

PERLINDUNGAN HUKUM TERKAIT MEREK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) YANG BELUM DIDAFTARKAN

Hans Mahaputra Yudha Wijaya¹ Dara Puspitasari²

Fakultas Hukum Universitas Gresik

Jl. Arif Rahman Hakim 61111, Gresik, Indonesia

Telp. 081515178997

E-mail : 7hanswijaya@gmail.com¹ Darapuspitasari.dp@gmail.com

Abstrak

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 dengan tidak adanya kebingungan. Penulis mengangkat dua permasalahan, yaitu: 1) Bagaimana akibat hukum apabila merek usaha mikro kecil dan menengah tidak didaftarkan; dan 2) Bagaimana perlindungan hukum terhadap merek usaha mikro, kecil dan menengah yang belum didaftarkan. Penulis menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan tiga metode pendekatan antara lain pendekatan konseptual (*conceptual approach*), pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), dan pendekatan komparatif (*comparative approach*). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa merek yang memperoleh perlindungan adalah merek yang terdaftar di Dirjen Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), Depkumham. Dikarenakan merek yang terdaftar adalah merek yang sah dan diakui oleh Undang-Undang dan mempunyai nomor register, sehingga memperoleh perlindungan dari Negara melalui Kantor Pengadilan. Sedang merek yang belum atau tidak terdaftar tidak memperoleh perlindungan hukum dari Negara. Karena pelanggaran merek adalah delik aduan maka apabila ada pihak yang secara sah memiliki merek mengadukan maka kantor pengadilan akan memprosesnya.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum; Merek; Belum Didaftarkan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan suatu usaha ditentukan berdasarkan kemampuan merencanakan dan melaksanakan sebuah strategi, karena strategi menuntut pemilik usaha untuk berpikir dalam jangka panjang dan memperbaiki semua pelaksanaannya secara lebih sering. Strategi dalam sebuah pelaksanaan usaha dapat meningkatkan kesadaran pengusaha tentang tujuan apa yang akan dicapai dalam sebuah usaha, menjaga ritmenya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif. “Pengembangan dalam sebuah usaha dapat diartikan sebagai upaya guna meningkatkan kemampuan secara konsep, teori, teknis, dan moral setiap individu sesuai kebutuhan pekerjaan serta jabatan melalui pendidikan dan pelatihan yang berkala”.¹

¹Alyas dan Muhammad Rakib, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros*

Pengembangan usaha mikro sebagai dasar

ekonomi kerakyatan merupakan tahap pelaksanaan sebuah strategi yang harus ditindaklanjuti dengan langkah nyata. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah disebutkan dalam Pasal 3 bahwa; usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Sehingga seluruh lapisan masyarakat yang memiliki usaha baik mikro maupun makro, telah membantu berjalannya perekonomian serta merealisasikan kemandirian masyarakat.

Dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 menetapkan bahwa sistem ekonomi yang dianut negara adalah ekonomi kerakyatan atau demokrasi ekonomi yang bertujuan untuk mewujudkan

di Kabupaten Maros), Jurnal Sosiohumaniora 19, No. 2, 2017, h. 115.

kesejahteraan dan keadilan sosial sebagai cita-cita pembangunan ekonomi. Pemikiran mengenai demokrasi ekonomi yang dimasukkan ke dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ciri khas demokrasi ekonomi adalah diwujudkan oleh semua anggota masyarakat, dan harus mengabdikan kepada kesejahteraan seluruh rakyat. “Prinsip-prinsip dasar tersebut tercermin dalam Pasal 2, hal mana disetujui secara umum bahwa negara harus menciptakan peraturan persaingan usaha untuk mencapai tujuan demokrasi ekonomi”.²

Pada dasarnya negara berkepentingan untuk memperhatikan apa yang diperlukan atau dibutuhkan oleh warganya atau pelaku usaha dalam rangka melakukan kegiatan ekonomi secara kompetitif. Negara berperan menciptakan *the right tool*,³ serta melakukan kontrol dan menjalankan fungsinya untuk menginformasikan serta mensosialisasikan kebijakan-kebijakan yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam kaitannya dengan dunia usaha yang kompetitif. Negara mempunyai kepentingan untuk mengatur kehidupan ekonomi yang dilandasi dengan corak perekonomian yang anti monopoli dengan menjunjung tinggi prinsip persaingan usaha secara sehat. Sebagai konsekuensi tentunya negara berkewajiban untuk membuat suatu Komisi Persaingan, di Indonesia dikenal sebagai sebutan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) sebagai wadah untuk menyelesaikan setiap persoalan atau berbagai sengketa yang berhubungan dengan monopoli atau persaingan usaha tidak sehat. Komisi tersebut akan memberi jaminan kepada siapapun yang merasa dirugikan akibat perilaku pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. “Bahwa setiap persoalan ataupun perkara yang berkaitan dengan persaingan usaha yang tidak sehat menimbulkan distorsi serta stagnasi pada mekanisme pasar dapat diproses secara hukum demi kepentingan konsumen”.⁴

Dengan berkembangnya sektor UMKM di Indonesia maka disahkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada tanggal 4 Juli 2008 yang lebih lengkap dari Undang-Undang yang lama yaitu Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang mendefinisikan hanya untuk Usaha Kecil. Dalam pertimbangan Undang-Undang ini dikatakan:⁵

- a. Bahwa masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi;
- b. Bahwa sesuai dengan amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang berkembang, dan berkeadilan;
- c. Bahwa pemberdayaan UMKM sebagaimana dimaksud dalam huruf b, perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui perkembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Sektor bisnis tidak pernah dapat luput dari Kekayaan Intelektual. Setiap usaha yang dilakukan pasti memiliki kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya. Kekayaan Intelektual yang dimaksud dapat berupa Merek, Cipta, Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Dasar Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Indikasi Geografis. Sama halnya dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), meskipun skala bisnis yang dijalankan di dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bukanlah suatu skala yang besar tetapi pada umumnya seluruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) 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.

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dikelompokkan ke hak milik individual, yakni hak kebendaan yang tak terwujud.⁶ Di Indonesia, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) saat ini sudah tak lagi

²Suyud Margono, *Hukum Persaingan Usaha*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 27.

³L. Budi Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, Laras, Sidoarjo, 2008, h. 39.

⁴*Ibid*, h. 40.

⁵Suhardi et al., *Hukum Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*, Akademia, Jakarta, 2012, h. 4.

⁶OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, h. 9.

digunakan, melainkan mengacu pada Kekayaan Intelektual untuk menyesuaikan istilah yang diimplementasikan di negara lainnya. Hak kekayaan intelektual yakni hak eksklusif guna melakukan hal terkait aset intelektual itu sendiri, yang diuraikan pada norma ataupun hukum yang ada. Yang artinya, hak itu sifatnya khusus serta hanya dimiliki oleh pihak yang berhubungan langsung dengan aset intelektual yang diciptakan. Dengan hak ini, pemilik hak mampu mencegah pihak lainnya untuk mempergunakan dan melaksanakan apapun tanpa izin. Hak eksklusif ini menjadikan masyarakat terdorong untuk melahirkan ide serta inovasi, sehingga menciptakan kreativitas baru yang memberi manfaat bagi khalayak umum.⁷

Merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 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. Dalam bisnis modern, suatu bisnis tidak dapat terlepas dari Merek dagang atau 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 dengan tidak adanya kebingungan.

Pendaftaran sebuah merek di Negara Indonesia mengadopsi tatanan Stelsel Konstitutif atau dikenal juga dengan sistem *“first to file”*, yakni bahwa pihak yang melaksanakan pendaftaran merek lebih dulu ialah satu-satunya pihak yang memiliki hak terkait merek itu, maka pihak ketiga wajib menghargai hak pemohon merek sebagai suatu hak yang pasti pada saat mendaftarkan merek. Artinya, terdapat hak eksklusif yang diberi ke orang yang pertama kali mendaftarkan merek dagangnya ke kantor merek.⁸ Sistem Konstitutif lebih menjamin kepastian hukum, karena dalam site mini menegaskan bahwa pihak pendaftar pertama adalah pihak yang berhak atas Merek tersebut, dan tidak dapat diganggu gugat oleh pemakai Merek yang tidak diketahuai saat ia mendaftarkan mereknya. Sistem ini diiringi dengan permintaan permohonan pendaftaran merek, secara akurat dan dengan tenggang waktu yang cukup,

diharapkan dapat menimbulkan kepastian hukum yang mengandung keadilan.⁹

Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian Hukum dan HAM dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya.

Disisi 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 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang memproduksi barang asli. Dengan memperhatikan hal tersebut di atas diperlukan suatu perlindungan merek barang-barang yang diproduksi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

Rumusan Masalah

Dari rangkaian latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat di rumuskan masalah yang hendak dikaji adalah :

1. Bagaimana akibat hukum apabila merek usaha mikro kecil dan menengah tidak didaftarkan ?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap merek usaha mikro, kecil dan menengah yang belum didaftarkan ?

Tujuan Penelitian

Adapun dalam penelitian ini merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami, akibat hukum apabila merek usaha mikro kecil dan menengah tidak didaftarkan di Indonesia
2. Untuk mengetahui dan memahami, perlindungan hukum terhadap merek usaha mikro, kecil dan menengah yang belum didaftarkan di Indonesia.

⁷Dharmawan, Ni Ketut Supasti, dkk, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Cet. 2, Deepublish, Yogyakarta, 2017, h. 13.

⁸Nadia Irvan, Rory Jeff Akyuwen, and Agustina Balik. *Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 12, No. 12, 2022, h. 1232.

⁹R. Murjiyanto, *Konsep Kepemilikan Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem “Deklaratif” ke Dalam Sistem “Konstitutif”)*, Universitas Islam Indonesia, 2016, h. 220.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data serta memperoleh jawaban yang akurat atas rumusan masalah diatas dengan mencari dan mengelola data dalam suatu penelitian. Metode penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis Penelitian : Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, penelitian hukum untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum. Hasil dari penelitian ini memberikan diskripsi mengenai rumusan masalah yang diajukan, penelitian normatif hanya meneliti norma hukum, tanpa melihat praktek hukum di lapangan (law in action) mengenai penelitian terkait perlindungan hukum terkait Merek Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang belum didaftarkan.
2. Pendekatan : Metode pendekatan merupakan salah satu tahapan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan bahan-bahan hukum dalam berbagai aspek untuk mencari jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga metode pendekatan antara lain pendekatan konseptual (*conceptual approach*), pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), dan pendekatan komparatif (*comparative approach*).
3. Metode Pengumpulan Data : Dalam penelitian hukum normatif, teknik pengumpulan bahan hukum dengan cara bahan hukum primer berupa perundang-undangan dikumpulkan dengan metode inventarisasi dan kategorisasi. Bahan hukum sekunder dikumpulkan dengan sistem kartu catatan (*card system*), baik dengan kartu ikhtiar (memuat ringkasan tulisan sesuai aslinya, secara garis besar dan pokok gagasan yang memuat pendapat asli penulis), maupun kartu ulasan (berupa analisis dan catatan khusus penulis).
4. Teknik Analisa Data : Analisis bahan hukum dalam penelitian ini berdasarkan data yang ada dilakukan secara yuridis kualitatif, yaitu tidak hanya mengungkapkan kebenaran belaka tetapi juga memahami kebenaran tersebut menurut aturan perundang-undangan. Dengan memberikan gambaran permasalahan tentang perlindungan hukum terkait Merek Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang belum didaftarkan dianalisis berdasarkan aturan hukum yang berlaku di Indonesia dan

fakta di lapangan untuk kemudian diperoleh kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan yang diajukan.

PEMBAHASAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia

Perwujudan dari pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 salah satunya adalah kegiatan ekonomi yang menerapkan asas keadilan dan kesejahteraan, hal demikian juga sejalan dengan apa yang tertuang dalam ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi Dalam Rangka Demokrasi Ekonomi.

Dengan demikian menilai dari pentingnya peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap perekonomian nasional, maka dibutuhkan dukungan dari semua pihak untuk mengembangkan dan mewujudkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang maju, mandiri, dan modern. Kebijakan dasar pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sekurang-kurangnya harus memuat beberapa aspek, yaitu:¹⁰

1. Pemberian preferensi kepada usaha kecil dan menengah dalam mengikuti semua tender-tender pemerintah, ikut serta dalam semua bidang usaha dan pemilikan usaha besar serta perusahaan-perusahaan publik dan akses yang mudah kepada sumber-sumber pembiayaan dan perizinan usaha;
2. Pemerintah perlu mendirikan lebih banyak lembaga-lembaga pembiayaan usaha kecil dan menengah untuk memperluas pelayanan dan dukungan pembiayaan pada sektor UMKM;
3. Usaha kecil dan menengah dibina oleh negara dengan pembinaan yang proaktif dan edukatif melalui badan otonom yang khusus ditugaskan untuk itu;
4. Kebijakan pemberian suku bunga rendah dilindungi oleh undang-undang semacam pembaruan terhadap *Worker Ordonantie* 1926 yang pernah diterapkan di zaman penjajah Belanda, dimana ditetapkan suku bunga tertinggi yang dapat dibebankan kepada usaha kecil, menengah, dan besar adalah 6 persen; dan
5. Keterkaitan usaha kecil, menengah, dan besar dalam rangka persaingan yang sehat dan jujur diatur dengan Undang-Undang agar tercipta sinergi nasional dan efisiensi serta keterbukaan dalam ekonomi nasional yang menghasilkan perusahaan-perusahaan yang tangguh dalam bersaing.

. Distribusi sektor-sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia terkonsentrasi pada

¹⁰Muhammad Arsyadu Shiyam, *Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sentra Industri Tahu Randudongkal Di Kabupaten Pemalang*,

Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2020, h. 28.

sektor pertanian, selanjutnya diikuti sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebagai sektor terbesar ketiga. Sektor yang paling kecil, yaitu aktivitas produksi tradisional, termasuk produk kayu termasuk furnitur, tekstil dan produk tekstil, alas kaki, serta makanan dan minuman. Hanya sebagian kecil dari total Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi mesin, alat produksi, dan komponen otomotif.¹¹

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia juga menemui beberapa permasalahan atau hambatan, baik dalam faktor internal maupun eksternal yaitu:¹²

1. Faktor Internal

- a. Kurangnya Modal Pada umumnya, UMKM merupakan usaha perseorangan atau usaha yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal si pemilik yang sangat terbatas, sementara modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta pihak bank sulit dipenuhi;
- b. Kualitas SDM yang Terbatas Sebagian UMKM tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas SDM baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usaha sehingga sulit untuk berkembang optimal. Dengan keterbatasan kualitas SDM, usaha ini relatif sulit mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan; dan
- c. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar UMKM mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah karena terbatasnya jumlah produk yang dihasilkan dan kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah memiliki jaringan solid serta didukung oleh teknologi yang dapat menjangkau pasar internasional dan promosi yang baik

2. Faktor Eksternal

- a. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkembangkan UMKM, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat dari masih adanya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha UMKM dan pengusaha-pengusaha besar;

- b. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan;
- c. Implikasi Perdagangan Bebas Perdagangan bebas berimplikasi luas terhadap UMKM untuk bersaing. UMKM dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pasar global dengan standar kualitas tertentu, seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000), isu Hak Asasi Manusia (HAM), dan isu ketenagakerjaan. UMKM diharapkan dapat mempersiapkan diri agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan; dan
- d. Terbatasnya Akses Pasar Terbatasnya akses pasar mengakibatkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

Karakteristik dan Bentuk-Bentuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas ke masyarakat. Sektor ini juga dapat berperan dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas nasional. Bila mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM).

Konsep usaha mikro, kecil dan menengah memiliki banyak pengertian: Pertama, usaha yang didirikan untuk tujuan kegiatan ekonomi dan bukan kegiatan nirlaba; Kedua, usaha yang bersifat produktif atau menghasilkan keuntungan atau laba dari usaha; Ketiga, usaha yang mandiri atau berdiri sendiri bukan bagian, cabang, ataupun afiliasi dari usaha lain; dan Keempat, usaha yang dimiliki perseorangan ataupun badan usaha.¹³

Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana

¹¹*Ibid*, h. 35.

¹²*Ibid*, h. 36.

¹³Ade Komarudin, *Politik Hukum Integratif UMKM*, PT Wahana Semesta Intermedia, Jakarta, 2014, h. 1.

diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

- b. 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 dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- c. 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 dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Kemudian menurut Paramitha, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia memiliki ciri khas tertentu yang membedakan dengan usaha besar ataupun usaha kecil dinegara lain. Ada beberapa karakteristik yang menjadi ciri khas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), antara lain, yaitu:¹⁴

- a. Mempunyai skala usaha yang kecil baik modal, penggunaan tenaga kerja maupun orientasi pasar;

- b. Banyak berlokasi di pedesaan, kota-kota kecil atau daerah pinggiran kota besar;
- c. Status usaha milik pribadi atau keluarga;
- d. Sumber tenaga kerja berasal dari lingkungan sosial budaya (etnis, geografis) yang direkrut melalui pola pemagangan atau melalui pihak ketiga;
- e. Pola kerja sering kali part time atau sebagai usaha sampingan dari kegiatan ekonomi lainnya;
- f. Memiliki kemampuan terbatas dalam mengadopsi teknologi, pengelolaan usaha dan administrasinya sederhana;
- g. Struktur permodalan sangat terbatas dan kekurangan modal kerja serta sangat tergantung terhadap sumber modal sendiri dan lingkungan pribadi;
- h. Izin usaha seringkali tidak dimiliki dan persyaratan usaha tidak dipenuhi.

Merek Sebagai Bentuk 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.¹⁵

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:¹⁶

- 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,

¹⁴Paramita Prananingtyas, *Kajian Peraturan Perundang-Undangan Tentang Pengembangan Usaha Kecil Menengah*, Makalah Seminar tentang Koperasi dan UMKM, Jakarta, 26 Juli 2001, h. 108.

¹⁵Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 92.

¹⁶*Ibid.*

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 terjadi sengketa pelanggaran Merek Terdaftar.¹⁷

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.¹⁸

Merek atas barang lazim disebut sebagai merek dagang, yaitu merek yang digunakan atau ditempelkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum. Merek sebagai tanda pembeda dapat berupa nama, kata, gambar, huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Jenis, Fungsi Dan Manfaat Merek

Merek semata-mata bukan sekedar merek, merek mempunyai sebuah fungsi yaitu sebagai kebutuhan untuk melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan melawan hukum pada, akhirnya merupakan kebutuhan untuk melindungi merek tersebut. Merek merupakan suatu tanda yang dapat dicantumkan pada barang bersangkutan atau bungkus dari barang tersebut, jika suatu barang hasil produksi suatu perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembeda dan dianggap sebagai tidak cukup mempunyai kekuatan pembedaan maka karenanya bukan merupakan merek.¹⁹

Jenis merek sendiri terdapat pada Pasal 1 ayat (2) sampai dengan ayat (4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, sebagai berikut :

- a. Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.
- b. Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh secara bersama-

sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

- c. Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mute barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Khusus untuk merek kolektif sebenarnya tidak dapat dikatakan sebagai jenis merek yang baru oleh karena merek kolektif ini sebenarnya juga terdiri dari merek dagang dan jasa. Hanya saja merek kolektif ini pemakaiannya digunakan secara kolektif.

Merek memiliki beberapa fungsi yang melekat padanya dengan melihat pada obyek yang dilindunginya, merek memiliki fungsi sebagai pembeda untuk barang atau jasa yang sejenis diproduksi oleh suatu perusahaan. Jadi merek digunakan sebagai tanda pengenalan asal barang dan jasa yang sekaligus berfungsi untuk menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya. Fungsi utama merek (terjemahan umum dalam bahasa Inggrisnya adalah trademark, brand, atau logo) adalah untuk membedakan suatu produk barang atau jasa, atau pihak pembuat/penyediannya. Merek mengisyaratkan asal-usul suatu produk (barang/jasa) sekaligus pemilikinya. Hukum menyatakan merek sebagai property atau sesuatu yang menjadi milik eksklusif pihak tertentu, dan melarang semua orang lain untuk memanfaatkannya, kecuali atas izin pemilik.²⁰

Dengan demikian, merek berfungsi juga sebagai suatu tanda pengenalan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa yang sejenis. Pada umumnya, suatu produk barang dan jasa tersebut dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan diberi suatu tanda tertentu, yang berfungsi sebagai pembeda dengan produk barang dan jasa lainnya yang sejenis. Tanda tertentu di sini merupakan tanda pengenalan bagi produk barang dan jasa yang bersangkutan, yang lazimnya disebut dengan merek. Wujudnya dapat berupa suatu gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.²¹

Merek juga dapat berfungsi merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. Diakui oleh *Commercial Advisory Foundation in Indonesia* (CAFI) bahwa masalah paten dan trademark di Indonesia memegang peranan yang penting di dalam ekonomi Indonesia, terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha

¹⁷Ibid, h. 93

¹⁸Ibid, h. 92

¹⁹Anne Gunawati, *Perlindungan Merek Terkenal Barang Dan Jasa Tidak Sejenis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*, PT Alumni, Bandung, 2015, h. 101.

²⁰Munandar, Haris dan Sally Sitanggang, *Mengenal HAKI, Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek, Dan Seluk-Beluknya*, Erlanggaesensi, Jakarta, 2009, h. 50.

²¹Usman, Rachmadi, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Alumni, Bandung, 2003, h. 320.

industri dalam rangka penanaman modal.²² Oleh karena itu, merek bermanfaat dalam memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan.

Hal itu tersebut tidak hanya berguna bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang kepada konsumen. Selanjutnya, merek juga bermanfaat sebagai sarana promosi (*means of trade promotion*) dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa yang bersangkutan. Di pasaran luar negeri, merek-merek sering kali adalah satu-satunya cara untuk menciptakan dan mempertahankan “*goodwill*” (keistimewaan yang dimiliki oleh perusahaan) di mata konsumen. Merek tersebut adalah simbol dengan mana pihak pedagang memperluas pasarannya di luar negeri dan juga mempertahankan pasaran tersebut. *Goodwill* atas merek adalah sesuatu yang tidak ternilai dalam memperluas pasaran.²³

Fungsi merek yang paling penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia dalam menghadapi globalisasi pasar internasional adalah bahwa merek dapat berfungsi untuk merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat. Berdasarkan fungsi dan manfaat inilah maka diperlukan perlindungan hukum terhadap produk Hak Merek, ada 3 (tiga) hal yaitu:²⁴

- 1) Untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para pemilik merek, atau pemegang hak merek.
- 2) Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas Hak atas Merek sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada pihak yang berhak.
- 3) Untuk memberi manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka.

Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dilakukannya pendaftaran atau registrasi Merek adalah hal mendasar yang harus dilakukan dalam usaha khususnya bagi pelaku UMKM. Seperti yang disebutkan dalam Pasal 1 angka 1 menyebutkan merek merupakan pengenalan yang secara ilustratif berupa tulisan, lambang, identitas, label, dan lain-lain guna sebagai

pembeda hasil produksi barang atau jasa yang diperdagangkan oleh perseorangan maupun badan hukum. Dengan dilakukan pendaftaran merek akan memberikan kepercayaan lebih bagi konsumen terhadap produk yang dijual. Dimana salah satu syarat yang harus dipenuhi agar merek dapat di daftarkan adalah merek harus memiliki kapasitas atau daya pembeda yang memadai. Sehingga jelas fungsi utama daripada merek tersebut yaitu membedakan produk buatan industri lainnya. Melalui hal itu, penikmat produk menjadi gampang dalam mengenali suatu produk serta memahami produk yang mereka mau.

1. Memperoleh Perlindungan Hukum

Dalam memperoleh perlindungan hukum atas merek pelaku UMKM harus mendaftarkan mereknya terlebih dahulu karena Negara Indonesia memeluk sistem konstitutif (*first to file*) yang berarti bahwa hak merek diperoleh melalui prosedur registrasi artinya pendaftaran Merek pertama yang memperoleh atau yang memiliki hak merek. Dengan begitu merek identitas serupa sama sekali tak diperkenankan atau di tolak.²⁵ Perlindungan hukum atas merek berlaku sesudah melakukan pendaftaran ke Ditjen Kekayaan Intelektual, saat permohonan dikabulkan Ditjen Kekayaan Intelektual maka perlindungan hukum atas merek resmi berlaku.²⁶ Merek tercatat memperoleh proteksi hukum dengan masa 10 tahun dan bisa dilanjutkan dengan masa yang sama.²⁷ Dalam jenjang masa sekurang-kurangnya 6 bulan setelah berakhirnya masa proteksi merek tercatat masih bisa dilakukan pengajuan perpanjangan dan dikenakan bayaran serta denda sejumlah dana perpanjangan. Adapun permintaan perpanjangan proteksi merek bisa diajukan secara elektronik maupun non-elektronik memakai “Bahasa Indonesia” oleh pemilik merek itu sendiri atau kuasa hukumnya pada masa 6 (enam) Bulan, sebelum rampungnya masa proteksi merek tercatat serta dikenakan bayaran. Permintaan ekstensi diterima apabila pemohon menyematkan “Surat Pernyataan” mengenai merek berkaitan yang sedang dipergunakan oleh barang dan jasa seperti yang termuat pada akta merek dan barang,

²²Putra, Ida Bagus Wyasa, *Aspek-aspek Hukum Perdata Internasional dalam Transaksi Bisnis Internasional*, PT Refika Aditama, Bandung, 2000, h. 23.

²³Djumhana, Muhammad dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, h. 156.

²⁴Hariyani, Iswi, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2010, h. 89.

²⁵Oksidelfa Yanto, *Tinjauan Yuridis UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek: Sisi Lain Kelemahan Sistem First To File Dalam Perlindungan Hukum Atas Merek Sebagai Bagian Dari*

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI), ADIL: Jurnal Hukum Vol. 3 No. 1, 2012, h. 25.

²⁶Rahmat Sugargon, *Analisa Hukum Terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang Bagi UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Rakyat (Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis)*, Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Vol. 3 No. 2, 2019, h. 68.

²⁷Tim Penyusun, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*, Tangerang Banten, 2013, h. 31

jasa yang tengah dibuat dan diperjual belikan. Kemudian proteksi merek tercatat dipublikasikan pada “Berita Resmi Merek”. Proteksi hukum hanya diberikan kepada pemilik merek Beritkad baik, karena walaupun pemilik merek telah memiliki sertifikat bukti kepemilikan namun apabila terbukti pemilik merek beritkad buruk maka bisa dimintai peniadaan dan pencabutan merek.²⁸ Proteksi hukum terdiri atas “Proteksi Hukum Preventif atau Represif”. Proteksi Hukum Preventif dilaksanakan menggunakan Registrasi Merek, sedangkan Proteksi Hukum Represif diberikan apabila ditemukan penyimpangan Merek lewat Gugatan Perdata ataupun Tuntutan Pidana seraya mengurangi peluang penyelesaian alternatif diluar pengadilan.²⁹ Pemilik Merek tercatat bisa mengajukan tuntutan ganti rugi maupun pemberhentian seluruh aktivitas yang berangkaian dengan eksploitasi Merek kepada orang lain yang tanpa hak memakai Merek secara melawan hukum melalui aparat penegak hukum.³⁰ Hal ini adalah wujud proteksi hukum yang dialokasikan Negara pada Pemilik Merek tercatat pada Ditjen Kekayaan Intelektual. Perihal ini guna mendapat kepastian hukum terhadap Pemilik Merek serta meminimalisir terjadinya penyalahgunaan merek.³¹ Jadi pelaku UMKM yang telah mempunyai sertifikat merek tercatat (sah) akan kian nyaman dalam mengoperasikan usahanya. Tak hanya itu dengan adanya sertifikat atau bukti kepemilikan tersebut pelaku UMKM lebih gampang meyakinkan hak atas kepemilikannya apabila ke depan terdapat yang menuntut merek digunakan.³² Hak Merek terlahir atas Registrasi bukan siapa yang menggunakan pertama kali.³³

2. Hak Eksklusif dalam penggunaan Merek
Hak eksklusif seperti yang dinyatakan pada Pasal 1 Angka 5 merupakan Hak memberikan proteksi hukum dan hanya satu-satunya pemilik yang memiliki hak menggunakan dan pemilik satu-satunya yang berhak mempergunakan serta menghalangi pihak lain untuk menguasai atau menggunakannya. 13 Perihal ini, Pemilik Merek dapat memberi izin pihak lain dalam mempergunakan mereknya pemegang hak tercatat bisa menyerahkan lisensi. Lisensi merupakan izin

yang dialokasikan oleh Pemegang Hak tercatat pada pihak lain melewati proses persetujuan agar dapat memakai Merek , sekiranya sepenuhnya atau separuh model barang, jasa diaftarkan atas masa dan ketentuan eksklusif. Persetujuan lisensi harus mengajukan inventarisasi kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia yang selanjutnya dipublikasikan di “Berita Resmi Merek”. Mengenai persetujuan izin yang tak dituliskan maka tidak memiliki akibat hukum kepada pihak lain. Persetujuan izin tidak diperkenankan mencantumkan ketentuan langsung maupun tidak langsung dimana hal tersebut dapat memicu resiko yang akan merugikan dan membebani ekonomi Negara.

3. Memberikan Identitas secara Kredibilitas
Merek merupakan pengenalan yang secara ilustratif berupa tulisan, lambang, identitas, label , dll guna sebagai pembeda hasil produksi barang atau jasa yang diperdagangkan oleh perseorangan maupun badan hukum. Berlandaskan pemahaman tersebut, dengan mendaftarkan suatu produk akan memiliki identitas atau tanda pengenalan yang akan menjadi pembeda dengan produk-produk lainnya sehingga tidak dapat ditiru oleh pihak lainnya
4. Melahirkan Hak Pembatalan Merek
Dilaksanakannya Registrasi dan sudah tercatatnya Merek secara sah, maka pihak yang berkepentingan dalam hal ini Pemilik Merek tercatat, mempunyai hak buat mengemukakan tuntutan abolisi atas merek tercatat serupa yang mempunyai kemiripan pokok maupun seluruhnya atas Merek tercatat ke Pengadilan Niaga.
5. Sebagai Alat Publisitas (Promosi)
Pemilik merek tercatat dapat memajukan usahanya dengan gampang serta efektif. Dalam memperkenalkan atau memublikasikan produk-produk yang dijual, pemilik merek cukup hanya menyebut mereknya.
6. Sebagai peluang bisnis
Strategi dalam mengembangkan sebuah usaha yaitu kerja sama, akan tetapi tak seluruh pihak ingin kerja sama bila hasil produksi yang ditawarkan tak mempunyai keabsahan yang dimaksud disini adalah merek. Profit bilamana

²⁸Zaenal Arifin, and Muhammad Iqbal, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol. 5 No. 1, 2020, h. 58.

²⁹Meli Hartati Gultom, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek*, Jurnal Warta Edisi 56, 2018, h. 07.

³⁰Kadek Yoni Vemberia Wijaya, I. Gusti Ngurah Wairocana, *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Merek*, Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Kertha Semaya Hukum Udayana, Vol. 6 No. 3, 2018, h. 5.

³¹Lilis Mardiana Anugraheni, *Pentingnya Pendaftaran Merek Suatu Produk*, Jurnal Admisi dan Bisnis, Vol. 15 No. 3 , 2017, h. 211.

³²Yayuk Sugiarti, *Perlindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*, Jendela Hukum, Vol.3 No. 1, 2016, h. 36.

³³OK.Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, h. 463.

produk sudah tercatat, pemilik usaha UMKM bisa menyodorkan kerja sama semacam memperoleh peluang waralaba (Franchise), ekspor, dll. Sehingga tentunya merek bakal memberi profit melalui segi ketetapan atau keuangan.

7. Menghambat pemakaian Merek Tanpa Persetujuan

Pemilik Merek tercatat bisa mengeluarkan royalti pada pihak lain yang memakai tanpa persetujuan atau pembajakan merek. Dimana disebutkan dalam “Pasal 83 bahwa Pemegang hak Merek tercatat berhak menyodorkan tuntutan ganti rugi ke Pengadilan Niaga dan mengajukan pemberhentian seluruh aktivitas nan bersangkutan atas pemakaian Merek”. Terlebih pemilik merek mempunyai hak mengadukan delik pidana tertera ataupun mengakhiri perkara melalui arbitrase maupun alternatif mengakhiri perkara lainnya sesuai Pasal 93

Akibat Hukum Apabila Merek Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tidak Didaftarkan

Akibat hukum yang muncul bilamana merek UMKM belum atau tidak didaftarkan maka merek tidak memperoleh perlindungan hukum oleh Negara. Perlindungan hukum sendiri memiliki peran yang sangat penting untuk meminimalisir terjadinya perbuatan melawan hukum seperti pemalsuan produk-produk yang dihasilkan dengan mutu barang yang lebih rendah daripada produk orisinal dengan tujuan utamanya yaitu memperoleh keuntungan dengan cepat, dan peniruan dalam persaingan bisnis atau dagang sehingga menyebabkan kerugian bagi pemilik merek itu sendiri.

Pemilik merek yang belum atau tidak mendaftarkan hak atas merek apabila nantinya terjadi aktivitas yang menyebabkan kerugian, pemilik merek tidak bisa menempuh jalur hukum dalam mengakhiri sengketa pelanggaran atas merek karena tidak terbukti secara sah sebagai pemilik merek dan tidak tercatat pada Ditjen HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Apabila penemu merek pertama kali tidak segera melakukan pendaftaran merek Kepada Ditjen HKI (Hak Kekayaan Intelektual), maka pihak yang lain bisa melakukan pendaftaran merek menggunakan identitas atau label serupa dan mendapatkan perlindungan hukum yang sah oleh Negara, sehingga penemu pertama akan sangat dirugikan dengan kejadian tersebut namun tidak bisa melaksanakan tindakan hukum karena terbukti tidak memiliki sertifikat resmi, hal ini karena belum melakukan pendaftaran merek.³⁴

Apabila terdapat pihak yang membuat pelanggaran merek dapat menimbulkan akibat hukum, pihak pelanggar akan diberikan sanksi sebab memenuhi unsur perbuatan melawan hukum berdasarkan ketetapan pidana merek yang termuat pada rumusan “Pasal 100 ayat (2) yang menyatakan bahwa tiap orang yang dengan maksud menyamai maupun memakai merek tercatat milik orang lain baik itu berupa barang maupun jasa yang dihasilkan maupun diperjualbelikan akan dikenai sanksi yaitu berupa tuntutan pidana kurungan selambat-lambatnya ataupun paling lambat 4 (empat) tahun dan didenda sebanyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”. Selain itu dalam ranah perdata, bagi pihak yang melakukan pelanggaran hak merek bisa dituntut ganti rugi karena telah terbukti secara melawan hukum memakai hak merek pihak lain tanpa memperoleh izin atau kesepakatan pemilik merek tercatat berdasarkan rumusan Pasal 1365 KUHPerdata yang menyatakan bahwa tiap orang yang terbukti melangsungkan kegiatan menentang hukum di haruskan mengadakan ganti rugi dari apa yang muncul berdasarkan kelalaian ataupun kejahatan yang dilakukan.³⁵

Para pelaku usaha diwajibkan mendaftarkan merek untuk mendapatkan hak merek atas barang dan/atau jasa miliknya. Namun nyatanya, masih banyak pelaku usaha di Indonesia yang minim akan pengetahuan mengenai merek serta beberapa alasan keuangan untuk mengajukan permohonan pendaftaran. Tidak jarang, banyak pelaku usaha yang tidak mendaftarkan mereknya. Tentunya hal ini menyebabkan pelaku usaha mengalami kerugian karena mereknya dapat digunakan tanpa izin oleh pihak lain. Apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa ialah pengguna awal dari suatu merek dan diakui oleh hukum sebagai pihak yang berhak atas suatu merek maka pelaku usaha lain yang telah mendaftarkan merek tersebut, haknya atas merek tidak berlaku.

Di Indonesia, merek dilindungi berdasarkan sistem perlindungan pendaftar pertama atau prinsip konstitutif. Sistem perlindungan tersebut menyatakan bahwa merek yang dilindungi adalah merek yang telah didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual atau merek-merek yang dinyatakan sebagai merek terkenal. Permasalahan yang terjadi adalah terkait dengan adakah perlindungan terhadap merek biasa yang tidak terdaftar ketika terdapat pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab mendaftarkan merek tersebut, sehingga hak atas merek diberikan kepada pihak yang bukan pemilik sebenarnya atas merek tersebut. Pada dasarnya, pendaftaran merek haruslah dilandasi dengan prinsip itikad baik, dimana pendaftaran merek haruslah dibarengi dengan niat untuk menggunakan merek

³⁴ Nadhira Ramadhanty, I Wayan Wiryawan, Akibat Hukum Tidak Didaftarkan Merek Dagang Produk Kue Kering Toko “Madame Patisserie”, Jurnal Kertha Semaya, Vol 7 No. 6, 2019, h. 10.

³⁵Putu Eka Krisna Sanjaya, Dewa Gde Rudy, *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia*, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 6 No. 11, 2018, h. 9.

tersebut dengan layak dan jujur tanpa merugikan pihak lain.

Bahwa tindakan pendaftaran merek yang digunakan oleh pihak lain yang belum didaftarkan tanpa seizin pengguna tersebut merupakan tindakan pendaftaran merek yang bertentangan dengan prinsip itikad baik. Terhadap merek-merek yang belum didaftarkan, Indonesia sepatutnya menerapkan sistem perlindungan yang diterapkan oleh Amerika dan Jerman yang turut melindungi merek tidak terdaftar apabila merek tersebut telah digunakan dalam perdagangan.

Sistem Perlindungan Hukum di Indonesia

Prinsip perlindungan hukum di Indonesia adalah menitik beratkan kepada harkat dan martabat manusia. Harkat sendiri berarti nilai dari manusia, sedangkan martabat ialah kedudukan manusia tersebut dalam lingkungan kemasyarakatan. Perlindungan hukum lahir dari sejarah barat, yang mulanya mengarah pada pembatasan kekuasaan dan peletakan terhadap kewajiban.³⁶

Sadjipto Raharjo, seorang ahli hukum, berpendapat bahwa prinsip perlindungan hukum adalah untuk melindungi kepentingan seseorang dengan memberikan suatu kekuasaan tertentu kepadanya guna melindunginya dari ancaman yang akan menyerang kepentingannya tersebut.³⁷ Konsep utama dari perlindungan hukum ialah untuk memberikan pengayoman kepada masyarakat, oleh karenanya penting adanya kepastian hukum.

Perlindungan hukum dapat dimaknai sebagai sebuah upaya perlindungan terhadap hukum agar hukum tersebut tidak ditafsirkan berbeda dari makna yang seharusnya dan merupakan bentuk upaya dari hukum untuk melindungi hak-hak seseorang yang dianggap subjek hukum.³⁸ Hukum sejatinya harus memberikan perlindungan terhadap semua pihak sesuai dengan status hukumnya karena setiap orang memiliki kedudukan yang sama dihadapan hukum. Setiap aparat penegak hukum wajib menegakkan hukum dan dengan berfungsinya aturan hukum, maka secara tidak langsung hukum akan memberikan perlindungan terhadap setiap hubungan hukum dan segala aspek dalam kehidupan masyarakat yang diatur oleh hukum itu sendiri.

Keadilan dibentuk oleh pemikiran yang benar, dilakukan secara adil dan jujur serta bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan. Rasa keadilan dan hukum harus ditegakkan berdasarkan Hukum Positif untuk menegakkan keadilan dalam hukum sesuai dengan realitas masyarakat yang menghendaki tercapainya masyarakat yang aman dan damai. Keadilan harus

dibangun sesuai dengan cita hukum (*Rechtidee*) dalam negara hukum (*Rechtsstaat*), bukan negara kekuasaan (*Machtsstaat*). Hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia, penegakkan hukum harus memperhatikan 4 (empat) unsur, yaitu:³⁹

1. Kepastian hukum (*Rechtssicherheit*);
2. Kemanfaat hukum (*Zweckmassigkeit*);
3. Keadilan hukum (*Gerechtigkeit*); dan
4. Jaminan hukum (*Doelmatigkeit*).

Pelanggaran Hak Atas Merek

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dimungkinkan sekali orang atau badan hukum menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk melakukan pelanggaran merek demi memperoleh keuntungan. Seperti salah satu contohnya adalah pemalsuan merek. Tindakan pemalsuan merek dilakukan oleh pihak-pihak yang beritikad tidak baik guna memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dalam persaingan yang tidak sehat dan tidak jujur menggunakan merek terdaftar milik pihak lain.⁴⁰

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, ada beberapa klasifikasi mengenai pemalsuan merek yaitu :

- a. Menggunakan merek yang sama secara keseluruhan
- b. Menggunakan merek yang sama pada pokoknya.
- c. Menggunakan tanda yang sama.
- d. Menggunakan tanda yang sama pada pokoknya dengan indikasi geografis

Disamping keempat klasifikasi di atas, ada klasifikasi lain yang merupakan pemalsuan merek yaitu memperdagangkan barang atau jasa dengan merek palsu. Jadi pemalsuan merek dan memperdagangkan barang atau jasa merek palsu, pada hakekatnya merugikan pihak lain, yaitu pemilik hak atas merek.

Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Merek

Merek terdaftar adalah merek yang telah didaftarkan di Dirjen HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual). Oleh karena itu merek yang telah didaftarkan akan memperoleh nomor register. Dengan Nomor register tersebut terdaftar di Dirjen HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) maka merek tersebut adalah merek yang sah. Pemilik merek tersebut memperoleh perlindungan hukum secara preventif dari Negara melalui Undang-Undang yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar secara preventif diatur dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6 ayat (13) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Sesuai dengan

³⁶Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987, h. 38.

³⁷*Ibid*.

³⁸*Ibid*, h. 40.

³⁹Ishaq, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 43.

⁴⁰R. Subekti, dan Tjitrosoedibio, *KUHPerdata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1978, h. 28.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah Merek tidak dapat didaftar atas dasar Permohonan yang diajukan pemohon yang beretikad tidak baik.

Kemudian Perlindungan preventif sesuai dengan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu Merek yang tidak dapat didaftarkan atau permintaan pendaftaran merek yang ditolak. Merek yang tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur di bawah ini:

- 1) Bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum
- 2) Tidak memiliki daya pembeda
- 3) Telah menjadi milik umum atau
- 4) Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran. Perlindungan merek preventif berdasarkan Pasal 6 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Merek yang ditolak permintaan pendaftaran oleh Kantor merek apabila :
 - a) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik orang lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis
 - b) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik orang lain yang sudah terkenal milik orang lain untuk barang atau jasa sejenis
 - c) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi ±geografis yang sudah dikenal.

Perlindungan merek preventif dalam Pasal 6 ayat (3) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Permohonan juga harus ditolak oleh Kantor Direktorat Jenderal apabila Merek :

- 1) Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, merek dan nama badan hukum yang dimiliki orang lain yang sudah terkenal, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
- 2) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang ;
- 3) Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Merek yang sah atau merek yang terdaftar harus dilindungi Negara melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dari pihak-pihak yang merugikan. Bentuk perlindungan represif jika terjadi pelanggaran terhadap merek yang terdaftar diatur dalam Pasal 90 sampai dengan Pasal 95 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Pasal 90

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).

Pasal 91

Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah)

Pasal 92

- (1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).
- (2) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tanda yang sama pada keseluruhan dengan indikasi geografis milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis dengan barang yang terdaftar, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Pasal 93

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan tand yang dilindungi berdasarkan indikasi-asal pada barang dan/atau jasa sehingga dapat memperdaya dan menyesatkan masyarakat mengenai asal barang atatau asal jasa tersebut, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah)

Pasal 94

- (1) Barangsiapa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diketahui atau patut diketahui bahwa barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 93, dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)
- (2) Tindak pidana sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran

Pasal 95

Tindak pidana sebagaimana dimasud dalam Pasal 91, Pasal 92, Pasal 93, dan Pasal 94 merupakan delik aduan.

Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia

Kemudian sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek industri UMKM di Indonesia dilakukan dengan cara meningkatkan industri UMKM untuk mendaftarkan merek oleh pelaku UMKM. dikarenakan industri UMKM hanya akan mendapatkan perlindungan hukum merek apabila telah mendaftarkan mereknya. Upaya yang telah dilakukan yakni dengan cara:

a. **Biaya Registrasi Merek UMKM yang Lebih Murah Dibandingkan Merek Non-UMKM**

Kecilnya pendaftar Merek UMKM tidak membuat pemerintah tinggal diam. Pemerintah melalui Dirjen KI terus mendorong untuk meningkatkan pendaftaran Merek dari industri UMKM dengan membebaskan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan pendaftar Merek Non UMKM.²¹ Hal tersebut menunjukkan kepedulian pemerintah untuk meningkatkan perkembangan bisnis UMKM dengan menjaga kekayaan intelektual dari para pelaku bisnis UMKM.

Sebuah merek terdaftar dilindungi sehingga orang lain tidak dapat memakainya dan akan mendapatkan perlindungan selama sepuluh (10) tahun dari tanggal penerimaan pendaftaran sebagaimana diatur dalam Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jangka waktu ini dapat diperpanjang untuk masa yang tidak ditentukan selama sepuluh (10) tahun dengan pembayaran biaya. Namun, pemilik, harus mengajukan perpanjangan 12 bulan sebelum merek tersebut berakhir. Merek akan diperpanjang masa berlakunya hanya jika pemilik masih memakai merek tersebut dalam perdagangan barang dan/atau jasa.⁴¹

b. **Kerjasama antara Ditjen KI Kementerian Hukum dan Ham dan Kementerian Koperasi dan UMKM**

Upaya yang telah dilakukan untuk memberikan perlindungan Merek dagang produksi industri UMKM diadakan Kerjasama antara Departemen Hukum dan HAM RI dengan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Dan Menengah RI Nomor M-10-UM .06.07.TH 2006 tentang Peningkatan Pemahaman dan Pemanfaatan Sistem Hak Kekayaan Intelektual yang di dalamnya terdapat perlindungan merek dagang bagi Koperasi dan UMKM.

Adapun pertimbangan diadakan kerjasama tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) UMKM merupakan salah satu pelaku usaha yang memiliki kontribusi yang nyata dalam perekonomian nasional.
- 2) Pengetahuan dan pemahaman mengenai keberadaan dan pentingnya pemanfaatan sistim Hak Kekayaan Intelektual (khususnya Hak Merek) di kalangan pelaku UMKM sektor industri baik makanan, minuman maupun barang-barang produksi olahan rumah tangga masih perlu disosialisasikan
- 3) Koordinasi dan kerjasama yang sinergi antara para pihak dan upaya peningkatan penyebaran, pemahaman dan pemanfaatan sistem Hak Kekayaan Intelektual belum optimal dalam perlindungan merek dagang produk makanan.

Tujuan diadakan kerjasama antara Departemen Hukum dan HAM RI dengan Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah adalah:

- 1) Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta pemanfaatan sistim HKI khususnya merek dagang dikalangan pelaku UMKM.
 - 2) Mewujudkan UMKM berorientasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) khususnya Hak Merek, memiliki kualitas dan daya saing yang tinggi dalam persaingan global.
 - 3) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang sinergis dan produktif antara para pihak dalam mengembangkan UMKM dan memberdayakan sistim Hak Kekayaan Intelektual (HKI) nasional.
- c. **Pemberian Intensif Pembiayaan Pendaftaran Merek UMKM**

Dasar hukum Keputusan Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor HKI-09.OT.03.01 Tahun 2013 tentang Insentif Hak Kekayaan Intelektual Bagi Sekolah Menengah Perguruan Tinggi, Usaha Mikro dan Usaha Kecil serta Warga Binaan Pemasyarakatan Tahun 2013. Pemberian insentif berupa pemberian pembiayaan pendaftaran pengajuan permohonan Hak Kekayaan Intelektual yakni merek baik berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan barang atau jasa.

d. **Pendaftaran Merek Kolektif Industri UMKM**

Di Indonesia pelaku UMKM seringkali memperjual belikan suatu barang atau jasa dengan suatu ciri khas yang sama oleh beberapa pelaku UMKM lainnya. Sehingga, pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memfasilitasi perlindungan Merek secara kolektif. Berdasarkan penjelasan Undang-Undang

⁴¹Tim Lindsey, *Hak Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung, 2005, h. 144.

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

Perlindungan Hukum Terhadap Merek UMKM Yang Belum Terdaftar

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Jo. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam dunia perdagangan barang atau jasa. Merek yang memperoleh perlindungan adalah merek yang terdaftar di Dirjen Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), Depkumham. Merek yang terdaftar adalah merek yang sah dan diakui oleh Undang-Undang dan mempunyai nomor register, sehingga memperoleh perlindungan dari Negara melalui Kantor Pengadilan. Sedang merek yang belum atau tidak terdaftar tidak memperoleh perlindungan hukum dari Negara. Karena pelanggaran merek adalah delik aduan maka apabila ada pihak yang secara sah memiliki merek mengadukan maka kantor pengadilan akan memprosesnya.

Proses peradilan ini merupakan bentuk perlindungan yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang sah atau yang terdaftar di Dirjen HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual). Apabila secara sah dan meyakinkan terdapat atau ada pelanggaran merek maka hakim akan memberikan perlindungan melalui putusan yang adil. Bagi Pelanggar akan dikenakan sanksi (baik pidana maupun denda) sesuai ketentuan pidana merek yang diatur dalam Pasal 90 sampai dengan Pasal 95 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dan apabila terbukti secara sah ada pihak yang telah melakukan pelanggaran merek maka pihak yang melakukan pelanggaran akan dikenakan sanksi (baik pidana atau denda) sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan. Jadi perlindungan hukum akan diberikan oleh Negara hanya kepada merek yang terdaftar saja.

Sanksi akan dikenakan bagi pelanggar merek sah karena pelanggar merupakan perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUHPerdata) antara lain memenuhi unsur :

- a. Perbuatan melawan hukum,
- b. Adanya Kerugian,
- c. Adanya hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian yang ditimbulkan,
- d. Adanya Kesalahan.

Pihak yang melanggar akan dikenakan sanksi karena jelas memenuhi unsur perbuatan melawan hukum, karena perbuatan yang melawan hukum yaitu secara sengaja menggunakan merek pihak lain tanpa hak. Selain itu menimbulkan kerugian. Pihak pemilik merek dirugikan (secara materiil dan non materiil) dengan adanya pelanggaran merek tersebut. Karena pelanggaran merek merupakan suatu perbuatan yang dapat dikategorikan suatu kesalahan maka apabila ada pihak yang melakukan pelanggaran merek sudah sepantasnya dikenakan sanksi sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan.

PENUTUP

Kesimpulan

Disimpulkan bahwa mengenai akibat hukum apabila merek usaha mikro kecil dan menengah tidak didaftarkan, bahwa Indonesia menganut sistem konstitutif (*first to file*). Pendaftaran sangat penting dalam menetapkan kepemilikan sebuah merek. Pemilik usaha yang sudah mendaftarkan merek yakni satu-satunya pihak yang berhak terhadap merek itu. Seperti dikemukakan sebelumnya, merek akan dilindungi oleh hukum kekayaan intelektual apabila sudah terdaftar pada Dirjen Kekayaan Intelektual Kemenkumham. Pelaku usaha harus memenuhi syarat administratif serta substantif guna mendaftarkan merek dagangnya. Akibat hukum apabila tidak didaftarkan sebuah merek, maka merek itu tidak mempunyai perlindungan hukum. Mendaftarkan merek sangat berperan penting untuk mendapatkan perlindungan hukum supaya merek mempunyai jaminan untuk tak ditiru ataupun dipakai secara tak sah atau perbuatan menentang hukum yang lain. Sebagai pemilik merek yang sudah terdaftar, untuk menghindari pemakaian merek tanpa adanya izin, pengusaha mampu meminta royalty ke pihak yang memakai merek yang sama.

Mengenai perlindungan hukum terhadap merek usaha mikro, kecil dan menengah yang belum didaftarkan, bahwa di Indonesia. Disimpulkan bahwa merek yang memperoleh perlindungan adalah merek yang terdaftar di Dirjen Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), Depkumham. Dikarenakan merek yang terdaftar adalah merek yang sah dan diakui oleh Undang-Undang dan mempunyai nomor register, sehingga memperoleh perlindungan dari Negara melalui Kantor Pengadilan. Sedang merek yang belum atau tidak terdaftar tidak memperoleh perlindungan hukum dari Negara. Karena pelanggaran merek adalah delik aduan maka apabila ada pihak yang secara sah memiliki merek mengadukan maka kantor pengadilan akan memprosesnya.

Saran

Adapun sebagai saran dalam penelitian ini yakni:

1. Diharapkan pemerintah memberikan pengarahan dan sosialisasi kepada pengusaha pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terkait pentingnya Merek dagang, agar dikemudian hari Merek tersebut dapat dipatenkan hak kepemilikannya dan menghindari adanya sengketa merek dikemudian hari.
2. Diharapkan pemerintah membuat aturan terkait perlindungan hukum terhadap merek yang belum didaftarkan, sehingga para pelaku Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) dapat memajukan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM, serta pemerintah diharapkan memberantas tindakan pembajakan serta pemalsuan Merek

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan terselesaikannya penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak ibu guru yang telah membimbing penuh kesabaran dan ketabahan, tak lupa juga kepada orang tua tercinta, ibu dan ayah, yang memberikan kasih sayang dan doa tak henti-hentinya untuk selalu mendukung kemajuan anak-anaknya, dan semoga Allah SWT selalu memberikan kasih sayang kepada mereka di dunia dan akhirat. Serta kepada teman-teman Fakultas Hukum Universitas Gresik angkatan 2020 atas kebersamaannya selama menempuh pendidikan dan berbagi pengetahuan. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala bantuan yang diberikan kepada penulis mendapatkan pahala oleh Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna namun besar harapan penulis semoga tulisan ini dapat berguna dan bermanfaat untuk kita semua, terlebih untuk pihak-pihak yang membutuhkan sebagai bahan rujukan atau referensi dikemudian hari. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

Alyas dan Muhammad Rakib, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)*, Jurnal Sosiohumaniora 19, No. 2, 2017.

Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Anne Gunawati, *Perlindungan Merek Terkenal Barang Dan Jasa Tidak Sejenis Terhadap*

Persaingan Usaha Tidak Sehat, PT Alumni, Bandung, 2015.

Ade Komarudin, *Politik Hukum Integratif UMKM*, PT Wahana Semesta Intermedia, Jakarta, 2014.

Djumhana, Muhammad dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997.

Dharmawan, Ni Ketut Supasti, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, Cet. 2, Deepublish, Yogyakarta, 2017.

Hariyani, Iswi, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2010.

Ishaq, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Kadek Yoni Vemberia Wijaya, I. Gusti Ngurah Wairocana, *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Merek*, Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Kertha Semaya Hukum Udayana, Vol. 6 No. 3, 2018.

Lilis Mardiana Anugraheni, *Pentingnya Pendaftaran Merek Suatu Produk*, Jurnal Admisi dan Bisnis, Vol. 15 No. 3 , 2017.

L. Budi Kagramanto, *Mengenal Hukum Persaingan Usaha*, Laras, Sidoarjo, 2008.

Munandar, Haris dan Sally Sitanggang, *Mengenal HAKI, Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek, Dan Seluk-Beluknya*, Erlanggaesensi, Jakarta, 2009.

Muhammad Arsyadu Shiyam, *Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sentra Industri Tahu Randudongkal Di Kabupaten Pemalang*, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2020.

Meli Hartati Gultom, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek*, Jurnal Warta Edisi 56, 2018.

Nadia Irvan, Rory Jeff Akyuwen, and Agustina Balik. *Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol, No. 12, 2022.

Nadhira Ramadhanty, I Wayan Wiryawan, *Akibat Hukum Tidak Didaftarkanya Merek Dagang Produk Kue Kering Toko "Madame Patisserie"*, Jurnal Kertha Semaya, Vol 7 No. 6, 2019.

- OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015.
- Oksidelfa Yanto, *Tinjauan Yuridis UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek: Sisi Lain Kelemahan Sistem First To File Dalam Perlindungan Hukum Atas Merek Sebagai Bagian Dari Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI)*, ADIL: Jurnal Hukum Vol. 3 No. 1, 2012.
- Putu Eka Krisna Sanjaya, Dewa Gde Rudy, *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia*, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 6 No. 11, 2018.
- Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987.
- Paramita Prananingtyas, *Kajian Peraturan Perundang-Undangan Tentang Pengembangan Usaha Kecil Menengah*, Makalah Seminar tentang Koperasi dan UMKM, Jakarta, 26 Juli 2001.
- Putra, Ida Bagus Wyasa, *Aspek-aspek Hukum Perdata Internasional dalam Transaksi Bisnis Internasional*, PT Refika Aditama, Bandung, 2000.
- R. Murjiyanto, *Konsep Kepemilikan Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem "Deklaratif" ke Dalam Sistem "Konstitutif")*, Universitas Islam Indonesia, 2016.
- Rahmat Sugargon, *Analisa Hukum Terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang Bagi UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Rakyat (Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis)*, Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummanioramaniora Vol. 3 No. 2, 2019.
- R. Subekti, dan Tjitrosoedibio, *KUHPerdata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1978.
- Suyud Margono, *Hukum Persaingan Usaha*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Suhardi et al., *Hukum Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*, Akademia, Jakarta, 2012.
- Tim Penyusun, *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*, Tangerang Banten, 2013.
- Usman, Rachmadi, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Alumni, Bandung, 2003.
- Yayuk Sugiarti, *Perlindungan Merek Bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek*, Jendela Hukum, Vol.3 No. 1, 2016.
- Zaenal Arifin, and Muhammad Iqbal, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol. 5 No. 1, 2020.