

ANALISIS ATURAN PEMERINTAH MENGENAI MEREK DALAM MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP UMKM

MONICA PERMATA PUTRI¹⁾ ELFRIDA RATNAWATI²⁾

^{1,2} Fakultas Hukum, Universitas Trisakti

monicapermata711@gmail.com, elfrida.r@trisakti.ac.id

Abstract: *MSMEs play a vital role in Indonesia's economic growth. Like large industries, MSMEs must also pay attention to Intellectual Property Rights, especially trademarks. Trademark registration is important to avoid plagiarism and obtain legal protection from the government. However, many MSMEs have not registered their trademarks due to limited capital and lack of understanding of the benefits of trademarks. Therefore, regulations are needed to protect MSME brands. This research aims to evaluate government policy in providing legal protection for MSMEs using normative juridical methods. The research results show that government policies include various conveniences for brand registration at lower costs for MSMEs, collaboration with the Director General of IP at the Ministry of Cooperatives and MSMEs, providing incentives for MSME brand registration fees, as well as collective brand registration for the MSME industry.*

Keywords : *Kekayaan Intelektual, Pemerintah, Pendaftaran Merek, UMKM.*

Abstrak: Industri UMKM sangat penting bagi ekspansi perekonomian Indonesia. UMKM harus mewaspadai Hak Kekayaan=Intelektual, khususnya yang berkaitan dengan merek dagang, seperti halnya industri besar. Pentingnya mendaftarkan merek dagang untuk mencegah penyalinan dan mendapatkan perlindungan hukum resmi. Namun, kurangnya pendanaan dan ketidaktahuan akan keunggulan merek dagang telah menghalangi banyak UMKM untuk mendaftarkan mereknya. Oleh karena itu diperlukan regulasi untuk menjaga merek UMKM. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai seberapa baik kebijakan pemerintah dalam mengawal UMKM secara hukum dengan menerapkan teknik yuridis normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah mencakup berbagai kemudahan pendaftaran merek dengan biaya lebih rendah untuk UMKM, kerjasama dengan Dirjen KI Kementerian Koperasi dan UMKM, pemberian insentif untuk biaya pendaftaran merek UMKM, serta pendaftaran merek kolektif untuk industri UMKM.

Kata Kunci: Kekayaan Intelektual, Pemerintah, Pendaftaran Merek, UMKM.

A. Pendahuluan

Perlindungan hukum telah diatur Pasal 28D.ayat (1) UUD 1945, menerangkan bahwa “setiap individu atau orang berhak atas jaminan dan perlindungan.serta kepastian hukum.yang adil dan perlakuan yang sama di hadapan hukum”. Perlindungan hukum merupakan upaya negara untuk melindungi hak individu melalui segala peraturan yang berlaku, dengan tujuan menciptakan rasa aman, tentram, dan kepastian hukum bagi warga negaranya. Philipus.menjelaskan bahwa.perlindungan hukum terbagi dari dua jenis, yaitu represif dan preventif. Dalam konteks bisnis atau UMKM, perlindungan hukum represif melibatkan pemberian sanksi, baik administrasi, pidana pokok, maupun pidana tambahan. Sedangkan perlindungan..hukum. preventif. berfungsi sebagai pencegahan, .dimana pelaku usaha besar dilarang membuat perjanjian atau melakukan tindakan yang dapat merugikan pelaku usaha lain serta mencegah persaingan usaha yang tidak baik, juga harus memberi kesempatan tumbuh dan berkembang bagi UMKM.

UMKM merupakan sektor perdagangan barang dan jasa yang tumbuh pesat.di Indonesia. UMKM menjadi salah satu pondasi utama ekonomi yang memberikan dampak signifikan terhadap pergerakan ekonomi negara. Fakta tersebut di tegaskan juga oleh

Menteri.keuangan Ibu Sri.Mulyani yang menerangkan bahwa UMKM memiliki peran sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, industri ini memberikan kontribusi terhadap PDB hingga 61%, data tersebut menjadi nilai tertinggi jika dibandingkan dengan negara di kawasan.ASEAN dan G20. Pengertian.UMKMMtelah diatur dalam UU UMKM pada.Bab Ikketentuan umum, menjelaskan bahwa “Usaha.orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro”. Kekayaan intelektual selalu terkait erat dengan dunia bisnis, mencakup hak cipta, merek dagang, paten, rahasia dagang, dan indikasi geografis. UMKM juga memiliki kekayaan intelektual, meskipun skala usahanya kecil, pasti memiliki merek, baik merek dagang maupun merek jasa.

