

Vol. 9, No. 3
September 2023

Article History

Received: 25/05/2023

Revised: 22/06/2023

Accepted: 28/06/2023

Citation Suggestion:

Pertiwi, Dian Eka. Tarina,

Dwi Desi Yai.

Kedudukan Sertifikat

Merek Bagi Perlindungan

Badan Usaha Mikro Kecil

dan Menengah. JUSTISI.

Vol 9, No 3. Hlm : 266-

278

Kedudukan Sertifikat Merek Bagi Perlindungan Badan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Dian Eka Pertiwi¹, Dwi Desi Yai Tarina²

¹Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Email :
2010611006@mahasiswa.upnvj.ac.id

²Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Email:
dwidesyayitarina@upnvj.ac.id

*surel korespondensi (*email correspondence*):

2010611006@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstract: *Trademark registration which is one of the characteristics of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is often ignored by business actors. The increase in trademark registration is still not proportional to the number of existing msms. The purpose of this research is to find out the status of a trademark certificate for the protection of Micro, Small and Medium Enterprises entities so that it supports the need for every Micro, Small and Medium Enterprises actor to immediately register their trademark in order to obtain protection under the applicable law. This research uses a normative juridical research type by examining using secondary data which is supported by the results of interviews and statutory approaches. The position of the brand certificate is important to provide legal protection for the registered trademarks of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors. The government is making various efforts to continue to encourage msms in terms of registering their trademarks such as holding a free trademark registration program to provide lower registration fees for msms.*

Keywords: *Trademark registration; legal protection; trademark certificates; Micro Small and Medium Enterprises (MSME).*

Abstrak: Pendaftaran merek dagang yang menjadi salah satu ciri khas UMKM seringkali diabaikan oleh para pelaku usahanya. Terjadinya peningkatan pendaftaran merek dagang masih tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang ada. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kedudukan sertifikat merek bagi perlindungan badan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sehingga mendukung perlunya bagi setiap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah segera mendaftarkan merek dagangnya agar memperoleh perlindungan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normatif dengan meneliti menggunakan data sekunder yang didukung dengan hasil

wawancara serta pendekatan perundang-undangan. Kedudukan sertifikat merek penting adanya untuk memberikan perlindungan hukum atas merek dagang pelaku UMKM yang sudah terdaftar. Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk terus mendorong pelaku UMKM dalam hal mendaftarkan merek dagangnya seperti mengadakan program pendaftaran merek secara gratis hingga memberikan biaya pendaftaran yang lebih murah bagi UMKM.

Kata Kunci : Pendaftaran Merek; Perlindungan Hukum; Sertifikat Merek; Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

PENDAHULUAN

Fondasi perekonomian yang penting di Indonesia yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berdasarkan statistik Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, terdapat 64,2 juta pelaku UMKM di Indonesia. Pelaku UMKM memberikan sokongan atas *Gross Domestic Product* sejumlah 61,07% atau 8.573,89 triliun rupiah. Dedikasi UMKM akan ekonomi Nasional berupa; kapasitas penyerapan 97% dari total tenaga kerja tersedia dan dari total investasi mampu menampung hingga 60,4%.¹ Selanjutnya data dari *Asean Investment Report* yang rilis pada bulan September 2022 lalu, jumlah UMKM di Indonesia meningkat hingga mencapai 65,46 juta.²

Berdasarkan data tersebut, paling tidak bisa membuktikan bahwa perkembangan perdagangan khususnya pendirian UMKM di Indonesia semakin kondusif dengan dukungan berbagai kemudahan dari pemerintah termasuk aspek regulasi. UMKM semakin melebarkan sayapnya hingga memiliki peran tersendiri untuk memperkuat perekonomian negara termasuk dalam menyerap tenaga kerja. Hal ini tentu membawa dampak positif dengan keberadaan UMKM.³ Penegasan bahwa UMKM adalah mesin (*critical engine*) bagi pembangunan perekonomian Indonesia dilontarkan oleh M. Rudy Salahuddin dalam kapasitasnya sebagai Deputy Bidang Koordinasi Ekonomi Digital, Ketenagakerjaan. Terlihat pada saat pandemi Covid-19 berlangsung UMKM sebagai tonggak penyelamat perekonomian Indonesia.⁴

Ketika pandemi Covid-19 mampu menghancurkan berbagai *line* bisnis global, namun UMKM masih mampu bertahan dan relatif lebih stabil dari ancaman resesi ekonomi global. Oleh karena itu, menjadi penting memberikan perhatian serius untuk memperkuat sektor usaha ini, selain dari aspek permodalan juga dari aspek Hak Kekayaan Intelektual khususnya

¹Limanseto, H. (2021, Mei 5). UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/2969/Umkm-Menjadi-Pilar-Penting-Dalam-Perekonomian-Indonesia>

² Ahdiat, A. (2022, Oktober 11). Indonesia Punya UMKM Terbanyak Di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?. Diakses dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/10/11/Indonesia-Punya-Umkm-Terbanyak-Di-Asean-Bagaimana-Daya-Saingnya>

³ Sarfiah. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2). 137-146. <http://Dx.Doi.Org/10.31002/Rep.V4i2.1952>.

⁴ Limanseto, H. (2022, Oktober 1). Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Diakses dari <https://www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/4593/Perkembangan-Umkm-Sebagai-Critical-Engine-Perekonomian-Nasional-Terus-Mendapatkan-Dukungan-Pemerintah>

perlindungan merek dagang. Karena Merek Dagang mampu meningkatkan nilai jual atas produk yang telah dihasilkan dan bisa menjadi tanda pengenal atas produk barang dan jasa yang menjadi produk unggulan UMKM khususnya ketika ingin bersaing di pasar global.

Setiap UMKM terdapat identitas tertentu terutama dari aspek penggunaan atau pencantuman merek dagangnya. Landasan hukum mengenai merek dagang yaitu Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan pasal tercantum, menunjukkan kedudukan merek dagang sangatlah penting menjamin perlindungan ekspansi perdagangan skala nasional hingga perdagangan internasional. Sehingga peranan mereka sebagai identitas pengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM penting memperoleh perlindungan hukum.

Menurut Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, Pemilik merek terdaftar diberikan hak eksklusif berupa hak atas merek. Namun pada praktiknya, merek yang menjadi salah satu ciri khas UMKM ini seringkali diabaikan oleh para pelaku usahanya, terutama dari aspek perlindungan hak atas merek dagangnya, salah satunya melalui permohonan pendaftaran merek. Situasi tersebut dimantapkan dengan pernyataan Yasonna H. Laoly selaku Menteri Hukum dan HAM. Ia mengklaim UMKM di Indonesia sebanyak 64,1 juta, namun hanya sekitar 10.632 saja yang baru melakukan pengurusan terhadap merek dagangnya.⁵

Peningkatan pendaftaran merek dagang UMKM terjadi di tahun 2022. Bersumber dari Arif Rahman Hakim (Sekretaris Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah), pendaftaran merek UMKM mencapai sekitar 38.395 dari 64,2 juta UMKM. Namun, peningkatan tersebut masih tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang ada sehingga, perlu adanya dorongan bagi UMKM untuk mendaftarkan kekayaan intelektualnya.⁶ Minimnya kesadaran para pelaku badan usaha mikro kecil dan menengah berakibat kurangnya nilai tambah dari produk yang dijual termasuk perlindungan bagi produknya.

Dalam jurnal "Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM", penulis menjelaskan mengenai pemerintah yang memberikan kemudahan kepada UMKM dalam pendaftaran merek dagang seperti dibebankan biaya yang lebih murah, melakukan kerjasama Dirjen Kekayaan Intelektual Kementerian Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pemberian intensif pembiayaan pendaftaran merek UMKM, dan pendaftaran merek UMKM secara kolektif.⁷ Namun, penulis dalam jurnal tersebut tidak membahas lebih lanjut mengenai pendaftaran merek serta

⁵ Catriona, E. (2020, Juli 17). Dari 64,1 Juta UMKM, Baru 10.632 Yang Mengurus Merek Dagang. Diakses dari <https://Money.Kompas.Com/Read/2020/07/17/161100826/Dari-64-1-Juta-Umkm-Baru-10.632-Yang-Mengurus-Merek-Dagang>

⁶ Herman. (2022, Maret 4). Kemenkop UKM Catat Pendaftaran Merek Oleh UMKM Baru 38.395. Diakses dari <https://www.Beritasatu.Com/Ekonomi/898329/Kemenkop-Ukm-Catat-Pendaftaran-Merek-Oleh-Umkm-Baru-38395>

⁷ Jaya, B. P. M., Fasyehudin, M., & Naddifah, W. (2022). Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM. *JURNAL ILMIAH ADVOKASI*, 10(2), 98-105. DOI: <https://doi.org/10.36987/jiad.v10i2.2333>

pentingnya sertifikat merek sebagai bukti tercatatnya merek secara resmi yang dapat melindungi merek dagang UMKM.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka untuk lebih memfokuskan kajian dalam tulisan ini, penulis akan mengerucutkan fokus pembahasan mengenai pentingnya pendaftaran merek bagi perlindungan merek dagang UMKM dengan poin permasalahan terkait kedudukan sertifikat merek bagi perlindungan merek dagang badan usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Merek; dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan perlindungan merek dagang UMKM melalui pendaftaran merek. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kedudukan sertifikat merek bagi perlindungan badan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sehingga mendukung perlunya setiap pelaku UMKM segera mendaftarkan merek dagangnya agar memperoleh perlindungan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku. Selain itu, juga dapat memberikan masukan kepada instansi berwenang agar melaksanakan berbagai upaya, salah satunya memberikan diseminasi bagi masyarakat pelaku UMKM untuk memiliki kesadaran bagi perlindungan merek dagangnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum serta didukung dengan data yang didapatkan melalui rangkaian wawancara dengan narasumber yang nantinya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyimpulkan data hasil penelitian.⁸ Penelitian ini mempergunakan jenis penelitian yuridis normatif atau *doctrinal research*. Soerjono Soekanto mengungkapkan bahwa, bahan pustaka diteliti dalam penelitian hukum normatif. Metode penelitian ini tak hanya mengkaji peraturan perundang-undangan saja, melainkan juga mengkaji segala hal yang dapat dijelajah melalui bahan kepustakaan.⁹ Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder sebagai data utama yang terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier serta didukung dengan data primer berupa hasil wawancara bersama pemilik merek dagang UMKM terdaftar. Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yang akan mengkaji Undang-Undang lalu dikaitkan dengan poin permasalahan.¹⁰

