjau dari peran dan potensinya yang sangat besar UMKM diharapkan berkembang semaksimal mungkin sebagai suatu usaha peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan perekonomian. UMKM berbasis memiliki peran yang sangat penting (Santoso & Siyamto, 2016). Oleh karena itu diperlukan perlindungan hukum terhadap produk yang dihasilkan terutama terhadap merek dagang. Karena kita kurang peka dan tidak memberikan perlindungan terhadap produk yang kita miliki, pada akhirnya banyak dari produk-produk Indonesia khususnya produk-produk

yang memiliki nilai tradisional yang ide-ide dan desainnya 'dicuri' oleh pihak luar (Putra, 2018). Mungkin kita tidak menyadari bahwa perlindungan merek dagang membawa nilai ekonomi yang tinggi apabila sudah masuk dalam dunia perdagangan. Suatu produk yang dilindungi hak merek hanya dapat diproduksi oleh si pemilik atau pemegang hak atas produk tersebut (eksklusif). Jadi jika ada pihak lain yang ingin memproduksi barang yang sama berkewajiban mendapatkan lisensi terlebih dahulu dari si pemegang hak dan membayar royalti atas penggunaan tersebut. Tindakan produksi atas suatu produk yang telah dilindungi hak merek tanpa seijin pemegang hak merupakan pelanggaran dan pembajakan yang dapat membawa akibat hukum (Indrawati & Amnesti, 2019).

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dicantumkan definisi merek Pasal 1 angka 1, yaitu Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, hurufhuruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Hak merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya. Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Direktorat Jenderal HKI adalah instansi pendaftaran merek yang ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek (Mamahit, 2013).

Beberapa penyempurnaan harus dilakukan terhadap Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada masyarakat pemohon merek, yaitu penyederhanaan proses dan prosedur pendaftaran merek agar lebih memudahkan bagi pemohon dalam melakukan pendaftaran merek. Pengaturan tentang persyaratan minimum permohonan akan memberikan kemudahan dalam pengajuan permohonan dengan cukup mengisi formulir permohonan, melampirkan etiket atau contoh merek yang dimohonkan pendaftarannya dan membayar biaya permohonan.

Dikenal 2 (dua) macam sistem pendaftaran merek, yaitu sistem konstitutif dan sistem deklaratif (Murjiyanto, 2017). Sistem konstitutif, hak merek diperoleh melalui pendaftaran, artinya hak eksklusif atas sesuatu merek

diberikan karena adanya pendaftaran. Sistem konstitutif, pendaftaran merek merupakan hal yang mutlak dilakukan. Merek yang tidak didaftar otomatis tidak akan mendapatkan perlindungan hukum. Pengaturan pendaftaran merek itu sendiri diatur dalam pasal 20, 21 dan 22 Undang-Undang Nomor 20 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Suatu merek tidak boleh bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, ketertiban umum, memiliki kesamaan pada keseluruhannya dengan ekspresi budaya tradisional, warisan budaya tak benda, atau nama atau logo yang sudah merupakan tradisi turun temurun (Rifai, 2017). Merek mempunyai masa berlaku selama 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang lagi dengan jangka waktu yang sama 10 (sepuluh) tahun. Proses perpanjangan merek dapat dilakukan langsung oleh pemilik merek atau kuasanya baik melalui elektronik maupun non elektronik. Proses perpanjangan dapat dilakukan 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya masa berlakunya merek, dan 6 (enam) bulan sejak masa berlakunya merek habis dengan membayar denda yang telah ditetapkan. Pengaturan mengenai perpanjangan merek diatur dalam Pasal 35, 36, 37, 38, 39 dan 40 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Pendaftaran merek dilakukan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Direktorat Jenderal HKI adalah instansi pendaftaran merek yang ditugaskan untuk mendaftarkan merek yang dimohonkan pendaftarannya oleh pemilik merek. Sekarang ini Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual telah berubah penyebutannya menjadi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual atau disingkat dengan DJKI (Arifin & Iqbal, 2020).