Merek adalah representasi visual apa pun dari suatu perusahaan yang dapat menyertakan nama, logo, gambar, huruf, kata, angka, skema warna, suara, hologram, atau kombinasi.dari komponen-komponen tersebut dalam dua atau tiga dimensi. Simbol ini digunakan untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang dibuat oleh..orang atau usaha yang bergerak di bidang perdagangan. Merek berguna baik. sebagai tanda pengenal yang membedakan. produksi suatu perusahaan dengan produksi perusahaan lain maupun sebagai alat promosi yang memungkinkan untuk mempromosikan produk hanya dengan menyebutkan mereknya, yang juga berfungsi sebagai jaminan kualitas produk. Merek sangat vital dalam dunia bisnis karena berkaitan dengan kegiatan pemasaran produk. Hal tersebut umum karena masyarakat sering menghubungkan citra, kualitas, atau reputasi suatu produk dengan0merek0tertentu. Signifikansi merek juga bermanfaat bagi konsumen, karena0merek yang terkenal biasanya lebih mudah membeerikan jaminan kualitas atau nilai dari produk yang ditawarkan.

UU No.15 Tahun02001, yang merupakan.penyempurnaandari.UU Nomor 19 Tahun.19920dan UU0No-14 Tahun.1997, menyatakan bahwa pemilik suatu merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek adalah satu-satunya penerima hak eksklusif pemerintah untuk menggunakan mereknya. Digunakannya hak tersebut oleh pemilik.merek dapat. .memberikan wewenang kepada orang atau organisasi lain untuk menggunakan merek tersebut dalam jangka waktu yang telah.ditentukan. Indonesia menerapkan aturan pertama dalam melindungi mereknya. Menurut prinsip ini, orang pertama yang mengajukan pendaftaran merek akan diberikan hak eksklusif atas merek tersebut untuk jangka waktu yang telah ditentukan. Pemilik merek dapat menggunakannya sendiri atau memberikan otorisasi kepada entitas lain yang memiliki hak untuk menggunakannya.

Memiliki skala yang kecil membuat para pelaku bisnis UMKM merasa bukan hal yang penting dalam mendaftarkan mereknya. Hal tersebut terbukti bahwa sangat minimnya pelaku usaha UMKM yang mendaftarkan merek bisnisnya. Yasonna H. Laoly sebagai Menteri Hukum dan Ham mengatakan dar total 64,1 juta pendiri industrii UMKM yang ada.di Indonesia, hanya 10.632 yang mengurus merek dagang atau jasanya. Berdasarkan fakta tersebut, maka sangat penting diperlukannya perlindungan merek suatu bisnis baik barang atau jasa. Pemerintah sebagai badan hukum yang memiliki wewenang dalam memberikan perlindungan hukum merek kepada UMKM sebagai bentuk tanggungjawab dengan dibentuknya UU No 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan uraianndari fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk membahas mengenai suatu permasalahan yaitu “Bagaimana--kebijakan Pemerintah.dalam memberikan.perlindungan hukum.terhadap UMKM?”.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini, menggunakan teknik metode yuridissnormatif. Oleh karena peraturan perundang-undangan yang menjadi pokok bahasan penelitian ini, maka bahan hukum dijadikan sebagai sumber utama penelitian hukum normatif. Data sekunder yang

dikumpulkan dan diolah untuk penelitian ini digunakan sebagai sumber hukum primer. Sumber penelitian berasal dari kepustakaan, yaitu data yang dikumpulkan melalui studi dokumen seperti buku, peraturan perundang-undangan, makalah dan opini dalam referensi ilmiah yang relevan dengan topik. Data tersebut dianalisis secara yuridis normatif untuk menghasilkan kesimpulan yang menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

C. Hasil dan Pembahasan

Merek dagang adalah suatu lambang atau tanda yang dapat digunakan secara visual untuk mengidentifikasi barang yang dibuat oleh individu atau badan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan. Kata-kata, logo, huruf, foto, angka, pola warna dua atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dua atau lebih unsur tersebut merupakan contoh tanda tersebut. Komponen penting yang perlu didaftarkan oleh pemilik usaha UMKM adalah mereknya. Pemilik UMKM atau badan usaha lainnya dapat berhenti mengkhawatirkan perlindungan merek dengan mendaftarkan mereknya. Selain itu, sejumlah komunitas Masyarakat Ekonomi ASEAN (AEC) telah terbentuk di era modern bagi individu baik di dalam maupun di luar kawasan ASEAN. Karena pasar global sangat terbuka, perlindungan produk UMKM menjadi penting untuk mencegah pesaing menirunya.

