
**KEBIJAKAN PEMERINTAH TENTANG MEREK DALAM MEMBERIKAN
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP UMKM****Belardo Prasetya Mega Jaya**

*Fakultas Hukum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Palka KM. 03 Sindangsari Pabuaran Kab. Serang
E-mail: belardoprasetya@untirta.ac.id*

Mohamad Fasyehhudin

*Fakultas Hukum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Palka KM. 03 Sindangsari Pabuaran Kab. Serang
Correspondence E-mail: fasyehhudin@untirta.ac.id*

Wardatun Naddifah

*Fakultas Hukum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Palka KM. 03 Sindangsari Pabuaran Kab. Serang
E-mail: 111190251@untirta.ac.id*

ABSTRACT

Micro, Small Medium Enterprise (MSMEs) play a vital part in a financial improvement in Indonesia. In setting up a business, very much like other enormous ventures, MSMEs won't ever escape from Licensed innovation Privileges, particularly reserve. This brand name enlistment will stay away from counterfeiting and get lawfull assurance from the public authority. However, truth the told there are as yet numerous MSMEs that poor person enrolled their brand names since they are compelled by capital and comprehension of the advantages of the brand name. Considering this, a guideline is expected to secure the brands possessed by the MSME business. So in this review, I will analyze how government strategies give lawfull insurance to MSMEs. This examination utilizes standardizing juridicial exploration strategies. The consequence of the review show that the Public authority's strategy in giving lawful insurance to MSMEs is to give accommodation in brand name enlistment, in particular the enrollment expense for MSMEs brands which is less expensive than non-UMKM brands, teaming up with the Chief General of Data ad Correpondence Innovation of the Service of Cooperatives and MSMEs, escalated awards for financing the enlistment of MSME marks, and can complete aggregate brand name enrollmens for MSME business.

Keywords : Legal Protection, Government Policy, MSMEs, Law Number 20 year 2016 on Merk and IG.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Dalam mendirikan sebuah bisnis sama halnya seperti industri-industri besar lainnya UMKM pasti tidak pernah luput dari Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek dagang. Pendaftaran merek dagang tersebut dilakukan akan terhindar dari plagiarisme serta mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah. Tetapi pada kenyataannya masih banyak UMKM yang belum mendaftarkan Merek dagangnya karena terkendala dengan modal serta pemahanan akan manfaat merek dagang tersebut. Dengan ada halnya tersebut, maka dibutuhkan suatu peraturan untuk melindungi merek yang dimiliki para industri UMKM. Sehingga dalam penelitian ini, saya akan meneliti mengenai bagaimana kebijakan pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum terhaap UMKM. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan Pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum terhadap UMKM adalah dengan memberikan kemudahan-kemudahan dalam pendaftaran merek dagang, yakni biaya pendaftaran merek UMKM yang lebih murah daripada Merek Non-UMKM, melakukan kerjasama Dirjen KI Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pemberian intensif untuk pembiayaan pendaftaran merek UMKM, dan dapat melakukan pendaftaran merek secara kolektif industri UMKM.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Kebijakan Pemerintah UMKM, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

I. PENDAHULUAN

Philipus M. Hadjon mengatakan bahwa “perlindungan hukum itu terdiri dari dua hal, yaitu perlindungan hukum secara preventif dan perlindungan hukum secara represif.” Perlindungan hukum preventif adalah tindakan untuk menghindari perselisihan atau dapat digambarkan sebagai upaya pencegahan, sedangkan perlindungan represif adalah upaya perlindungan dalam penyelesaian suatu sengketa, misalnya penyelesaian suatu sengketa di pengadilan.¹

Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) adalah industri perdagangan barang atau jasa yang tumbuh begitu besar dan cepat di Indonesia. Industri UMKM sendiri merupakan salah satu fondasi perekonomian yang memiliki dampak yang besar dalam roda perekonomian di Indonesia. Yang mana fakta tersebut terdapat di kajian dari Kementerian Perindustrian, dan industri UMKM pada tahun 2016 mengambil bagian dengan besar 60% terhadap produk domestik bruto. Dan hal

lainnya didapatkan bahwa industri UMKM berhasil memperkerjakan tenaga kerja sebesar 97,22%.²

Pengertian UMKM telah diatur dalam UU UMKM pada Bab I (ketentuan umum), yang menyatakan bahwa “Usaha orang perorangan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro”.³

Seperti yang kita ketahui bersama dalam dunia bisnis, kekayaan intelektual tidak pernah terpisahkan. Kekayaan intelektual yang dimaksud adalah merek dagang, paten, hak cipta, desain industri, rahasia dagang, dasar tata letak sirkuit terpadu, dan indikasi geografis. Begitu juga dengan UMKM, meskipun ukuran usaha yang dikelola dalam suatu UMKM tidak besar tetapi tetap saja pasti memiliki merek dagang atau merek jasa.

