

## **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK BAGI PELAKU USAHA KECIL**

Hana Krisnamurti  
Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana

### **ABSTRAK**

Usaha Kecil sebagai bagian integral dunia usaha yang mempunyai kedudukan, potensi dan peran yang strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang berdasarkan demokrasi ekonomi. Aspek Hukum menjadi salah satu penghambat usaha kecil untuk berkembang. Pelaku usaha kecil pada umumnya belum memahami tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual khususnya perlindungan hukum merek. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial. Oleh karena itu, pelaku usaha kecil perlu mendapat perlindungan hukum atas merek dari produknya. Kepemilikan sertifikat atas merek merupakan suatu akta otentik yang dapat digunakan sebagai bukti kepemilikan hak atas merek dan dapat dijadikan sebagai alat bukti di Pengadilan, kecuali jika terjadi pembatalan hak atas merek berdasarkan gugatan yang dilakukan oleh salah satu pihak di pengadilan Niaga. Sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek usaha kecil pemerintah melalui Dirjen kekayaan Intelektual pada Kementerian Hukum dan HAM telah melakukan berbagai upaya, diantaranya melakukan diseminasi terkait hak kekayaan intelektual kepada berbagai kalangan, memberikan fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh kementerian dan lembaga terkait, memberikan perlakuan khusus bagi industri UMKM dengan membedakan harga registrasi yang lebih murah dibandingkan dengan pelaku usaha umum, dan memberlakukan pendaftaran merek kolektif industri UMKM. Kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam memperoleh perlindungan hukum atas merek adalah kesadaran pelaku usaha kecil yang masih kurang untuk mendaftarkan merek, tidak ada orientasi ke depan terhadap merek, kurangnya informasi tentang tata cara pendaftaran merek, dan kendala yang diakibatkan karena keterbatasan dana.

**Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Hak Merek, Usaha Kecil**

### **PENDAHULUAN**

Perlindungan hukum merupakan pengakuan terhadap harkat dan martabat warga Negara sebagai manusia. Negara wajib menjamin dan melindungi segala hak hukum warga negaranya. Perlindungan hukum secara umum diatur dalam Pasal 28 D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyebutkan bahwa : “Seluruh warga Negara berhak mendapatkan pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil dihadapan hukum.” Tindakan pemerintah selaku aparatur Negara dalam hal perlindungan hukum dapat mengacu pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyebutkan Indonesia adalah Negara hukum dan wajib menjamin perlindungan hukum terhadap hak asasi manusia.

Dalam kaitannya dengan perlindungan hukum bagi rakyat, Philipus M.Hadjon membedakan dua macam sarana perlindungan hukum, yakni:<sup>1</sup>

- a) Sarana Perlindungan Hukum Preventif. Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.
- b) Sarana Perlindungan Hukum Represif. Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.

Merek dagang (*trademark*) yang merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual memiliki nilai penting ditinjau dari aspek ekonomi. Merek adalah nama atau simbol yang digunakan oleh konsumen untuk menentukan barang/jasa diantara yang lainnya. Merek juga memberikan jaminan atas kualitas barang/jasa tersebut. Merek memiliki nilai yang strategis dan penting baik bagi produsen maupun konsumen. Bagi produsen, merek selain untuk membedakan produknya dengan produk perusahaan lain yang sejenis, juga dimaksudkan untuk membangun citra perusahaan khususnya dalam pemasaran. Bagi konsumen, merek selain mempermudah pengidentifikasiannya juga menjadi simbol harga diri. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan pilihan barang dari merek tertentu, cenderung untuk menggunakan barang dengan merek yang sudah dikenalnya berkualitas baik.

Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa, “Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan ijin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

Asas hak kepemilikan atas merek dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menitikberatkan kepada asas *first to file* yang bermakna pendaftar pertama akan dilindungi secara hukum berdasarkan undang-undang merek. Dari ketentuan tersebut di atas dapat dikatakan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia.