Perlindungan yang diberikan kepada UMKM atas Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merek dagang mereka adalah penerbitan sertifikat HKI. Merek sangat penting bagi pemilik UMKM karena memberikan karakter khas atau pembeda dari produk orang lain, yang harus mempunyai kemampuan untuk membedakan. Terdapat beberapa fungsi merek diantaranya sebagai berikut:

1. Sebagai indikator penting yang menjadikan produk suatu perusahaan berbeda dengan produk perusahaan lainnya (Identitas Produk). Untuk menjaga nama baik perusahaan pada saat barang tersebut dibeli dan dijual kepada masyarakat umum, fungsi ini juga mempersatukan barang dan jasa dengan pembuatnya.
2. Merek berfungsi sebagai alat promosi perdagangan, suatu proses dimana produsen mengiklankan produk dan jasa mereka. Tanda niat baik yang menarik pelanggan adalah merek dagang. menjadi merek yang digunakan pelaku usaha untuk mengembangkan produk atau barangnya; Oleh karena itu, hanya mengangkat merek saja sudah cukup.
3. Adanya jaminan mutu, yang menjamin mutu suatu barang atau jasa, menguntungkan konsumen serta pemilik merek dan produsen dengan memberikan jaminan perlindungan terhadap produk tersebut.
4. Sebagai penanda tempat asal produk atau jasa (*Source of Origin*). Produk dan jasa diidentifikasi berdasarkan mereknya, yang kemudian dipasok ke negara atau wilayah tempat produk tersebut diproduksi.

Pada hakikatnya UU Merek mengatur pendaftaran nama merek sebagai bentuk perlindungan. Aturan yang digunakan di Indonesia adalah *first.to.file*, yang menyatakan bahwa pemilik suatu merek adalah siapa pun yang mendaftarkannya terlebih dahulu. Tidak ada orang lain yang boleh memanfaatkan hak eksklusif ini tanpa persetujuan pemilik atau pemegang merek untuk jangka waktu sepuluh tahun. Merek UMKM disebutkan dalam surat pembukaan UU Merek 2016. Dinyatakan, "Bahwa dalam era perdagangan global, sehubungan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia, peran merek dan indikasi geografis sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang baik atau sehat, serta dalam melindungi UMKM dan industri lain di negara ini.

Mengingat fakta tersebut, dapat dilihat bahwa UU Merek Tahun 2016 memberikan kepastian perlindungan hukum bagi pelaku usaha UMKM di Indonesia sambil menjaga

persaingan bisnis yang sehat. Persaingan bisnis yang sehat tercapai jika industri besar tidak menyalahgunakan posisi unggulnya untuk menghambat bisnis UMKM, sehingga perekonomian dapat dijalankan secara bersama-sama. UU Merek Tahun 2016 seharusnya menjadi salah satu alat bagi pemerintah untuk melindungi badan usaha, khususnya UMKM, dalam industri besar atau badan usaha lainnya dengan itikad baik. Hal ini bertujuan agar kekayaan intelektual yang dimiliki oleh UMKM tidak mudah direbut karena dilindungi oleh pemerintah. Pemerintah menyediakan beberapa kemudahan dalam pendaftaran merek, antara lain sebagai berikut:

- a) ***Murahnya harga pendaftaran merek UMKM jika dibandingkan dengan merek non UMKM.*** Pemerintah tidak bisa tinggal diam karena sektor UMKM belum mendaftarkan merek apa pun. Pemerintah tetap mendorong pelaku UMKM untuk segera mendaftarkan mereknya dengan harga yang relatif lebih rendah atau murah dibandingkan pemegang merek non-UMKM melalui Dirjen Kekayaan Intelektual. Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam mendorong perluasan sektor UMKM dan menjaga brand UMKM. Diberikannya perlakuan khusus ini merupakan cara pemerintah dalam mendukung para pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagang baik barang atau jasanya.
- b) ***Dilakukannya Kerjasama antara Ditjen KI Kementerian Hukum dan HAM dengan Kementerian Koperasi dan UMKM.*** Bekerja sama, Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia dan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di negara yang sama kembali melakukan upaya untuk menjaga merek UMKM. Kerjasama ini dituangkan dalam No. M-10-UM.06.07. T 2006, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang sistem kekayaan intelektual yang dilindungi merek bagi koperasi dan usahadkecil serta menengah. Pertimbangan dari kerjasama tersebut adalah sebagai berikut: 1) UMKM merupakan salah satu kontributor utama perekonomian di negara Indonesia; 2) Belum maksimalnya koordinasi dan kerjasama antara para pihak sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan manfaat dari sistem hak kekayaan intelektual; 3) Kurangnya sosialisasi edukasi mengenai pemahaman kepada para pelaku UMKM itu sendiri. Tujuan diadakannya kerjasama tersebut diantaranya sebagai berikut: 1) Meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan penggunaan sistem HKI, khususnya merek yang telah didaftarkan oleh pihak UMKM; 2) Meningkatkan koordinasi serta kerjasama yang efektif dan efisien antara pihak UMKM dengan pemberdayaan sistem HKI nasional; 3) Menciptakan UKM yang berorientasi pada Hak Kekayaan Intelektual, khususnya hak merek, sehingga memiliki daya saing yang kuat.
- c) ***Pemberian insentif pembiayaan untuk pendaftaran merek UMKM.*** Pemberian insentif berupa pembiayaan untuk pendaftaran permohonan Hak Kekayaan Intelektual yang terdiri atas huruf, gambar, nama, kata, simbol, tanda peringatan, atau perpaduan dari beberapa unsur tersebut yang dimana daya pembedanya difungsikan dalam perdagangan produk baik barang atau jasa.
- d) ***Pendaftaran merek kolektif industri UMKM.*** UU No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa merek kolektif adalah merek yang diterapkan pada produk atau jasa yang memiliki atribut yang sama seperti sifat, kualitas dan karakteristik umum, serta pengawasan. Banyak individu atau organisasi sekaligus menggunakan merek ini untuk membedakan layanan atau produk tersebut dari lainnya yang serupa.