Berdasarkan Pasal 1 UU Nomor 15 tahun 2001 tentang merek, yang dimaksud “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur

¹Bruno Saragih, *Dampak Standarisasi Barang Bagi UMKM dan Koperasi ditinjau dari UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*, USU, Medan, 2012, hlm 47.

² Kemenperin, “Kontribusi UMKM Naik”, dapat diakses secara online di <http://www.kemenperin.g>

o.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik”, diakses pada tanggal 17 Desember 2021.

³Lihat di Undang-Undang UMKM Bab I bagian ketentuan umum.

tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam dunia perdagangan barang atau jasa. Merek ada merek dagang dan merek jasa”.

Sebuah merek juga dapat diartikan sebagai tanda pengenal, yang dilakukan untuk mengenali satu produk dengan produk lainnya. Merek adalah pengenal yang digunakan oleh suatu barang atau jasa yang satu dengan yang lainnya. Merek adalah hak kekayaan intelektual yang harus dilindungi.⁴

Mengingat Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, selanjutnya disebut Undang-Undang Merek, yang merupakan penyempurnaan dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, maka hak atas Merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh pemerintah kepada pemilik merek terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan merek tersebut atau memberikan izin kepada seseorang atau beberapa orang atau badan hukum.

Indonesia dalam melindungi merek menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*.⁵ Yang memiliki arti Merek akan mendapatkan perlindungan apabila telah melakukan permohonan pendaftaran ke pemerintah sebagai pihak yang berwenang yaitu kepada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia yang berada di DJKI.

Memiliki skala yang kecil membuat UMKM merasa bukan hal yang begitu penting dalam mendaftarkan mereknya. Dan hal tersebut terbukti karena sedikitnya UMKM yang mendaftarkan merek UMKM nya. Pada periode 2016 sampai dengan April 2018 data statistik pendaftaran Ditjen KI pendaftaran merek yang dilakukan UMKM hanya 8.55%.⁶

Dengan adanya hal seperti tersebut maka perlindungan merek sangat diperlukan entah itu merek barang atau jasa. Pemerintah sebagai badan hukum yang berwenang memberikan perlindungan hukum merek kepada para pelaku UMKM sebagai bentuk tanggungjawab kepada para pelaku UMKM dengan dibentuknya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan membahas suatu permasalahan yaitu “Bagaimana kebijakan Pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum terhadap UMKM?”.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Sumber utama penelitian ilmu hukum normatif adalah bahan hukum, karena dalam penelitian hukum normatif yang dikaji adalah bahan hukum yang berisi aturan-aturan yang bersifat normatif. Data yang diperoleh dan diolah dalam

⁴ Harsono Adisumarto, *Hak Milik Intelektual Khususnya Hukum Paten dan Merek*, Akademika Pressindo, Jakarta, 1990, hlm 19.

⁵Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Jakarta, 2017, hlm. 54.

⁶https://statistik.dgip.go.id/statistik/production/merek_umkm.php, diakses pada tanggal 17 Desember 2021.

penelitian hukum jenis data sekunder yang dalam penelitian ini dijadikan sebagai bahan hukum primer.

Bahan diperoleh dari sumber kepustakaan, yakni data yang didapatkan melalui kegiatan studi dokumen berupa buku-buku, makalah, dan peraturan perundang-undangan. Bahan hukum yang hendak dikaji atau menjadi acuan berkaitan dengan permasalahannya dalam penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Undang-Undang Merek Pasal 1 ayat 1 “Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) 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

Merek merupakan satu hal penting yang harus didaftarkan pemilik usaha UMKM. Dengan mendaftarkan merek pemilik usaha UMKM tidak perlu khawatir tentang perlindungan merek yang dimiliki. Terlebih lagi pada era ini telah terbentuk komunitas Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) untuk masyarakat yang berada di wilayah ASEAN maupun luar ASEAN. Dengan adanya

keterbukaan pasal global ini maka perlu adanya perlindungan terhadap produk-produk UMKM agar tidak ditiru oleh pesaing lainnya.

Perlindungan yang diberikan kepada UMKM terhadap HKI atas merek dagang yang dimilikinya yaitu berupa diterbitkannya sertifikat HKI. Merek sendiri sangat penting bagi pemilik UMKM agar bisa memberikan ciri khas atau pembeda dari orang lain yang harus memiliki daya pembeda.