Pada prinsip konstitutif disyaratkan adanya pendaftaran merek bagi seseorang atau badan hukum untuk memperoleh perlindungan hukum dan pengakuan hak atas merek. Pendaftaran dilakukan di Direktorat Jenderal

---

<sup>1</sup> Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011, hlm.20

Kekayaan Intelektual melalui proses tahap pemeriksaan hingga sampai pada tahap pemberian hak atas merek berupa penerbitan sertifikat merek (terdaftar dalam Daftar Umum Merek). Namun pendaftaran merek ini tidak luput dari kemungkinan adanya pendaftaran tanpa hak yang dilakukan oleh pihak tertentu yang beritikad tidak baik.

Peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, pelindungan konsumen, serta pelindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri. Namun dalam pelaksanaannya permasalahan sering muncul dari para pelaku usaha kecil karena mereka masih saja terpengaruh dengan budaya terdahulu yaitu lebih memprioritaskan kemajuan dan berkembangnya suatu produk dari pada memikirkan untuk mendapatkan perlindungan hukum khususnya dibidang merek. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimanakah pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pemalsuan merek bagi pelaku usaha kecil? dan Apakah kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam memperoleh perlindungan hukum atas merek ?

## PEMBAHASAN

### a. Perlindungan Hukum Merek

Perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia. Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.<sup>2</sup>

Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan pancasila harus memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.

Tujuan serta cara pelaksanaan perlindungan hukum antara lain sebagai berikut:<sup>3</sup>

1. Membuat peraturan ,yang bertujuan untuk :
  - a. Memberikan hak dan kewajiban
  - b. Menjamin hak-hak pra subyek hukum
2. Menegakkan peraturan Melalui :
  - a. Hukum administrasi negara yang berfungsi untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak-hak dengan perizinan dan pengawasan.

---

<sup>2</sup> *Ibid.* hlm.10.

<sup>3</sup> Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung:Universitas Lampung, 2007, hlm. 31.

- b. Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, dengan cara mengenakan sanksi hukum berupa sanksi pidana dan hukuman.
- c. Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.

Merek memiliki peran yang penting di berbagai bidang. Tidak hanya di bidang bisnis dan perdagangan, kegiatan sosial pun ikut merasakan akan pentingnya merek. Merek merupakan suatu aset yang tidak teridentifikasi secara fisik atau tidak berwujud. Maksudnya meskipun keberadaan merek tersebut hanyalah tanda yang tidak nyata, namun memiliki nilai dan pengaruh yang sangat dominan bagi kelangsungan ekonomi pemilik merek maupun gaya hidup konsumen.

Merek merupakan tanda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa dan memiliki daya pembeda. Tanda tersebut mudah untuk diingat dan dapat diwujudkan dalam bentuk grafis atau dapat dilambangkan dengan huruf/angka (tertulis), seperti kata, gambar/logo, suara melalui notasi balok/angkanya, hologram, maupun tiga dimensi. Tanda yang dilindungi sebagai merek tersebut dipersyaratkan untuk tidak bersinggungan dengan jenis produknya (barang maupun jasa), tidak bertentangan dengan peraturan perundangan, tidak rumit, maupun yang bersifat umum. Selain itu, suatu merek dimohonkan tidak memiliki persamaan, meniru, menjiplak dengan merek milik pihak lain, lambang negara atau organisasi, bendera, maupun merek yang juga merupakan nama badan hukum.