Karena barang atau jasa yang diproduksi memiliki ciri-ciri yang sama, merek kolektif bertujuan untuk mempermudah prosedur pendaftaran dengan mengizinkan penggunaan satu merek untuk semua produk. UU No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan

Indikasi Geografis Pasal 21 menjelaskan bahwa pemilik sah suatu merek dilindungi secara hukum sejak merek tersebut didaftarkan. Kerugian material dan immaterial dapat diberikan dalam kasus anti-pemalsuan. Kompensasi non-material adalah gugatan yang diajukan terhadap individu atau perusahaan yang mengeksploitasi suatu merek tanpa persetujuan pemilik yang sah, sedangkan kompensasi material berupa kerugian nyata yang bernilai uang.

D. Penutup

Ketika memulai suatu usaha bisnis, tidak ada bedanya seperti industri besar lainnya, UMKM seharusnya memperhatikan Hak Kekayaan Intelektual, terutama merek dagang. Merek merupakan aspek penting bagi pelaku usaha untuk memastikan produk mereka dikenal oleh konsumen atau pelanggan. Pendaftaran merek bertujuan untuk melindungi dari plagiat dan memberikan perlindungan hukum dari pemerintah. Namun, masih banyaknya pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek mereka, disebabkan oleh keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman mengenai pentingnya perlindungan merek. Melalui sejumlah inisiatif, antara lain biaya pendaftaran merek UMKM yang lebih masuk akal, kerja sama antara Dirjen Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta insentif finansial kepada mendukung pendaftaran merek UMKM, pemerintah memfasilitasi proses pendaftaran merek. Selain itu, pemerintah juga memungkinkan pendaftaran merek secara kolektif bagi industri UMKM. Kesimpulan dari temuan ini adalah jawaban atas identifikasi masalah.

Daftar Pustaka

- Abdulkadir Muhammad., 2021, *Kajian Hukum Ekonomin Kekayaan Intelektual*, Citra N Aditya Bakti, Bandung.
- Ardianto, A. and Hariri, A., 2021. Perlindungan Hukum atas Pengguguran Kandungan korban pemerkosaan di tinjau dari Hukum Nasional. *Media of Law and Sharia*, 2(3), pp.218-237.
- B.A Tim Lindsey et al., *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, Asian Law Group Pty Ltd & PT. Alumni, Bandung, 2002, hlm 201.
- Erlangga Djumena., 2020. *Dari 64,1 Juta UMKM, Baru 10.632 yang Mengurus Merek Dagang*. [online] KOMPAS.com. Available at: <https://money.kompas.com/read/2020/07/17/161100826/dari-64-1-juta-umkm-baru-10.632-yang-mengurus-merek-dagang> [di akses 26 Mei 2024].
- Hadi, S., BF, A.R.H. and Mulada, D.A., 2022. Perlindungan-Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Praktik Monopoli--Dilihat dari Perspektif Hukum Persaingan--Usaha. *Commerce Law*, 2(1).
- Hartono, M.K., Suryani, C. and Syailendra, M.R., 2023. Pembatalan Merek Yang Telah Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016. *Unes Law Review*, 5(4), pp.3411-3422.
- Jotyka, G. and Suputra, I.G.K.R., 2021. Prosedur Pendaftaran Dan Pengalihan Merek Serta Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. *Ganesha Law Review*, 3(2), pp.125-139.
- Khoirul, H., 2020. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Malang : Setara Press.
- Robertus Andrianto (2024). *Sri Mulyani: Peran UMKM RI Terhadap Ekonomi Terbesar se-ASEAN & G20*. [online] CNBC Indonesia. Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240307164553-128-520510/sri-mulyani-peran-umkm-ri-terhadap-ekonomi-terbesar-se-asean-g20> [di akses 26 Mei 2024].
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merk dan Indikasi Geografis.