Adapun fungsi merek yaitu sebagai berikut:⁸

- 1) Sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya (*Product Identity*). Fungsi ini juga untuk menghubungkan antara barang dan jasa dengan produksinya sebagai jaminan reputasi hasil perusahaannya ketika akan diperjualbelikan kepada masyarakat.
- 2) Merupakan sarana promosi dagang (*Means of Trade Promotion*) dimana promosi melalui periklanan dilakukan oleh produsen yang memperjualbelikan barang atau jasa karena merek dagang merupakan salah satu goodwill untuk menarik konsumen, merupakan symbol pengusaha untuk mengembangkan produk atau barangnya sehingga bahwa itu cukup untuk menyebutkan merek.

⁷Lihat di Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁸Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Kekayaan Intelektual*, Citra Aditya bakti, Bandung, 2001, hml. 120.

- 3) Sebagai jaminan kualitas barang atau jasa (*Quality Guarantee*), keberadaan jaminan bermanfaat tidak hanya bagi produsen pemilik merek, tetapi juga bagi konsumen, yaitu jaminan perlindungan barang atau jasa.
- 4) Merupakan sebutan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*Source of Origin*). Seiring dengan merek, itu ap digunakan sebagai cara untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang kemudian dapat dikaitkan dengan wilayah atau Negara yang memproduksinya.

Pada prinsipnya, pendaftaran nama merek adalah bentuk perlindungan dari Undang-Undang Merek, karena sistem yang digunakan di Indonesia adalah *first to file principle* yaitu siapa pun yang mendaftarkan pertama kali maka yang bersangkutan yang akan mendapatkan hak atas merek tersebut dan hak eksklusif tersebut diberikan selama 10 (sepuluh) tahun dengan konsekuensi tidak ada seorangpun dapat menggunakannya tanpa persetujuan dari pemilik atau pemegang merek.⁹

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak terlalu banyak menyebutkan Merek dagang UMKM di Indonesia. Penyebutan Merek UMKM tertuang dalam pembukaan huruf a UU Merek Tahun 2016

yang berisikan “Bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi Internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta Perlindungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dan Industri dalam negeri”.

Mengingat hal tersebut terlihat bahwa UU Merek tahun 2016 memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha UMKM yang berada di Indonesia dengan tetap menjaga persaingan bisnis yang sehat. Persaingan bisnis yang sehat dimungkinkan jika industri besar tidak memanfaatkan posisi dominannya untuk menindas industri dari UMKM yang seharusnya menjalankan perekonomian secara bersama-sama.

UU Merek Tahun 2016 seharusnya menjadi salah satu sarana yang tersedia bagi pemerintah untuk melindungi badan usaha khususnya UMKM di industri besar atau badan usaha lainnya dengan itikad baik, sehingga tidak mudah untuk merebut apa yang telah dimiliki UMKM seperti kekayaan intelektual karena telah dilindungi oleh pemerintah. Pemerintah memberikan kemudahan-kemudahan dalam pendaftaran merek, yakni:

a. Biaya Pendaftaran Merek UMKM yang lebih murah daripada Merek Non-UMKM

⁹B.A. Tim Lindsey et al., *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, Asian Law Group Pty Ltd & PT. Alumni, Bandung, 2002, hlm. 201.

Sedikitnya para pelaku UMKM dalam mendaftarkan mereknya membuat pemerintah tidak berdiam diri begitu saja. Melalui Dirjen KI Pemerintah terus mendorong para pelaku UMKM untuk segera mendaftarkan mereknya dengan biaya yang lebih murah daripada pemegang merek Non-UMKM. Dengan adanya ini memperlihatkan keseriusan pemerintah dalam membantu mengembangkan usaha UMKN dan melindungi merek UMKM.

Dengan memberikan perlakuan khusus seperti ini merupakan salah satu cara pemerintah mendukung para pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek nya.

b. Kerjasama yang dilakukan Ditjen KI Kementerian Hukum dan Ham dengan Kementerian Koperasi dan UMKM

Cara lain untuk melindungi merek produksi industri UMKM adalah dengan menyelenggarakan kerjasama antara Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia No. M-10-UM.06.07. TH 2006 tentang peningkatan Pemahaman dan Pemahaman Sistem Kekayaan Intelektual yang dilindungi merek untuk koperasi dan usaha kecil dan menengah.

Pertimbangan kerjasama tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) UMKM merupakan salah satu kontributor utama perekonomian di Indonesia;

- 2) Kurangnya sosialisasi brand knowledge dan pemahaman kepada pemilik UMKM;
- 3) Belum optimalnya koordinasi dan kerjasama Antara para pihak dan sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan manfaat dari system hak kekayaan intelektual.