Daya pembeda suatu merek menjadi faktor untuk menentukan suatu merek yang dimohonkan tersebut dapat didaftar atau ditolak. Terdapat dua kategori daya pembeda, yaitu daya pembeda yang tinggi akan menghasilkan keputusan permohonan pendaftaran merek tersebut didaftar, sedangkan daya pembeda yang rendah akan menghasilkan keputusan permohonan merek tersebut ditolak. Selain mempertimbangkan daya pembeda dalam melakukan penilaian suatu tanda yang dimohonkan pada saat pemeriksaan substantif, Pemeriksa juga melihat kriteria jenis barang maupun jasa yang dimohonkan untuk dibandingkan dengan jenis barang atau jasa pada merek terdaftar atau diajukan lebih dahulu.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, menyatakan bahwa :

- 1) Pasal 2 Ayat (2), Lingkup Merek meliputi:
  - a. Merek Dagang; dan
  - b. Merek Jasa.
- 2) Pasal 2 Ayat (3), Merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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.
- 3) Pasal 3, Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar.
- 4) Syarat dan Tata Cara Permohonan, diatur dalam Bab III Pasal 4 sampai dengan Pasal 19

Perlindungan merek diberikan melalui pendaftaran. Perlindungan merek tersebut berlaku bagi pemohon yang mengajukan pendaftaran merek atau mendapatkan perlindungan lebih dahulu. Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*. Maksudnya, merek hanya mendapatkan perlindungan apabila merek tersebut telah didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian hukum dan HAM dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual.<sup>4</sup>

Dengan demikian, siapa yang mengajukan permohonan mereknya terlebih dahulu, maka pemohon tersebut yang akan tercatat dan mendapatkan tanggal penerimaan dan nomor pendaftaran terlebih dahulu. Pemohon akan mendapat tanggal penerimaan dan nomor pendaftaran lebih dahulu apabila memenuhi persyaratan minimum yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

Pasal 13 ayat (2) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah menentukan persyaratan minimum untuk mendapatkan tanggal penerimaan, yaitu:

- 1) Pemohon telah mengisi formulir permohonan secara lengkap;
- 2) Pemohon telah melampirkan label merek; dan
- 3) Pemohon telah membayar biaya dan melampirkan bukti pembayaran biaya.

Era digital memudahkan pemohon dalam pengajuan pendaftaran merek secara mandiri. Melalui laman resmi [www.merek.dgip.go.id](http://www.merek.dgip.go.id) pemohon dapat dengan mudah mengajukan pendaftaran merek secara online. Dalam rangka pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah, pemerintah dapat mendaftarkan merek kolektif yang diperuntukkan bagi pengembangan usaha. Permohonan pendaftaran merek sebagai merek kolektif hanya dapat diterima jika dalam permohonan dengan jelas dinyatakan bahwa merek tersebut akan digunakan sebagai merek kolektif. Selain penegasan mengenai penggunaan merek kolektif, permohonan wajib disertai dengan salinan ketentuan penggunaan merek tersebut sebagai merek kolektif

Ketentuan mengenai penggunaan merek kolektif paling sedikit memuat pengaturan mengenai:

- a. sifat, ciri umum, atau mutu barang dan/atau jasa yang akan diproduksi dan diperdagangkan; dengan adanya ketentuan antara lain mengenai sifat, ciri umum, atau mutu barang dan/atau jasa serta pengawasannya, terkandung pengertian adanya persyaratan yang harus diikuti oleh pihak yang ikut menggunakan merek kolektif yang bersangkutan;
- b. pengawasan atas penggunaan merek kolektif; dan
- c. sanksi atas pelanggaran ketentuan penggunaan merek kolektif.

Merek memiliki fungsi sebagai berikut:<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Jakarta, 2017, hlm. 54.

<sup>5</sup> Endang Purwaningsih, Muslih, Nurul Fajri Chikmawati, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Investasi*, Setara Press, Malang, 2019, hlm 14.

- a) Fungsi pembeda, yaitu membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lain.
- b) Fungsi promosi, yaitu merek dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang diperdagangkan, sekaligus untuk menguasai pasar.
- c) Fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri, yaitu merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme pasar bebas.

Jangka waktu Perlindungan dan perpanjangan merek terdaftar diatur dalam Pasal 35 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis :

- (1) Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan.
- (2) Jangka waktu perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.
- (3) Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diajukan secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya.
- (4) Permohonan perpanjangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) masih dapat diajukan dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar tersebut dengan dikenai biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.