Perlindungan hukum yang diberikan oleh negara terhadap hak atas merek meliputi perlindungan merek dalam negeri maupun merek luar negeri sebagaimana tersebut dalam prinsip timbal balik, dimana setiap anggota wajib memberikan perlindungan yang sama terhadap kekayaan intelektual warga anggota lain seperti perlindungan yang diberikan kepada anggotanya sendiri. Perlindungan hukum yang diberikan oleh negara juga tidak hanya terbatas pada pemilik merek, tetapi juga kepada konsumen yang menginginkan aman, nyaman dan terjamin dalam mendapatkan merek yang asli sehingga tidak terkecoh dalam membeli barang dengan merek palsu. Perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik merek adalah pemilik merek yang mempunyai

iktikad baik, artinya sekalipun telah mempunyai sertifikat sebagai bukti kepemilikan suatu merek, namun dapat dimintakan penghapusan atau pembatalan atas merek tersebut jika pemiliknya terbukti mempunyai iktikad buruk.

Adanya perlindungan tersebut menunjukkan bahwa negara berkewajiban dalam menegakkan hukum merek. Oleh karena itu apabila ada pelanggaran terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan yang berwenang. Dengan perlindungan tersebut maka akan terwujud keadilan yang menjadi tujuan dari hukum. Salah satu tujuan hukum adalah mewujudkan keadilan masyarakat. Dengan perlindungan hukum maka pemilik merek yang sah terlindungi hak-haknya.

4. KESIMPULAN

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Perlindungan merek terhadap pelaku usaha UMKM tidak hanya sebagai perlindungan negara terhadap pemilik merek terdaftar tetapi juga bentuk perlindungan terhadap masyarakat selaku konsumen agar mendapatkan barang sesuai dengan aslinya dan keinginannya dalam mendapatkan kepastian hukum atas barang yang dibeli di masyarakat. Bentuk perlindungan merek antara lain dengan melakukan pendaftaran merek. Dikarenakan masih minim pengetahuan terhadap pentingnya pendaftaran merek maka diharapkan adanya penyuluhan hukum maupun sosialisasi terhadap pelaku usaha. Dalam hal ini UMKM Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai pelaku bisnis mendapatkan perlindungan hukum sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar*. 5(April), 47–65.
- Benuf, K., Azhar, M., Badan, S., Hukum, K., Hukum, F., Diponegoro, U., Hukum, P., & Kontemporer, M. (2020). *Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer Jurnal Gema Keadilan Jurnal Gema Keadilan*. 7, 20–33.
- Indayani, L., & Adelia, W. (2019). Dampak Produk Domestik Bruto Dan Inflasi Terhadap Potensi Kebangkrutan Ukm Di Kota Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 120–129. <https://doi.org/10.18196/mb.10172>
- Indrawati, S., & Amnesti, S. K. W. (2019). *Perlindungan Hukum Merek Pada*

- Produk Usaha Kecil di Kabupaten Kebumen. *Amnesti: Jurnal Hukum*, 1(1), 29.
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Extension of Legal Awareness for the Protection of UMKM Product in Kebumen Regency through Trademark Registration. *Surya Abdimas*, 4(2), 37–43.
- Kahl, J. D. W., Kulkarni, R., Jenamani, R. K., Pithani, P., Konwar, M., Nigam, N., Ghude, S. D., Types, A., Properties, O., Phase, G., Phase, C., Particles, S., Aerosols, A., Particles, P., Activity, C., France, O. B., France, C. G., Germany, C. H., Uk, A. J., ... Salma, I. (2019). Perlindungan Hukum Usaha Mikro kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Time*, 6(3), 198.
- Laily, N. (2016). Analisis Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–4. <https://doi.org/10.26740/jupe.v4n3.p>
- Mamahit, J. (2013). Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang Dan Jasa. *Lex Privatum*, 1(3).
- Murjiyanto, R. (2017). Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem “ Deklaratif ” ke dalam Sistem. 24(1), 52–72.
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Rifai, T. P. (2017). Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(4), 733. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v10no4.809>
- Santoso, H., & Siyamto, Y. (2016). Investasi Dan Dorongan Pertumbuhan Ekonomi Bisnis Mikro Islam Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(02). <https://doi.org/10.29040/jiei.v2i02.48>
- Saputra, M. B. B., Heniyatun, H., Hakim, H. A., & Praja, C. B. E. (2021). The Roles of Local Governments in Accommodating the Registration of SME's Product Trademarks. *Amnesti Jurnal Hukum*, 3(1), 53–59. <https://doi.org/10.37729/amnesti.v3i1.1227>
- Sulfati, A. (2018). Efektivitas Pengembangan Usaha Mikro di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 59–69.

