

PENTINGNYA PENDAFTARAN MEREK BAGI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI JAWA TIMUR

Devi Eka Verawati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

devieka0904@gmail.com

Abstract

UMKM are a source of income for the Indonesian people which is sufficient to help increase the economy in Indonesia. The economy in Indonesia, which continues to decline due to the post-covid-19 pandemic, has caused many workers to lose their jobs and increase unemployment. Some people choose to have their own business. Therefore, MSMEs are increasingly in demand by the community, including the millennial generation. Of course, competition in the business sector is getting tougher, this is the reason why trademark registration must be done because it provides legal protection to business owners to avoid fraudulent actions such as brand plagiarism or recognition of business ideas. And the socialization of trademark registration must be carried out thoroughly so that the public understands and is aware of the law regarding how to register their trademarks. The East Java Ministry of Law and Human Rights often conducts legal counseling and socialization of brands and packages to districts and cities in East Java. At this writing, the author would like to convey that it is important to register trademarks for businesses such as Micro, Medium and Lower Enterprises in order to get legal protection.

Keywords: economic activity, brand, UMKM.

Abstrak

UMKM adalah sumber penghasilan bagi masyarakat Indonesia yang cukup membantu peningkatan perekonomian di Indonesia. Perekonomian di Indonesia yang terus mengalami penurunan akibat pasca pandemic covid-19 membuat banyaknya pekerja yang kehilangan pekerjaannya dan meningkatnya angka pengangguran. Sebagian masyarakat memilih untuk memiliki usahanya sendiri. Oleh karena itu UMKM semakin banyak diminati masyarakat tidak terkecuali generasi milenial. Tentunya persaingan di bidang usaha semakin ketat, hal ini sebagai alasan mengapa pendaftaran merek harus dilakukan karena untuk memberikan perlindungan hukum kepada para pemilik usaha agar terhindar dari tindakan curang seperti plagiasi merek atau pengakuan ide usaha. Dan sosialisasi pendaftaran merek harus dilakukan secara menyeluruh agar masyarakat paham dan melek hukum terkait bagaimana cara mendaftarkan merek usahanya. Kementerian Hukum dan HAM Jawa Timur sering melakukan penyuluhan hukum dan sosialisasi merek ke Kabupaten dan Kota yang ada di Jawa Timur. Pada penulisan kali ini penulis ingin menyampaikan bahwa pentingnya melakukan pendaftaran merek terhadap usaha misalnya Usaha Mikro Menengah Ke bawah agar mendapat perlindungan hukum.

Kata Kunci: kegiatan ekonomi, merek, UMKM.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang sedang gencar-gencarnya melakukan pembangunan di segala bidang baik itu di bidang sarana prasarana yang menunjang kebutuhan masyarakat dalam negeri maupun bidang ekonomi [1]. Sektor UMKM merupakan salah satu pilar pada perekonomian Nasional. UMKM sendiri merupakan produktivitas unit usaha *independent*/berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang-perorangan atau Badan usaha di semua sektor ekonomi. Sektor UMKM berbeda dengan sektor informal meski memiliki beberapa kesamaan. Salah satu kesamaan yang jelas nampak adalah, keberadaan dan kelangsungan keduanya dalam sistem ekonomi kontemporer bukanlah gejala negatif, namun justru berperan dalam pemerataan pendapatan dan memberikan sumbangsih terhadap kemajuan perekonomian bangsa.[2] Pertumbuhan UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun semakin bertambah.

Kemajuan telekomunikasi telah mendorong arus globalisasi di bidang industri dan perdagangan. Hal tersebut menjadikan dunia sebagai suatu pasar tunggal bersama dalam era perdagangan bebas dunia, Indonesia sebagai negara berkembang harus mampu

mengambil langkah-langkah yang tepat untuk dapat mengantisipasi segala perubahan dan perkembangan serta kecenderungan global tersebut sehingga tujuan nasional dapat tercapai. Kekayaan Intelektual (KI) sebagai bagian dari sistem hukum sangat erat kaitannya dengan industri, perdagangan dan investasi, singkatnya dunia usaha. Sementara pendapat mengatakan, bahwa hukum itu berkembang dengan mengikuti tahap-tahap perkembangan masyarakat.

Melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pemerintah telah memulai sistem pendaftaran merek yang terintegrasi secara on line dengan beberapa Negara di dunia dengan memberikan kemudahan akses pendaftaran. Pendaftaran merek tersebut wajib dilakukan mengingat system yang dianut adalah system konstitutif (*first to file principle*). Jika tidak dilakukan pendaftaran, maka hak merek tidak dilindungi oleh Negara. Pada sisi lain banyak pengusaha kecil dan menengah (UKM) yang belum mendaftarkan mereknya. Hak merek sebagai salah satu bagian Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memiliki fungsi yang penting dalam dunia perdagangan, ia tidak saja menjadi pembeda antara barang dan atau jasa sejenis, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk memenangkan persaingan dalam merebut pasar konsumen. Di samping itu, suatu merek yang telah menjadi merek terkenal juga berfungsi sebagai goodwill dan asset perusahaan yang tidak ternilai harganya Atas dasar alasan tersebut hak merek perlu dilindungi. Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak kebendaan yang sifatnya monopoli tersebut dapat dipakai oleh orang lain dengan izin dari pemilik merek.[3]

Peran negara adalah menyediakan kerangka regulasi yang efektif beserta mekanisme pengawasan dan penegakan hukum. Pemerintah harus mempertimbangkan kenyataan bahwa dukungan aspek legalitas tersebut sangat dibutuhkan bagi pelaku UMKM dimana pekerja berpendapatan rendah berada di dalamnya.[4]

Pertumbuhan UMKM yang signifikan diharapkan juga dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan keahlian masyarakat. Apabila ini terjadi, maka UMKM telah banyak membantu pemerintah daerah dalam menyelesaikan permasalahan pengangguran, mengurangi angka kemiskinan, memperluas lapangan pekerjaan, dan pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat[5].

Pemerintah memberi perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan UMKM. Tidak saja jumlah UMKM di Indonesia mendominasi, tetapi juga UMKM dapat lebih bertahan dari terpaan krisis global. Berbagai inisiatif selalu diusahakan oleh pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah agar semakin banyak individu mau menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian UMKM. Perhatian pemerintah terhadap UMKM yang sangat besar merupakan langkah strategis yang tepat dibutuhkan bangsa Indonesia. Keseriusan kepedulian pemerintah terhadap UMKM dengan program-program untuk menumbuh kembangkan UMKM di Indonesia. Meskipun dukungan pemerintah Indonesia sangat besar untuk menjadikan UMKM berhasil dan berkembang bukan berarti tanpa kendala.

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memberikan perhatian lebih pada sektor usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja, karena perusahaan besar lebih

menekankan penggunaan teknologi dari pada tenaga kerja manusia. UMKM mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM, disebabkan UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar. UMKM mampu menopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya. UMKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen [6].

Setiap produk UMKM, baik barang maupun jasa memiliki kekayaan materiil dan immateriil. Salah satu kekayaan immateriil tersebut berupa merek. Merek merupakan suatu tanda yang diberikan oleh produsen terhadap barang dan/atau jasa yang dihasilkannya sebagai suatu hal yang dapat membedakan dengan produk sejenis lainnya. Sebagai suatu tanda, merek digunakan agar konsumen dengan mudah mengenali produk, karena tanpa adanya merek akan menyebabkan masyarakat sulit menjelaskan kepada orang lain tentang produk yang akan dikonsumsinya. Alasan inilah yang menjadikan merek sebagai salah satu wujud karya intelektual yang memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang dan/atau jasa. Peranan penting merek dalam kegiatan perdagangan seringkali menimbulkan permasalahan. Permasalahan merek tersebut seperti peniruan, pemalsuan, bahkan penyalahgunaan merek oleh pihak lain yang berujung pada kerugian pada keberlangsungan usaha yang dilakukan pelaku usaha. Alasan inilah yang membuat merek perlu mendapat perlindungan hukum supaya dapat memberikan kepastian hukum bagi masyarakat.

Perlindungan merek saat ini berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disingkat UU Merek dan Indikasi Geografis). Merek merupakan aset ekonomi bagi pemiliknya yang berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis harus didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat DJKI) Kementerian Hukum Dan HAM RI untuk memperoleh sertifikat Hak Merek sehingga terlindungi hukum. Hal ini juga untuk meminimalisir terjadinya penyalahgunaan merek oleh pihak lain yang akan berujung pada kerugian pelaku usaha itu sendiri.[7]

Pelindungan preventif dalam Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Rahasia Dagang serta Undang-Undang Paten merupakan upaya pencegahan agar tidak terjadi pelanggaran hukum terhadap HKI. Dalam hal ini pelindungan preventif yang diberikan pada peraturan perundang-undangan bidang kekayaan intelektual sangat bergantung pada pemilik karya intelektual tersebut. Dalam hal hak kekayaan intelektual, azas yang dianut Indonesia adalah first to file, artinya perlindungan hukum jatuh kepada pihak yang kali pertama mendaftarkan karya intelektualnya sesuai persyaratan perundang-undangan. Dengan demikian, untuk mencegah kemungkinan timbulnya aksi plagiat terhadap hasil karya pencipta, Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual memberikan solusi kepada pencipta untuk mendaftarkan karya intelektualnya.[8]

Para Pelaku UMKM juga harus memperhatikan bagaimana cara bergelut dibidang usaha, ada aturan-aturan yang harus dipelajari salah satunya yakni pendaftaran merek agar ide usahanya mendapatkan perlindungan hukum dan tidak ditiru oleh pihak yang tidak

bertanggung jawab. Peran pemerintah dalam membantu para pelaku UMKM adalah dengan memfasilitasi atau memberikan sosialisasi kepada masyarakatnya, yakni Kementerian Hukum dan HAM Jawa Timur terus memberikan sosialisasi secara berkala agar masyarakat paham terkait pendaftaran Merek.

Salah satu tugas Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Timur melalui Bidang Hukum yaitu melaksanakan pengembangan budaya hukum masyarakat. Pengembangan budaya hukum masyarakat dilaksanakan melalui kegiatan Penyuluhan hukum. Di dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor : M.01-PR.08.10 TAHUN 2006 Tentang Pola Penyuluhan Hukum pasal 1 angka 1 disebutkan Penyuluhan Hukum adalah salah satu kegiatan penyebarluasan informasi dan pemahaman terhadap norma hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku guna mewujudkan dan mengembangkan kesadaran hukum masyarakat sehingga tercipta budaya hukum dalam bentuk tertib dan taat atau patuh terhadap norma hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku demi tegaknya supremasi hukum.

Dalam kegiatan manajemen usaha atau bisnis yang dijalankan perusahaan, tenaga kerja merupakan salah satu faktor penting. Tenaga kerja ikut menentukan tercapainya tujuan dan proses kegiatan usaha untuk mencapai keberhasilan yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan. Tanpa adanya tenaga kerja yang berkualitas proses kerja tidak akan maksimal dan akan mengganggu stabilitas sebuah perusahaan.[9]

UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan masih minimnya pendaftaran Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Data statistik pendaftaran Ditjen KI menunjukkan bahwa selama periode 2016-April 2018 pendaftaran Merek Non UMKM mendominasi sebesar 91,45% sedangkan untuk merek UMKM hanya sebesar 8,55%. Padahal, menurut pandangan World Intellectual Property Rights (WIPO), UMKM memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas produk. Namun, sayangnya kesadaran pengusaha UMKM akan pentingnya pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual untuk mendukung kegiatan usaha mereka masih rendah.[10]

Di sisi lain, identitas atau merek dagang sebagai salah satu wujud karya Intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Hal ini tidak terlepas karena suatu merek digunakan untuk membedakan suatu barang tertentu dari barang lain yang bentuknya sejenis. Berbagai pemalsuan merek dagang untuk suatu barang sejenis dengan kualitasnya lebih rendah daripada barang yang menggunakan merek yang dipalsukan itu. Untuk memperoleh keuntungan secara cepat dan pasti sehingga merugikan pengusaha seperti UMKM yang memproduksi barang asli. Dengan memperhatikan hal tersebut di atas diperlukan suatu perlindungan merek barang-barang yang diproduksi UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dalam hal ini mencoba mengangkat suatu pokok permasalahan sebagai berikut : “Bagaimanakah upaya perlindungan hukum terhadap merek UMKM di Indonesia?

Metode Penelitian

Penulisan ini menggunakan metode normatif, yakni melakukan penelitian secara langsung. Analisis yang dilakukan melalui observasi di tempat magang yakni di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Timur dengan mengamati para pemohon

merek yang hadir dan wawancara dengan pegawai ASN yang bertugas melakukan penyuluhan tentang Merek kepada masyarakat. Wawancara dan observasi dilakukan sebagai dasar dalam melakukan analisis situasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Merek Sebagai Kekayaan Intelektual

Merek merupakan salah satu kekayaan industri. Suatu produk tidak akan dapat terlepas dari suatu merek, karena merek merupakan identitas dari produk tersebut. Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemennya yang baik. Demikian pentingnya peranan merek ini, maka terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai objek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum. Pemegang atau pemilik Hak Merek yaitu orang atau persero, beberapa orang sebagai pemilik bersama dan Badan Hukum yang telah mendapatkan hak atas merek yang disebut dengan merek terdaftar. Terdapat beberapa tanda yang tidak boleh dijadikan merek, yakni sebagai berikut:

- a. Merek yang tidak memiliki daya pembeda, misalnya hanya sepotong garis, garis yang sangat rumit, atau garis yang kusut.
- b. Merek yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum, misalnya gambar porno atau gambar yang menyinggung perasaan keagamaan.
- c. Merek berupa keterangan barang, misalnya merek kacang untuk produk kacang.
- d. Merek yang telah menjadi milik umum, misalnya tanda lalu lintas.
- e. Kata-kata umum, misalnya kata rumah atau kota.

Perlindungan atas Merek atau Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam daftar umum merek. Untuk jangka waktu tertentu ia menggunakan sendiri Merek tersebut ataupun memberi izin kepada seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau Badan Hukum untuk menggunakannya. Perlindungan atas Merek Terdaftar yaitu adanya kepastian hukum atas Merek Terdaftar, baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan sebagai alat bukti bila terjadi sengketa pelanggaran Merek Terdaftar. Merek merupakan suatu tanda pembeda atas barang atau jasa bagi satu perusahaan dengan perusahaan lainnya atau pemilik perorangan satu dan yang lainnya. Sebagai tanda pembeda maka merek dalam satu kualifikasi barang/jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu dan lainnya, baik pada keseluruhan maupun pada pokoknya. Pengertian persamaan pada keseluruhannya yaitu apabila mempunyai persamaan dalam hal asal, sifat, cara pembuatan dan tujuan pemakaiannya. Pengertian persamaan pada pokoknya yaitu apabila memiliki persamaan pada persamaan bentuk, persamaan cara penempatan, persamaan bentuk dan cara penempatan, persamaan bunyi ucapan.

Merek mempunyai peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan penanaman modal. Merek dengan brand imagenya dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas dari suatu produk, sebab merek (branding) menjadi semacam “penjual awal” bagi suatu produk kepada konsumen. Dalam era persaingan sekarang ini memang tidak dapat lagi di batas masuknya produk-produk dari luar negeri ke Indonesia karena fenomena tersebut sebetulnya sudah jauh di prediksi

oleh Kanichi Ohmae yang menyatakan “bahwa pada masa mendatang dunia tidak lagi bisa dibatasi oleh apapun juga” dan prediksi tersebut saat ini sudah nampak kebenarannya. Merek sebagai aset perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan besar bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan manajemen yang baik. Dengan semakin pentingnya peranan merek maka terhadap merek perlu diletakkan perlindungan hukum yakni sebagai objek yang terhadapnya terkait hak-hak perseorangan ataupun badan hukum.[11]

Pentingnya Perlindungan Hukum terhadap Merek UMKM di Indonesia

Perlindungan merek sangat penting sekali, Merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang menunjukkan asal barang dan jasa, sekaligus menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya. Merek selain sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha selaku pemilik merek, juga sebagai alat untuk melindungi masyarakat selaku konsumen dari terjadinya penipuan kualitas barang tertentu. Konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka anggap berkualitas, ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan kualitas rendah.

Merek menggambarkan jaminan kepribadian (individuality) serta reputasi suatu barang dan 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. Dirjen KI mengemukakan bahwa pemakaian Merek berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya, kemudian sebagai alat promosi sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut Mereknya, sebagai jaminan atas mutu barangnya, dan sebagai penunjuk asal barang atau jasa yang dihasilkan. Oleh karena alasan-alasan diatas maka perlindungan hukum atas merek menjadi sangat penting agar tidak digunakan oleh pihak lain secara melawan hukum seperti pemalsuan, peniruan yang dapat menciptakan persaingan dagang tidak sehat dan pada akhirnya akan merugikan pemilik merek. Untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek tersebut, maka dengan demikian maka Merek harus didaftarkan terlebih dahulu. Dirjen KI mengemukakan bahwa 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 memakai Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang atau jasa sejenisnya

Pelaku usaha UMKM berbeda dengan pelaku usaha Non-UMKM yang dapat dilihat dari skala modal, aset serta keuntungan tahunan yang diperoleh. UMKM berada di bawah naungan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. Pengertian dan kriteria UMKM sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha mikro ada usaha produktif yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta

rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berdasarkan pada fungsi dari pendaftaran Merek sebagaimana telah diuraikan khususnya terhadap merek UMKM, dan dikarenakan timbulnya perlindungan merek UMKM dengan cara pendaftaran merek akan lebih memotivasi kerja dan berimplikasi positif dalam meningkatkan daya saing sehingga meningkatkan pendapatan pelaku usaha UMKM. Dengan demikian, maka perlu dilakukan suatu upaya untuk meningkatkan persentase pendaftaran merek industri UMKM.

Menurut Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek Bab II Syarat dan Tata Cara Permohonan Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual, dalam hal permohonan pendaftaran merek Pasal 3 :

- 1) Permohonan diajukan dengan mengisi formulir rangkap 2 (dua) dalam bahasa Indonesia oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri.
- 2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
 - b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
 - c. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
 - d. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas;
 - e. label Merek;

- f. warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna; dan
 - g. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- 3) Dalam mengajukan Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus melampirkan dokumen:
- a. bukti pembayaran biaya permohonan;
 - b. label Merek sebanyak 3 (tiga) lembar, dengan ukuran paling kecil 2 x 2 cm (dua kali dua sentimeter) dan paling besar 9 x 9 cm (sembilan kali sembilan sentimeter);
 - c. surat pernyataan kepemilikan Merek;
 - d. surat kuasa, jika permohonan diajukan melalui Kuasa;
 - e. bukti prioritas, jika menggunakan Hak Prioritas dan terjemahannya dalam bahasa Indonesia.
- 4) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut yang berupa visual dan deskripsi klaim perlindungan.
- 5) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
- 6) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa suara yang tidak dapat ditampilkan dalam bentuk notasi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk sonogram.
- 7) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa hologram, label Merek yang dilampirkan berupa tampilan visual dari berbagai sisi.
- 8) Format formulir Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Direktur Jenderal. Selanjutnya dalam Pasal 6 menyebutkan bahwa permohonan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dapat dilakukan secara:
- a. elektronik; atau
 - b. non-elektronik.

Jadi Prosedur Pendaftaran Merek yang dilakukan pada Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Timur adalah sebagai berikut :

1. Pemohon datang untuk mendaftarkan merek/konsultasi persyaratan;
2. Melengkapi persyaratan yang ditentukan UU untuk pendaftaran merek;
3. Menyetor PNBP ke Bank sebesar Rp. 500.000,-/permohonan untuk UMKM dan Rp. 1.800.000,-/permohonan untuk Umum.

Selanjutnya menurut Kepala Sub Bidang Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Timur sesuai dengan peraturan tentang pendaftaran merek UU Nomor 20 Tahun 2016 dan PP Nomor 67 Tahun 2016 yaitu:

1. Pemohon/kuasanya datang ke Kantor Wilayah dan mengisi formulir pendaftaran merek yang telah disediakan diajukan kepada Menteri Hukum dan HAM ;
2. Pemohon mengisi formulir dalam bahasa Indonesia yang memuat :
 - a) tanggal pengajuan, bulan, dan tahun Permohonan;
 - b) nama lengkap pemohon;
 - c) kewarganegaraan;

- d) alamat pemohon;
- e) nama lengkap surat menyurat;
- f) alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
- g) nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas;
- h) Tipe merek;
- i) label Merek;
- j) warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
- k) kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa; dan
- l) Tanda tangan pemohon

Setelah selesai pengisian formulir petugas meneliti dan bila belum lengkap maka pemohon dipersilahkan untuk melengkapi terlebih dahulu dan seandainya sudah benar, pemohon ditanya apakah pendaftaran secara manual atau melalui on-line, selanjutnya pemohon dianjurkan untuk membayar Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) SIMPAKI melalui Bank dengan memberikan tanda bukti telah membayar PNBP nya.

A. Kendala-kendala yang dihadapi UMKM sebagai pemilik Merek terdaftar dalam memperoleh perlindungan hukum

Pada umumnya masalah-masalah yang sering menjadi kendala dalam perlindungan hukum pemilik merek terdaftar antara lain :

1. Sikap lalai dari masyarakat/UMKM untuk mendaftarkan mereknya;
2. Partisipasi masyarakat/UMKM yang masih perlu ditingkatkan, karena masih enggan mendaftarkan merek usahanya;
3. Kerjasama dengan instansi/badan tertentu, baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung masih perlu ditingkatkan;
4. Belum optimalnya berjalan sistem pembayaran PNBP Kekayaan Intelektual (SIMPAKI) dengan baik;
5. Belum optimalnya penyelesaian sertifikat merek;
6. Kurangnya Sosialisasi tentang Manfaat Pendaftaran Merek.

Selanjutnya dijelaskan bahwa, Perlindungan hanya diberikan kepada merek terdaftar saja, karena menurut UU Nomor 20 Tahun 2016, hak atas merek adalah hak yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Buku Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum atau menggunakannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan perlindungan hukum pemilik merek terdaftar bagi UMKM, diperoleh penjelasan bahwa ada 2 (dua) hambatan atau kendala, yaitu pertama kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal yaitu hambatan yang berasal dari luar instansi Kanwil Kementerian Hukum dan HAM:

- (1) Belum optimalnya berjalan SIMPAKI dengan baik. SIMPAKI adalah Sistem Pembayaran PNBP Kekayaan Intelektual (SIMPAKI) yang memfasilitasi penerbitan kode billing dari SIMPONI (Sistem Informasi PNBP Online) sebagai

sarana pembayaran PNBP suatu bentuk pelayanan kepada masyarakat yang diberikan oleh Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia khususnya Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dengan menggunakan sistem komputerisasi dalam memproses permohonan pendaftaran merek yang dilakukan secara online, namun proses penyelesaian sertifikat mereknya memakan waktu lama;

- (2) Pendaftaran merek sering terkendala oleh jaringan internetnya;
- (3) Waktu penyelesaian sertifikat merek oleh Dirjen KI memakan waktu yang lama; dan
- (4) Kurangnya sosialisasi tentang manfaat pendaftaran merek.

Kesimpulan

Sertifikat merek merupakan alat bukti yang paling kuat dalam bidang kepemilikan hak merek. Sertifikat merek diperoleh melalui pendaftaran merek dengan disertai syarat-syarat yang sesuai dengan Undang-Undang merek. Tanpa adanya sertifikat merek, kepemilikan merek masih belum sah dan kuat.

Perlindungan hukum merek terdaftar bagi UMKM di Jawa Timur adalah hanya diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya, agar merek tersebut tidak ditiru oleh orang lain, dan sebagai alat bukti otentik bila terjadi pelanggaran hak atas merek serta sebagai pengawasan bagi aparat penegak hukum.

Kendala-kendala yang dihadapi UMKM sebagai pemilik merek terdaftar dalam memperoleh perlindungan hukum adalah belum dapat segera UMKM menuntut haknya karena belum memiliki sertifikat merek disebabkan lamanya waktu penyelesaian sertifikat merek oleh Dirjen KI, biaya pendaftaran merek mahal/tinggi, dan jaringan SIMPAKI untuk pendaftaran merek sering terkendala serta kurangnya sosialisasi tentang manfaat pendaftaran merek bagi UMKM.

Daftar Pustaka

- [1] B. Siallagan, V. Ilat, and T. Runtu, 'EVALUASI PENERIMAAN PAJAK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PASCA PENERBITAN PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 23 TAHUN 2018 DI KOTA TOMOHON', *GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI*, vol. 15, no. 3, 2020, doi: 10.32400/gc.15.3.28876.2020.
- [2] R. Budiarto *et al.*, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Ugm Press, 2018.
- [3] A. Sujatmiko and F. Silvia RR, 'PEMBERDAYAAN PENGUSAHA KECIL DAN MENENGAH MELALUI KEPEMILIKAN SERTIFIKAT MEREK', *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, vol. 4, no. 1, 2020, doi: 10.20473/jlm.v4i1.2020.8-12.
- [4] A. Purnawan, A. Khisni, and S. U. Adillah, 'Penyuluhan hukum Pendaftaran Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) di Kota Semarang melalui Sistem Online Single Submission (OSS)', *Indonesian Journal of Community Services*, vol. 2, no. 1, 2020, doi: 10.30659/ijocs.2.1.1-10.

- [5] L. A. Perguna, Imamul Huda Al Siddiq, and Irawan, 'Desa Membangun UMKM: Pendampingan UMKM berbasis Village Driven Development dalam Penguatan Ekonomi Warga Di Desa Gogodeso Kabupaten Blitar', *Engagement : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 2, 2019, doi: 10.29062/engagement.v3i2.62.
- [6] S. N. Sarfiah, H. E. Atmaja, and D. M. Verawati, 'Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa Msmes the Pillar for Economy', *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, vol. 4, no. 2, 2019.
- [7] S. Indrawati and B. Setiawan, 'Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Perlindungan Produk UMKM di Kabupaten Kebumen Melalui Pendaftaran Merek', *Surya Abdimas*, vol. 4, no. 2, 2020, doi: 10.37729/abdimas.v4i2.574.
- [8] W. Suwarni, 'KAJIAN LITERATUR PERLINDUNGAN HUKUM HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM INDUSTRI KREATIF', *MEDIASI*, vol. 2, no. 1, 2021, doi: 10.46961/mediasi.v2i1.257.
- [9] S. Suherman and K. Khairul, 'Seleksi Pegawai Kontrak Menjadi Pegawai Tetap Dengan Metode Profile Matching', *IT JOURNAL RESEARCH AND DEVELOPMENT*, vol. 2, no. 2, 2018, doi: 10.25299/itjrd.2018.vol2(2).1362.
- [10] A. Betlehn and P. O. Samosir, 'UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK INDUSTRI UMKM DI INDONESIA', *Law Justice*, vol. 3, no. 1, 2018, doi: 10.23917/laj.v3i1.6080.
- [11] D. Delfiyanti, K. Khairani, Y. Yasniwati, and W. Fauzi, 'UPAYA PENINGKATAN PENGETAHUAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PENDAFTARAN MEREK DAGANG DI NAGARI SASAK DAN NAGARI KAPA', *BULETIN ILMIAH NAGARI MEMBANGUN*, vol. 3, no. 1, 2020, doi: 10.25077/bina.v3i1.248.