PEMBAHASAN

A. Kedudukan Sertifikat Merek Bagi Perlindungan Merek Dagang Badan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Merek

Perlindungan atas merek tercatat di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Mengacu pada peraturan tersebut, merek

⁸ Rijali, A. (2018). Analisis Data Kuantitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33). 81-95. DOI: <http://Dx.Doi.Org/10.18592/Alhadharah.V17i33.2374>

⁹ Nurul Qamar, et.al. (2011). *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*. Makassar: CV. Social Politic Genius, p 49.

¹⁰ Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. NTB: Mataram University Press, p. 56-57.

yang dilindungi merupakan merek yang telah terdaftar dan diperkuat oleh Pasal 3 Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 setelah terdaftar maka hak atas merek akan dimiliki. Perihal pendaftaran merek, Indonesia memberlakukan prinsip *first to file* berarti siapapun yang mencatatkan mereknya pertama kali akan lebih dulu memperoleh perlindungan hukum. Prinsip pendaftaran merek *first to file* akan memberikan perlindungan kepada pendaftar yang memiliki itikad baik.¹¹

Diberlakukannya *first to file principal* (prinsip yang pertama mendaftarkan) dalam pendaftaran merek tentunya mengharuskan pelaku badan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengedepankan kreatifitas pembuatan suatu merek dagang. Meskipun pelaku UMKM memiliki merek dagang yang sudah populer, namun hal itu tidak menjamin bahwa merek tersebut akan langsung mendapatkan perlindungan, karena hanya merek yang sudah terdaftar saja yang mendapatkan perlindungan hukum.¹²

Merek dagang milik UMKM yang akan didaftarkan memiliki kriteria-kriteria tertentu berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 di Indonesia. Suatu merek bisa saja tidak dapat didaftarkan atau ditolak oleh pihak yang berwenang. Kriteria merek yang berpotensi gagal dijelaskan dalam Pasal 20 Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 contohnya seperti bertentangan dengan Pancasila, Undang-Undang, moral, agama, kesusilaan hingga ketertiban umum. Mengenai merek ditolak tertuang dalam Pasal 21 Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 seperti halnya menyerupai nama orang terkenal, menirukan lambang suatu negara, hingga menyerupai stempel yang digunakan suatu negara.

Untuk membuat merek daftar berhasil tercatat maka UMKM perlu mengacu dan memperhatikan ketentuan terkait. Teori ekuitas merek milik Kotler dan Keller menjelaskan bahwa merek merupakan aset yang dapat menambah nilai suatu produk dan jasa.¹³ Sehingga, jika teori tersebut dikaitkan dengan merek dagang UMKM yang akan didaftarkan, maka merek dagang tersebut dipastikan harus memiliki pembeda dengan produk atau jasa yang lain atau dalam arti lain harus unik, menarik, dan mudah diingat konsumen agar menjadi nilai tambah bagi UMKM.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM ialah tempat pengajuan pendaftaran merek dagang Badan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pendaftaran merek dilakukan guna mendapatkan sertifikat merek yang dikeluarkan resmi oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pendaftaran merek juga harus dilakukan atas dasar itikad baik tanpa ada niatan untuk meniru merek dagang

¹¹ Lobo, L. P., & Wauran, I. (2021). Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 50(1), 70-83. DOI: <https://doi.org/10.14710/Mmh.50.1.2021.70-83>

¹² Abdurahman, H. (2020). Asas First To File Principal Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Benua. *Aktualita*, 3(1), 428-443. DOI: <https://doi.org/10.29313/Aktualita.V0i0.6056>

¹³ Wulan, M. N., Rusman, T., Nurmalia, G. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Fashion Merek Executive Di Bandar Lampung. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2). 175-188. DOI: <https://doi.org/10.24042/Revenue.V2i2.10000>

orang lain yang dapat memicu persaingan usaha tidak sehat.¹⁴

Pendaftaran merek dagang semakin dipermudah dengan diberlakukannya pendaftaran secara *online* yang sudah diberlakukan dari tahun 2016 sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016. Melalui *website* Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yaitu merek.dgip.go.id, Badan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat mendaftarkan merek secara *online*. Langkah-langkah selanjutnya yang dapat dilakukan diantaranya sebagai berikut:

- a. Pendaftar dapat melakukan registrasi pada *website* merek.dgip.co.id;
- b. Untuk membuat permohonan baru klik "+" (tambah);
- c. Pendaftar dapat mengisi tipe, jenis, dan pilihan kelas untuk mendapatkan kode tagihan pembayaran yang nantinya dibayarkan pada aplikasi SIMPAKI;
- d. Setelah pembayaran berhasil, pendaftar dapat melanjutkan dengan mengisi formulir dan dokumen-dokumen yang diperlukan;
- e. Jika formulir dan dokumen sudah sesuai, maka pihak DJKI akan memproses pendaftaran merek.¹⁵

Untuk kriteria merek yang didaftarkan, pelaku UMKM dapat mengakses lebih lanjut pada *website* DJKI. Hingga saat ini, *NICE classification* terutama edisi terbaru masih menjadi acuan bagi negara yang menjadi bagian dari *World Intellectual Property Organization* (WIPO) untuk mengklasifikasi merek. Pelaku UMKM harus tepat dalam memberikan kategori merek dagangnya untuk menghindari potensi tertolak atau tidak dapat didaftarkan.¹⁶

Selain mendaftarkan melalui portal DJKI, pelaku UMKM juga dapat mendaftarkan merek dagangnya melalui SMESCO yang berkolaborasi dengan Kementerian Koperasi dan UKM. Hal tersebut telah dilakukan oleh salah satu merek UMKM terdaftar yaitu *Hellyeah*. Menurut *owner* dari *Hellyeah* (wawancara tanggal 12 April 2023), dirinya melakukan pendaftaran melalui SMESCO dan dirasa lebih mudah. Pelaku UMKM dapat langsung melakukan konsultasi dengan *staff* layanan UKM SMESCO lalu dokumen yang diperlukan dapat dikirimkan melalui *email*.¹⁷ Selain cara tersebut, pelaku usaha juga dapat mengakses <https://www.dataukm.smesco.go.id/mnc-form/>.

Setelah melalui proses pendaftaran dan telah disetujui oleh pihak yang berwenang, maka sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 pelaku

¹⁴ Karina, R. M. P., & Njatrijani, R. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Ikea Atas Penghapusan Merek Dagang. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(2), 194-212. DOI: <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i2.194-212>

¹⁵ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Prosedur Pendaftaran Merek Baru. Diakses dari <https://dgip.go.id/Menu-Utama/Merek/Syarat-Prosedur>

¹⁶ Kuasa, D. A., Erni, E., & Disemadi, H. S. (2022). Urgensi Pendaftaran Merek Bagi UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Yustisiabel*, 8(1), 1-23. DOI: <https://doi.org/10.32529/yustisiabel.v6i1.1524>

¹⁷ Putri, V. K. M. (2023, Februari 9). Smesco Indonesia Siap Fasilitasi Pendaftaran HAKI Merek Dagang UMKM. Diakses dari <https://umkm.kompas.com/read/2023/02/09/120000783/smesco-indonesia-siap-fasilitasi-pendaftaran-haki-merek-dagang-umkm?page=all>

UMKM telah memegang hak atas merek. Dijelaskan pada TRIPS *Agreement* pada *article* 16 tentang hak yang diberikan (*Rights Conferred*) menyatakan bahwa pemilik merek dagang terdaftar mendapat hak eksklusif dan berhak tidak memberikan izin pihak lain mempergunakan merek yang menyerupai miliknya.¹⁸ Setelah melalui serangkaian proses pendaftaran, maka merek UMKM yang terdaftar akan diterbitkan sertifikat merek.

Hak atas merek dan sertifikat merek jika dikaitkan dengan *Reward Theory* milik Robert M. Sherwood merupakan sebuah pengakuan bagi pendaftar bahwasannya karya intelektual berupa merek dagang telah ditemukan. Oleh karena itu, pendaftar berhak menerima imbalan yang sesuai dengan hasil jerih payah penemuannya.¹⁹ Sertifikat merek yang didapatkan oleh pelaku UMKM setelah pendaftaran sejatinya merupakan wujud bukti yang sah bahwa merek yang tertera pada sertifikat tersebut telah digunakan. Selain itu, sertifikat merek juga dapat digunakan sebagai bukti jika sewaktu-waktu pelaku UMKM memiliki sengketa yang berkaitan dengan merek.²⁰

Kedudukan sertifikat merek bagi UMKM dirasa penting karena bukti kepemilikan merek dagang yang terdaftar dan resmi hanya berdasarkan pada sertifikat tersebut. Kembali dikaitkan dengan teori milik Robert M. Sherwood yaitu *Risk Theory*. Robert menyampaikan bahwa kekayaan intelektual memiliki risiko. Risiko yang dimaksud terjadi ketika ada orang lain yang lebih dulu menggunakan kekayaan intelektual tersebut, sehingga perlindungan hukum wajib diberikan kepada kekayaan intelektual.²¹ Maka dalam hal ini UMKM wajib mendapatkan perlindungan hukum setelah mendaftarkan merek dagangnya. Sertifikat merek yang nantinya diterbitkan juga dapat menjadi bukti bahwa merek dagang tersebut telah terlindungi hukum.

Terkait dengan perlindungan hukum, teori milik Satjipto Rahardjo menjelaskan bahwa perlindungan hukum diberikan guna melindungi kepentingan seseorang dengan memberikan hak asasi manusia sebagai kekuasaan yang digunakan atas dasar kepentingan tersebut.²² Dalam hal ini, UMKM yang merek dagangnya terdaftar berhak untuk mengizinkan atau tidak mengizinkan pihak lain menggunakan merek tersebut. Tentunya hal tersebut diperkuat dengan pemberian *exclusive rights* (hak eksklusif) oleh Pasal 1 Ayat (5) Undang-Undang Merek yang hanya bagi pemegang merek terdaftar. Pendaftaran merek hadir untuk memberikan perlindungan hukum. Maka dari itu, kedudukan sertifikat merek untuk melindungi merek dagang UMKM penting adanya

¹⁸ Taubman, A., Wager, H., Watal, J. (2020). *A Handbook On The WTO TRIPS Agreement*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 304

¹⁹ Sakti, M. A., & Roisah, K. (2019). Karakteristik Dan Problematik Perlindungan Motif Lubeng Tenun Troso. *Jurnal Jurisprudence*, 9(2), 203-221. DOI: <https://doi.org/10.23917/Jurisprudence.V9i2.8908>

²⁰ Syarif, E., Shahrullah, R. S., Jaya, F., & Purba, E. B. (2021). Implikasi Penggunaan Merk Kopi Tiam Berdasarkan Hukum Merek Di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 5(1), 35-49. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/MLJ/article/view/1461>

²¹ Sakti, M. A., & Roisah, K. *Op.Cit*

²² Tirtakoesoemah, A. J., & Arafat, M. R. (2020). Penerapan Teori Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Atas Penyiaran. *Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum*, 18(1), 1-14 DOI: <http://dx.doi.org/10.31941/pj.v18i1.1084>

untuk menjadi bukti hak milik atas merek.²³

Perihal bukti hak milik atas merek diperjelas pada Pasal 95 Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 bahwa jika terjadi pelanggaran merek, maka dapat diterbitkan surat permohonan penetapan sementara kepada Pengadilan Niaga sesuai tempat pelanggaran terjadi. Terdapat beberapa kriteria agar surat permohonan penetapan sementara terbit salah satunya yaitu melampirkan bukti kepemilikan merek yang tidak lain merupakan sertifikat merek. Pada pasal tersebut sudah jelas bahwa kedudukan sertifikat merek sangat penting untuk mengembalikan hak-hak pemilik merek terdaftar serta memberikan proteksi atas merek tersebut.

Salah satu pelaku UMKM yang sadar akan pentingnya perlindungan merek dagang dengan adanya sertifikat merek yaitu *Hellyeah*. Marlengen Perwita (wawancara tanggal 12 April 2023) seorang *owner* dari *Hellyeah* yang merupakan merek yang terdaftar resmi dan memiliki sertifikat merek, menyatakan bahwa pendaftaran merek dilakukan atas keinginan untuk mendapatkan perlindungan hukum. Jika terjadi permasalahan, maka merek *Hellyeah* akan terlindungi dan aman. *Owner Hellyeah* sudah mendaftarkan mereknya 3 (tiga) kali melalui SMESCO Indonesia yang merupakan fasilitas pemberian Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) dan menurutnya pendaftaran jauh lebih mudah.

Pendaftaran merek yang dilakukan oleh *owner Hellyeah* melalui fasilitas yang diberikan Kemenkop UKM tidak dipungut biaya, namun saat ini karena telah ada kebijakan baru maka biaya yang dikeluarkan per kelas sejumlah Rp500.000 (lima ratus ribu rupiah). Setelah merek didaftarkan, sesuai dalam Pasal 25 Ayat (1) Undang-Undang Merek maka akan terbit sertifikat merek. Menurut *owner Hellyeah*, untuk saat ini sertifikat bisa dikatakan penting dan tidak penting karena hanya sertifikat legalitas saja dan menurutnya catatan pada *database online* sudah cukup membuktikan bahwa merek sudah terdaftar.

Owner Hellyeah merasa bahwa pelaku UMKM tidak perlu berpikir dua kali untuk mendaftarkan mereknya. Menurutnya, pendaftaran HAKI sangat penting dilakukan seperti halnya menghindari hal-hal yang tidak diinginkan serta menjadi salah satu syarat untuk membuka *official online shop*. Pemerintah juga sudah mempermudah proses pendaftaran merek terutama dari segi biaya serta terdapat lembaga yang juga memberikan fasilitas gratis jadi, pelaku UMKM tidak perlu berpikir dua kali untuk mendaftarkan mereknya.

B. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan perlindungan terhadap merek dagang UMKM melalui pendaftaran merek

Pada bulan september 2022 lalu telah rilis laporan dari *ASEAN Investment Report* yang mengungkapkan bahwa diantara negara *ASEAN*, indonesia memiliki pelaku umkm

²³ Widiatoro, R. F. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum. *Lex Renaissance*, 7(2), 416-426. DOI: <https://Doi.Org/10.20885/JLR.Vol7.Iss2.Art14>

paling banyak. Hal tersebut sebagaimana tergambar dalam grafik dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah Pelaku UMKM di Negara ASEAN

Negara	Indonesia	Thailand	Malaysia	Filipina	Vietnam	Kamboja	Singapura	Laos	Myanmar
Jumlah	65,5 Juta	3,1 Juta	1,2 Juta	996.700	651.100	512.900	279.000	133.700	72.700

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>

Berdasarkan pada grafik tersebut, indonesia telah menyerap 97% tenaga kerja. Data ini menunjukkan indonesia sebagai negara di kawasan ASEAN yang berhasil tercatat sebagai negara dengan jumlah umkm terbesar.²⁴

Banyaknya pelaku umkm di indonesia berdasarkan data yang ada tentunya telah memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian bangsa. Oleh karena itu, dirasa sangat pantas jika pelaku umkm di fasilitasi dengan perlindungan hukum terutama mengenai kekayaan intelektual berupa merek dagang. Sebagaimana teori perlindungan hukum milik satjipto rahardjo yang menyatakan bahwa perlindungan hukum diberikan agar hak asasi manusia dilindungi serta dirasakannya hak-hak yang hukum berikan untuk masyarakat.²⁵

Update data umkm yang mendaftarkan merek dagangnya yaitu sebanyak 38.395 dan belum mencapai setengah keseluruhan umkm yang menyentuh 64,2 juta pelaku usaha. Hal tersebut diakibatkan oleh pengelolaan merek dagang yang kurang baik. Padahal, produk-produk umkm memiliki potensi untuk berkembang di pasar dalam negeri hingga mancanegara. Minimnya modal usaha, hingga rendahnya pengetahuan akan pentingnya merek membuat instansi terkait perlu memberikan fasilitas untuk melindungi merek dagang pelaku umkm.

Perlindungan hukum akan merek harus diberikan mengingat persaingan yang semakin ketat terjadi seperti di pasar internasional yang mulai dilirik oleh pelaku umkm hingga produk luar negeri yang mulai memasuki pasar indonesia.²⁶ perlindungan terhadap merek dagang umkm perlu dilakukan *upgrade* agar produk milik pelaku usaha semakin terlindungi sehingga dapat menembus persaingan pasar yang ketat. Dalam hal ini, jelas melibatkan lembaga yang berwenang dalam mewujudkannya. Adapun pemerintah turut serta mengupayakan terlindunginya merek dagang milik umkm seperti halnya memberikan tarif pendaftaran merek lebih ringan yang diatur dalam peraturan pemerintah nomor 28 tahun 2019 dan dikategorikan sebagai penerimaan negara bukan pajak (PNBP).²⁷

²⁴ Ahdiat, A. *Loc.Cit.*

²⁵ Jonathan, B. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Lagu Daerah Yang Tidak Diketahui Penciptanya. *University Of Bengkulu Law Journal*, 4(2), 171-182. DOI: <https://doi.org/10.33369/Ubelaj.4.2.177-187>

²⁶ Sherly, et.al. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, p. 91

²⁷ Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2019, jika umkm mendaftarkan mereknya secara *online* maka tarif yang dikenakan per kelas sebesar Rp500.000 (lima ratus ribu rupiah), sedangkan biaya sebesar Rp600.000 (enam ratus ribu rupiah) akan dikenakan untuk pendaftaran *offline*. Bagi non umkm, tarif pendaftaran untuk *online* sejumlah Rp1.800.000 (satu juta delapan ratus ribu rupiah) dan *offline* sejumlah Rp2.000.000 (dua juta rupiah) per kelasnya.

Melirik negara lain seperti di rusia, pemerintah pun berupaya untuk memberikan yang terbaik bagi perlindungan kekayaan intelektual (*intellectual property*) milik umkm. Umkm di rusia merasakan mahalnya pendaftaran merek, sehingga pemerintah rusia berencana untuk memberikan potongan harga yang terbaik bagi para umkm.²⁸ perbedaan harga yang diberikan oleh pemerintah dalam hal pendaftaran merek dagang bagi umkm tentunya memiliki tujuan agar minat pelaku usaha semakin besar untuk melindungi merek dagangnya.

Perlindungan merek dagang umkm juga dilakukan oleh instansi terkait dengan menghadirkan fasilitas permohonan merek gratis. Fasilitas tersebut pernah diberikan pada tahun lalu di acara festival bapak bangsa yang tidak hanya memberikan pendaftaran gratis namun layanan konsultasi pun turut diberikan.²⁹ sayangnya, fasilitas pendaftaran merek tersebut hanya diberikan untuk 14 orang pertama yang datang ke *booth* djki. Padahal, menurut hemat penulis jika fasilitas pendaftaran merek secara gratis ini terus diadakan maka pelaku umkm yang tidak memiliki cukup biaya untuk mendaftarkan merek dagangnya dapat menggunakan fasilitas tersebut.

Upaya lain yang dilakukan untuk meningkatkan perlindungan terhadap merek dagang umkm melalui pendaftaran merek yaitu mempercepat proses pendaftaran merek menjadi paling lama 30 hari (tiga puluh hari) yang dipertegas oleh perpu nomor 2 tahun 2022 tentang cipta kerja pasal 108 ayat (2) (sebelumnya undang-undang cipta kerja) dari paling lama 180 hari (seratus delapan puluh hari) lamanya pendaftaran.³⁰ jika terdapat keberatan, maka proses pendaftaran merek diselesaikan paling lama 90 hari (sembilan puluh hari).

Untuk meningkatkan perlindungan terhadap merek dagang umkm tentunya diperlukan adanya kepastian hukum. Menurut hemat penulis, undang-undang merek juga perlu mempertegas terkait perlindungan merek umkm. Hal tersebut dikarekanan

Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(2), 205-221. DOI: <https://doi.org/10.14710/jphi.v2i2.205-221>

²⁸ Asia Pacific Economic Cooperation. (2018, Januari). Best Practices On Brand Development And IP Protection For Micro, Small And Medium Enterprises (Msmes). Diakses dari <https://www.apec.org/docs/default-source/publications/2018/4/best-practices-on-brand-development-and-ip-protection-for-msmes/>

²⁹ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2022, Agustus 14). DJKI Berikan Fasilitas Permohonan Merek Dan Hak Cipta Gratis. Diakses dari <https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel/djki-berikan-fasilitas-permohonan-merek-dan-hak-cipta-gratis?kategori=liputan-humas>

³⁰ Pande, P. P. P. S. (2021). Perlindungan HKI Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Industri Kaki Palsu Pada Puspadi Bali. *Jurnal Analisis Hukum*, 4(2), 203-225. DOI: <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/JAH/article/view/3010>

frasa “usaha mikro kecil dan menengah” hanya ada pada bagian menimbang huruf (a) yang intinya berbunyi untuk melindungi konsumen, umkm, industri dalam negeri, persaingan usaha sehat berkeadilan, merek dan indikasi geografis menjadi sangat penting.

KESIMPULAN

Bukti hak milik atas merek yaitu sertifikat merek memiliki kedudukan penting sebagai proteksi bagi merek dagang UMKM. Sertifikat merek dapat diperoleh dari instansi terkait jika pemilik merek telah melakukan pendaftaran. Pendaftaran merek bisa diajukan secara *offline* maupun *online* melalui *website* milik DJKI atau SMESCO yang bekerjasama dengan Kementerian Koperasi dan UKM. Merek UMKM yang tercatat akan mendapatkan sertifikat merek sebagai bukti kepemilikan merek. Merek UMKM terdaftar juga akan mendapatkan perlindungan hukum jika sewaktu-waktu terjadi sengketa yang menimpa merek tersebut. Perlindungan terhadap merek dagang UMKM melalui pendaftaran merek terus diupayakan yang terbaik. Dedikasi pelaku UMKM yang besar bagi perekonomian di Indonesia sudah sewajarnya diberikan fasilitas untuk melindungi kekayaan intelektual berupa merek. Adapun pemerintah memberikan tarif pendaftaran merek lebih murah bagi UMKM, fasilitas permohonan merek gratis, hingga percepatan proses pendaftaran merek dalam Perpu Cipta Kerja.

ACKNOWLEDGEMENT

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena Rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada orang tua, teman-teman, serta semua pihak yang turut serta berkontribusi dalam penelitian ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas perbuatan terpuji kepada para pihak yang terlibat.

REFERENSI

- Abdurahman, H. (2020). Asas Fisrt To File Principal Dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal Benu. *Aktualita (Jurnal Hukum)*, 3(1), 428–443. DOI: <https://Doi.Org/10.29313/Aktualita.V0i0.6056>
- Ahdiat, A. (2022, Oktober 11). Indonesia Punya UMKM Terbanyak Di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?. Diakses dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/10/11/Indonesia-Punya-Umkm-Terbanyak-Di-Asean-Bagaimana-Daya-Saingnya>
- Asia Pacific Economic Cooperation. (2018, Januari). Best Practices On Brand Development And IP Protection For Micro, Small And Medium Enterprises (Msmes). Diakses dari <https://Www.Apec.Org/Docs/Default-Source/Publications/2018/4/Best-Practices-On-Brand-Development-And-Ip-Protection-For-Msmes/>
- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*,

- 2(2), 205–221. DOI: <https://Doi.Org/10.14710/Jphi.V2i2.205-221>
- Catriana, E. (2020, Juli 17). Dari 64,1 Juta UMKM, Baru 10.632 Yang Mengurus Merek Dagang. Diakses dari <https://Money.Kompas.Com/Read/2020/07/17/161100826/Dari-64-1-Juta-Umkm-Baru-10.632-Yang-Mengurus-Merek-Dagang>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2022, Agustus 14). DJKI Berikan Fasilitas Permohonan Merek Dan Hak Cipta Gratis. Diakses dari <https://Dgip.Go.Id/Artikel/Detail-Artikel/Djki-Berikan-Fasilitas-Permohonan-Merek-Dan-Hak-Cipta-Gratis?Kategori=Liputan-Humas>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Prosedur Pendaftaran Merek Baru. Diakses dari <https://Dgip.Go.Id/Menu-Utama/Merek/Syarat-Prosedur>
- Herman. (2022, Maret 4). Kemenkop UKM Catat Pendaftaran Merek Oleh UMKM Baru 38.395. Diakses dari <https://www.Beritasatu.Com/Ekonomi/898329/Kemenkop-Ukm-Catat-Pendaftaran-Merek-Oleh-Umkm-Baru-38395>
- Jaya, B. P. M., Fasyehhudin, M., & Naddifah, W. (2022). Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM. *JURNAL ILMIAH ADVOKASI*, 10(2), 98-105. DOI: <https://doi.org/10.36987/jiad.v10i2.2333>
- Jonathan, B. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Lagu Daerah Yang Tidak Diketahui Penciptanya. *University Of Bengkulu Law Journal*, 4(2), 171–182. DOI: <https://Doi.Org/10.33369/Ubelaj.4.2.177-187>
- Kuasa, D. A., Erni, E., & Disemadi, H. S. (2022). URGENSI PENDAFTARAN MEREK BAGI UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Jurnal Yustisiabel*, 6(1), 1–23. DOI: <https://Doi.Org/10.32529/Yustisiabel.V6i1.1524>.
- Limanseto, H. (2021, Mei 5). UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/2969/Umkm-Menjadi-Pilar-Penting-Dalam-Perekonomian-Indonesia>
- Limanseto, H. (2022, Oktober 1). Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Diakses dari <https://Www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/4593/Perkembangan-Umkm-Sebagai-Critical-Engine-Perekonomian-Nasional-Terus-Mendapatkan-Dukungan-Pemerintah>
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram University Press.
- Nurul Qamar, *et.al*. (2011). *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*. Makassar: CV. Social Politic Genius.
- Pande, P. P. P. S. (2021). Perlindungan HKI Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Industri Kaki Palsu Pada Puspadi Bali. *Jurnal Analisis Hukum*, 4(2), 203–225. <https://Journal.Undiknas.Ac.Id/Index.Php/JAH/Article/View/3010>
- Putri, V. K. M. (2023, Februari 9). Smesco Indonesia Siap Fasilitas Pendaftaran HAKI Merek Dagang UMKM. Diakses dari <https://Umkm.Kompas.Com/Read/2023/02/09/120000783/Smesco-Indonesia-Siap-Fasilitas-Pendaftaran-Haki-Merek-Dagang-Umkm?Page=All>

- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95. DOI: <https://Doi.Org/10.18592/Alhadharah.V17i33.2374>
- Sakti, M. A., & Roisah, K. (2019). KARAKTERISTIK DAN PROBLEMATIK PERLINDUNGAN MOTIF LUBENG TENUN TROSO. *Jurnal Jurisprudence*, 9(2), 203–221. DOI: <https://Doi.Org/10.23917/Jurisprudence.V9i2.8908>
- Sarfiah, S. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146. DOI: <https://Doi.Org/10.31002/Rep.V4i2.1952>
- Sherly, et.al. (2022). *Manajemen Merek*. CV. Media Sains Indonesia.
- Syarief, E., Shahrullah, R. S., Jaya, F., & Purba, E. B. (2021). Implikasi Penggunaan Merk Kopi Tiam Berdasarkan Hukum Merek Di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 5(1), 35–49. <https://Jurnal.Unismuhpalu.Ac.Id/Index.Php/MLJ/Article/View/1461>
- Taubman, A., Wager, H., & Watal, J. (2020). *A Handbook On The WTO TRIPS Agreement*. Cambridge University Press.
- Tirtakoesoemah, A. J., & Arafat, M. R. (2020). Penerapan Teori Perlindungan Hukum Terhadap Hak Cipta Atas Penjiaran. *Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum*, 18(1), 1-14 DOI: <http://dx.doi.org/10.31941/pj.v18i1.1084>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis
- Widiantoro, R. F. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum. *Jurnal Lex Renaissance*, 7(2), 416–426. DOI: <https://Doi.Org/10.20885/JLR.Vol7.Iss2.Art14>
- Wulan, M. N., Rusman, T., & Nurmalia, G. (2021). PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN FASHION MEREK EXECUTIVE DI BANDAR LAMPUNG. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 175–188. DOI: <https://Doi.Org/10.24042/Revenue.V2i2.10000>