**b. Pelaksanaan Perlindungan Hukum terhadap Pemalsuan Merek bagi Pelaku Usaha Kecil**

Sektor usaha kecil di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung masih sangat identik dengan berbagai bisnis tradisional dengan bantuan para pekerja sebanyak 5-10 orang yang memproduksi sendiri dan memasarkan hasil produknya secara langsung melalui perantara pedagang-pedagang makanan keliling, belum berbadan hukum ataupun memiliki payung hukum. Artinya, baik dalam bentuk usahanya maupun bentuk badan hukumnya, mayoritas para pelaku usaha kecil di Kecamatan Ujungberung tidak fokus kepada perlindungan hukum melainkan kepada suatu keuntungan dan pola bisnis yang sederhana tanpa ada perencanaan pengembangan di masa mendatang.

Sektor bisnis tidak pernah dapat luput dari Kekayaan Intelektual. Setiap usaha yang dilakukan pasti memiliki kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya. Sama halnya dengan usaha kecil, meskipun skala bisnis yang dijalankan di dalam usaha kecil bukan merupakan suatu skala yang besar tetapi pada seyogyanya seluruh usaha kecil memiliki suatu merek, baik merek yang dipergunakan di dalam perdagangan atau bisa disebut sebagai merek dagang ataupun merek yang dipergunakan di dalam suatu produk jasa. Karena merek adalah identitas dari produk yang diperdagangkan. Sebagai identitas merek merupakan suatu tanda pembeda antara produk barang atau jasa yang sejenis yang

diperdagangkan oleh para pelaku usaha. Dengan adanya suatu merek, maka konsumen juga dapat menentukan suatu pilihan tanpa keraguan.

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*. Artinya, merek hanya mendapatkan perlindungan apabila merek tersebut didaftarkan melalui kementerian Hukum dan HAM dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila usaha kecil memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha kecil tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya.

Usaha Kecil sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukan merupakan hal yang penting. Padahal, usaha kecil memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang, berinovasi dan berkreativitas atas produknya. Namun, sayangnya kesadaran pelaku usaha kecil akan pentingnya pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual untuk mendukung kegiatan usahanya masih rendah.

Dewasa ini tidak jarang terjadi berbagai pemalsuan merek dagang terhadap pelaku usaha kecil 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 pelaku usaha kecil yang memproduksi barang yang asli.

Merek menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) serta reputasi suatu barang/jasa hasil usaha sewaktu diperdagangkan. Jaminan kualitas suatu barang atau jasa sangat berguna bagi produsen dalam persaingan usaha dan sekaligus memberikan perlindungan jaminan produknya kepada konsumen.

Untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek tersebut, maka merek harus didaftarkan terlebih dahulu. Pendaftaran merek berfungsi sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan, sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenisnya, dan juga berfungsi sebagai dasar untuk mencegah orang lain memalsukan merek atau memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran barang atau jasa sejenisnya.

Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak banyak mengatur tentang merek usaha kecil. Pengaturan terkait dengan merek usaha kecil tertuang di dalam konsideran huruf a yang berbunyi “bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dan industri dalam negeri”. Berdasarkan konsideran tersebut, dapat diketahui bahwa fokus dari Undng-Undang Merek tahun 2016 adalah memberikan kepastian hukum dan perlindungan terutama kepada konsumen dan pelaku usaha dalam negeri, dan menjaga suatu persaingan usaha yang sehat. Hanya saja, persaingan usaha yang sehat hanya bisa dapat terjadi apabila para industri besar tidak memanfaatkan posisi dominannya untuk menekan industri kecil melainkan

mereka harus bisa bersinergi dalam menjalankan suatu roda perekonomian secara bersama-sama tanpa melakukan monopoli.

Keberadaan Undang-Undang Merek tahun 2016 diharapkan dapat menjadi salah satu cara pemerintah dalam melindungi usaha kecil melalui perlindungan berupa hak merek. Dengan adanya pengakuan merek yang diberikan kepada pelaku usaha kecil maka industri besar ataupun para pelaku usaha yang memiliki itikad tidak baik, tidak serta merta dapat mengambil kekayaan intelektual milik pelaku usaha kecil karena kepemilikan merek yang terdaftar diakui dan dilindungi oleh pemerintah.

Pendaftaran merek berfungsi sebagai:

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.

Apabila ada pemalsuan merek pengadilan hanya akan mengacu kepada sertifikat merek sebagai bukti kepemilikan hak atas merek, kecuali jika terjadi pembatalan hak atas merek berdasarkan gugatan yang dilakukan oleh salah satu pihak di pengadilan Niaga. Sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek usaha kecil pemerintah melalui Dirjen Kekayaan Intelektual pada Kementerian Hukum dan HAM telah melakukan berbagai upaya, diantaranya:

Pertama, melakukan diseminasi terkait hak kekayaan intelektual, khususnya mengenai perlindungan merek baik untuk kalangan umum, profesional, universitas, termasuk UMKM. Dirjen KI juga melakukan koordinasi dan kerjasama dengan Kantor Wilayah Kemenkumham, Sentra Kekayaan Intelektual dan Dinas terkait untuk melakukan kegiatan sosialisasi dan diseminasi di wilayah. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha kecil untuk mendaftarkan mereknya.

Kedua, memberikan fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh kementerian dan lembaga terkait, seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenKopUKM) dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota/Provinsi. Adapun ruang lingkup pemberian insentif merek mencakup pengajuan permohonan pendaftaran merek untuk maksimal 3 (tiga) macam barang atau jasa dalam 1 (satu) kelas setiap permohonannya. Pemberian insentif ditujukan bagi Usaha Mikro dan Usaha Kecil. Upaya ini dilakukan untuk menghilangkan anggapan bahwa pendaftaran merek memerlukan biaya yang mahal.

Ketiga, memberikan perlakuan khusus bagi industri UMKM dalam mendukung industri UMKM untuk mendaftarkan merek yaitu dengan membedakan harga registrasi yang lebih murah dibandingkan dengan pelaku usaha umum. Untuk UMKM yang mendaftarkan merek secara elektronik (online) tarif biaya pendaftaran adalah Rp.500.000,- sedangkan untuk non UMKM adalah sebesar Rp.1.800.000,- dan bagi UMKM yang mendaftarkan merek secara non elektronik biaya pendaftaran sebesar Rp. 600.000,- dan untuk non UMKM biaya

pendaftaram secara non elektronik adalah Rp.2.000.000,-. Tidak hanya terhadap permohonan pendaftaran merek saja, tetapi juga terhadap biaya perpanjangan perlindungan merek atau merek kolektif terdaftar perbedaan antara merek UMKM dan merek non UMKM Untuk UMKM pendaftaran perpanjangan merek secara elektronik (online) Rp.1.000.000,- dan non UMKM pendaftaran perpanjangan merek secara elektronik (online) Rp.2.250.000,- Untuk UMKM pendaftaran perpanjangan merek secara non elektronik (manual) Rp.1.200.000,- dan Untuk non UMKM pendaftaran perpanjangan merek secara non elektronik (manual) Rp.2.500.000,-

Keempat, memberlakukan pendaftaran merek kolektif industri UMKM. Pelaku UMKM seringkali memperjual belikan suatu barang atau jasa dengan suatu ciri khas yang sama oleh beberapa pelaku UMKM lainnya. Sehingga, pemerintah melalui UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memfasilitasi perlindungan Merek secara kolektif. Tujuan penggunaan merek kolektif adalah untuk menyederhanakan penyelesaian permintaan pendaftaran. Misalnya, jika sepuluh pengusaha masing-masing memproduksi jenis barang atau jasa, maka mereka harus mengajukan permintaan pendaftaran untuk melindungi setiap barang atau jasa yang dimaksud. Padahal masing-masing barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan tersebut mempunyai karakteristik yang sama, maka dalam hal tersebut dimungkinkan untuk menggunakan satu merek saja. Terhadap semua jenis barang atau jasa, cukup diajukan satu permintaan pendaftaran merek untuk mereka gunakan secara kolektif. Dengan demikian, para pengusaha khususnya pelaku usaha kecil dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga untuk memproses permintaan pendaftaran merek.

**c. Kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam memperoleh perlindungan hukum atas merek.**

Hukum dibuat dengan tujuan untuk memberikan kemanfaatan, keadilan, dan kepastian. Apabila masyarakat paham dan mengetahui tentang hukum selanjutnya mentaati hukum maka hukum akan dirasakan bermanfaat untuk melindungi masyarakat.

Pengetahuan hukum adalah segala konsep hukum yang diketahui baik itu tentang larangan, aturan, norma, patokan, atau kaidah termasuk juga asas-asas hukum. Seseorang mengetahui bahwa suatu perbuatan telah diatur oleh hukum dalam peraturan hukum baik tertulis maupun tidak tertulis, perbuatan mana menyangkut perbuatan yang dilarang oleh hukum maupun perbuatan yang diperbolehkan oleh hukum. Sehingga dapat dijelaskan bahwa pengetahuan hukum masyarakat merupakan kemampuan masyarakat untuk menguasai, memahami, mengerti, dan mentaati ketentuan yang berlaku. Dengan demikian pengetahuan hukum masyarakat tentang berbagai macam ketentuan hukum yang ada dan berlaku di suatu masyarakat merupakan hal penting dalam kaitannya dengan ketiaatan terhadap ketentuan aturan hukum tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha kecil di Kecamatan Ujungberung Bandung, mereka mengatakan bahwa telah mengetahui bahwa pendaftaran merek diatur di dalam sistem perundang-undangan namun mereka tidak mengetahui secara jelas nomor undang-undangnya yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hampir

semua responden mengataui pengertian tentang merek hanya sebatas pengertian secara umum yaitu bahwa merek hanya sebagai identitas dari produk yang dijualnya, para responden tidak mendefinisikan merek sesuai dengan pengertian berdasarkan undang-undang (Pasal 1 Angka 1). Permasalahan tersebut berpengaruh terhadap sikap hukum dan pola perilaku hukum para pelaku usaha kecil di Kecamatan Ujungberung Bandung, sehingga menjadi kendala bagi mereka untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek.

Kesadaran hukum para pelaku usaha kecil masih kurang untuk mendaftarkan merek dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan hukum tentang peraturan hukum terhadap merek. Para pelaku usaha kecil masih banyak yang belum menyadari bahwa sebenarnya mereka memiliki aset secara intelektual dan bisa disahkan secara legal sehingga memiliki kekuatan hukum. Akibat dari kurangnya kesadaran hukum pelaku usaha kecil menjadi faktor utama para pelaku usaha kecil tidak memiliki keinginan untuk mendaftarkan merek produknya agar mendapatkan perlindungan hukum karena pelaku usaha berpikiran bahwa tanpa mendaftarkan merek pemasaran produknya tetap dapat meluas. Hal ini berpengaruh terhadap sikap hukum yang mana mereka tidak memiliki orientasi ke depan terhadap merek, para pelaku usaha beranggapan mendaftarkan merek dari hasil produk mereka tidak terlalu penting dan tidak perlu didaftarkan. Hal yang terpenting bagi para pelaku usaha hanya produk yang dihasilkannya tetap laku terjual dan mendapat keuntungan sekalipun produknya tidak memiliki merek. Selain itu alasan para pelaku usaha tidak mendaftarkan merek pada produk yang dihasilkan karena beranggapan bahwa biaya untuk mendaftarkan merek lebih baik untuk mengembangkan usahanya supaya dapat lebih maju, menghasilkan produk yang maksimal dan mampu memenuhi permintaan pasar yang sangat banyak.

Faktor lain yang menjadi kendala para pelaku usaha kecil belum mendaftarkan mereknya dikarenakan kurangnya informasi tentang tata cara pendaftaran merek. Pelaku usaha kecil di wilayah Kecamatan Ujungberung masih belum sepenuhnya memiliki kesadaran untuk mencari informasi tentang pendaftaran merek secara lengkap dan belum dapat memahami tata cara pendaftaran merek. Meskipun pemerintah telah memberikan kemudahan dengan kebijakan pendaftaran merek secara online, namun tidak seluruh pelaku usaha kecil mengetahui dan paham bagaimana cara pendaftaran secara online.

Keterbatasan dana juga disampaikan oleh para responden sebagai kendala yang sering terjadi dalam proses pengajuan pendaftaran merek. Pelaku usaha kecil lebih memilih untuk menggunakan dana yang ada sebagai modal untuk mengembangkan usahanya daripada untuk mendaftarkan mereknya.

## PENUTUP

- a. Kepemilikan sertifikat atas merek merupakan suatu akta otentik yang dapat digunakan sebagai bukti kepemilikan hak atas merek dan dapat dijadikan sebagai alat bukti di Pengadilan, kecuali jika terjadi pembatalan hak atas merek berdasarkan gugatan yang dilakukan oleh salah satu pihak di pengadilan Niaga. Sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek usaha kecil pemerintah melalui Dirjen kekayaan Intelektual pada Kementerian Hukum dan HAM telah melakukan berbagai upaya, diantaranya melakukan

diseminasi terkait hak kekayaan intelektual kepada berbagai kalangan, memberikan fasilitas pembiayaan yang disediakan oleh kementerian dan lembaga terkait, memberikan perlakuan khusus bagi industri UMKM dalam mendukung industri UMKM untuk mendaftarkan merek yaitu dengan membedakan harga registrasi yang lebih murah dibandingkan dengan pelaku usaha umum, dan memberlakukan pendaftaran merek kolektif industri UMKM.

- b. Kendala yang dihadapi pelaku usaha kecil dalam memperoleh perlindungan hukum atas merek adalah kesadaran pelaku usaha kecil yang masih kurang untuk mendaftarkan merek, para pelaku usaha kecil masih banyak yang belum menyadari bahwa sebenarnya mereka memiliki aset secara intelektual dan bisa disahkan secara legal sehingga memiliki kekuatan hukum. Tidak ada orientasi ke depan terhadap merek. Hal yang terpenting bagi para pelaku usaha hanya produk yang dihasilkannya tetap laku terjual dan mendapat keuntungan sekalipun produknya tidak memiliki merek. Kurangnya informasi tentang tata cara pendaftaran merek, tidak seluruh pelaku usaha kecil mengetahui dan paham bagaimana cara pendaftaran secara online. Dan kendala yang diakibatkan karena keterbatasan dana. Pelaku usaha kecil lebih memilih untuk menggunakan dana yang ada sebagai modal untuk mengembangkan usahanya daripada untuk mendaftarkan mereknya.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU

- Endang Purwaningsih, Muslih, Nurul Fajri Chikmawati, *Hak Kekayaan Intelektual Dan Investasi*, Setara Press, Malang, 2019.
- Hery Firmansyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek: Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Medpress Digital, Yogyakarta, 2013.
- Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Jakarta, 2017.
- Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2011.
- Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, C.V., Alfabeta, Bandung, 2013.
- Sunaryati Hartono, *Penelitian Hukum di Indonesia pada Akhir Abad ke-20*, Alumni, Bandung, 2006.
- Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2007.