Tujuan diadakannya kerjasama tersebut adalah:

- 1) Meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan penggunaan sistem HKI, khususnya merek yang telah didaftarkan oleh pihak UMKM;
- 2) Menciptakan UKM yang berorientasi pada hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek, sehingga memiliki daya saing yang kuat;
- 3) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang sinkron dan efisien anatar pihak dalam pengembangan UMKM dan pemberdayaan sistem HKI nasional.

c. Pemberian Intensif Pembiayaan Pendaftaran Merek UMKM

Pemberian Intensif berupa pembiayaan untuk pendaftaran pengajuan permohonan Hak Kekayaan Intelektual yaitu Merek yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan pada kegiatan barang atau jasa.

d. Pendaftaran Merek Kolektif Industri UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek Kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Tujuan dari adanya merek kolektif ini adalah memudahkan penyelesaian permintaan pendaftaran. Masing-masing barang ataupun jasa yang diproduksi memiliki karakteristik yang sama, sehingga dimungkinkan untuk menggunakan satu merek saja.

Dalam pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah menyatakan bahwa pada awal pendaftaran nama merek, telah memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek yang sah. Gugatan ganti rugi dapat berupa ganti rugi materiil dan ganti rugi immaterial yaitu berupa kerugian yang nyata dan dapat dinilai dengan uang, sedangkan ganti rugi immaterial berupa tuntutan ganti rugi kepada seseorang atau badan usaha yang telah menggunakan merek tanpa izin pemilik merek sah.

IV. KESIMPULAN

Dalam mendirikan sebuah bisnis sama halnya dengan industri-industri bisnis

besar lainnya UMKM pun tidak pernah luput dari Hak Kekayaan Intelektual khususnya merek dagang. Merek merupakan satu hal yang wajib dimiliki para pelaku usaha agar produk terkenal. Pendaftaran merek tersebut agar terhindar dari *plagiarism* serta mendapatkan perlindungan hukum dari Pemerintah. Tetapi pada kenyataannya masih banyak UMKM yang belum mendaftarkan mereknya. Hal tersebut terjadi karena terkendala dengan modal dan kurangnya pemahaman tentang betapa pentingnya perlindungan merek yang dimiliki. Pemerintah memberikan kemudahan-kemudahan dalam pendaftaran merek, yakni dengan memberikan kebijakan yaitu memberikan harga dengan lebih murah untuk pendaftaran merek UMKM, melakukan kerjasama Antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, memberikan intensif untuk pembiayaan pendaftaran merek UMKM, dan dapat melakukan pendaftaran kolektif bagi industri UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Adaninggar, Asti Wulan, Hendro Saptono, dan Kholis Roisah. "Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terkait Hak Kekayaan Intelektual dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN", dalam *Diponegoro Law Journal* Nomor 3 Volume 3, (2016): 1-11.

- Adisumarto, Harsono. *Hak Milik Intelektual Khususnya Hukum Paten dan Merek*. Jakarta: Akademika Pressindo, 1990.
- Afghani, Soewardiman Al, dan Satria Sukananda. "Perlindungan Hukum UMKM melalui Pendaftaran Merek Dagang di Daerah Istimewa Yogyakarta", dalam *Jutitia Jurnal Hukum* Nomor 1 Volume 3, (2019): 181-199.
- B.A. Tim Lindsey et al., *Hak Kekayaan Intelektual: Suatu Pengantar*, Asian Law Group Pty Ltd & PT. Alumni, Bandung, 2002.
- Bethlen, Andrew, dan Prisca Oktaviani Samosir. "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia", dalam *Jurnal Law & Justice* Nomor 1 Volume 3, (2018): 3-11.
- Hasibuan, Chyntia Delvita Sari. "Perlindungan Hukum Atas Merek bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Online (E-FILING) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis". Skripsi. Medan: USU, 2018.
- Mulyadi, Gugun. "Pengaruh Merek dan Kemasam terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM", dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* Nomor 1 Volume 2, (2015): 105-109.
- Hidayah, Khoirul. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Setara Press, 2017.
- Prameswari, Tifani Ayunda. "Hak Merek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM", dalam *Amnesti: Jurnal Hukum* Nomor 2 Volume 3, (2021): 97-104.
- Saragih, Bruno. *Dampak Standarisasi Barang Bagi UMKM dan Koperasi ditinjau dari UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*. Medan: USU, 2012.
- Sardjono, Agus, Brian Pasatyo, dan Desrezka Gunti Larasati. "Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha Batik Di Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta", dalam *Jurnal Hukum dan Pembangunan* Tahun ke-44 Nomor 4, (2013): 497-517.
- Sulasno dan Uul Nabila. "Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Melalui Program Sabtu Minggu Di Kota Serang", dalam *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* Nomor 01 Volume 08, (2020): 32-33.
- Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis