

Strategi Pengamanan Hukum Terhadap Merek Produk Hasil Industri UMKM di Indonesia Di Tinjau Dari Undang Undang Hak Cipta

Fahrunnisa¹, Saripah Muhamad Ahmad Alkasadi², Ridho Ahmad Bukhori³, Cevhyra
Lusiana⁴, Herli Antoni⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Hukum, Universitas Pakuan

***Abstract.** This research will examine and analyze related legal protection efforts for MSME industry brands in Indonesia based on copyright law. MSMEs as one of the driving wheels of the country's economy have recently developed greatly, but in fact behind all the development efforts carried out by the government, the stigma that MSMEs are traditional businesses is the reason for the lack of legal protection for MSME industry players. Most MSME actors pay little attention to the importance of legal protection aspects for their businesses, especially related to brand protection which is very crucial for business people. Therefore, efforts are needed to be made to educate MSME industry players to secure brands in the business they are in to protect their trademarks. So that this research will discuss legal protection efforts for brands which are the rights of MSME actors in Indonesia, with normative juridical research.*

Keyword : Legal Protection, Trademark, MSME Industry

Abstrak. Penelitian ini akan mengkaji serta menganalisa terkait upaya perlindungan hukum terhadap merk industri UMKM di Indonesia berdasarkan undang-undang hak cipta. UMKM sebagai salah satu penggerak roda perekonomian negara belakangan sangat berkembang, namun nyatanya dibalik semua usaha pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah, stigma bahwa UMKM merupakan bisnis tradisional menjadi alasan minimnya payung hukum bagi pelaku industri UMKM. Kebanyakan pelaku UMKM kurang memperhatikan pentingnya aspek perlindungan hukum bagi usaha mereka, terutama terkait dengan perlindungan merk yang sangat krusial bagi pelaku bisnis. Maka dari itu, diperlukan upaya yang harus dilakukan untuk mengedukasi pada pelaku industri UMKM agar mengamankan merk dalam bisnis yang sedang digeluti untuk melindungi merk dagangnya. Sehingga dalam penelitian ini akan dibahas mengenai upaya perlindungan hukum terhadap merk yang merupakan hak pelaku UMKM di Indonesia, dengan penelitian yuridis normatif.

Keyword : Perlindungan Hukum, Merek, Industri UMKM

PENDAHULUAN

Beberapa tahun kebelakang Indonesia sedang berusaha untuk meningkatkan industri ekonomi dengan mengembangkan Usaha Kecil Mikro Menengah atau UMKM. UMKM di Indonesia dapat dikatakan mulai berkembang sangat cepat dan besar, bahkan di gadang-gadang menjadi salah satu yang berpengaruh besar dalam roda perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian sektor UMKM berkontribusi 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah terhadap angka produk domestik bruto Indonesia di tahun 2020 dan berhasil

menyerap 97,22% tenaga kerja di Indonesia sehingga berkontribusi untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan juga menghimpun sekitar 60,4% total investasi.¹

Terakut hal ini, pemerintah berusaha untuk terus meningkatkan sektor UMKM dengan berbagai cara dari mulai megakomodir UMKM dari pemerintah daerah hingga pemerintah pusat, dukungan atas kerja sama dan kolaborasi dalam membangun UMKM dari karya anak bangsa berbasis teknologi di tengah pesatnya perkembangan industri 4.0, selain itu sejumlah dana juga digelontorkan untuk dapat memberikan bantuan kepada para pengusaha UMKM untuk terus berkembang dan menghasilkan, sehingga dapat terus meningkatkan perekonomian. Namun, diluar semua usaha pemerintah untuk terus meningkatkan industri UMKM jelas usaha perkembangan UMKM tidak luput dari tantangan yang sulit. Salah satunya, sektor UMKM masih sering dikaitkan dengan bisnis tradisional. Sehingga rata-rata pelaku UMKM tidak memiliki izin dan belum berbadan hukum.

Sedangkan sektor bisnis pasti selalu berkaitan dengan persoalan kekayaan intelektual. Pada dasarnya segala bentuk usaha pasti memiliki kekayaan intelektual didalamnya. Kekayaan intelektual pada suatu usaha biasanya terdiri dari Merek, Cipta, Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Dasar Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Indikasi Geografis. Merk merupakan salah satu yang penting, dimana semua UMKM pasti memiliki merk dalam produk atau jasanya. Merk sendiri merupakan tanda dalam bentuk grafis berupa logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur-unsur yang ada yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi juga oleh orang lain.² Merk dagang jelas tidak dapat dilepaskan oleh usaha produk atau jasa sebagai identitas dari barang atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha yang dapat memudahkan konsumen untuk dapat memilih barang atau jasa yang akan digunakannya.

Definisi merk yang juga merupakan hak miliki intelektual sendiri tidak dapat dilepaskan dari hak intelektual lainnya, yang mana salah satunya hak cipta. Pada setiap merk pasti terdapat unsur ciptaan kepemilikan seseorang misalnya logo atau huruf yan di gunakan oleh merk tersebut. Merk bagi pengusaha merupakan bentuk citra atau wajah perusahaan serta identitas utama bagi para pengusaha yang juga merupakan strategi bisnis. Maka dari itu, hak atas merk biasanya bersifat exclusive atas dasar hukum yang diberikan negara kepada pemiliknya untuk digunakan. Pemberian hak ini juga dilakukan atas dasar bukti kepemilikan merk tersebut. Jika tidak didaftarkan, maka merk tersebut tidak akan dilindungi oleh hukum

¹<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>, diakses pada tanggal 30 Maret 2023

² Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

yang mana juga bisa di ambil alih oleh orang lain sebagai konsekuensinya. Terkait hal ini diperlukan adanya edukasi seta upaya dalam perlindungan hasil produksi pada pelaku UMKM. Maka dari itu pembasahan ini akan mencoba untuk membahas pokok permasalahan yang mana : “Bagaimana upaya perlindungan hukum atas merk yang dimiliki pelaku UMKM di Indonesia dalam undang-undang hak cipta?” yang akan dibahas dalam bentuk penelitian yuridis normatif dengan penggunaan data sekunder dari buku-buku kekayaan intelektual dan perundang-undangan yang berlaku sesuai konstitusi. Penelitian dan analisis terkait permasalahan ini diangkat menggunakan metode berpikir induktif dimana penulis berpikir mendasari hal-hal yang bersifat khusus kemudian pada akhirnya dibuat suatu kesimpulan yang bersifat umum dengan tetap memperhatikan berbagai asas dan kaidah hukum yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.

PEMBAHASAN

Merek Sebagai Hak Kekayaan Intelektual

Merek merupakan wujud kekayaan intelektual dengan peranan penting bagi kelancaran perdagangan barang dan jasa. Merek merupakan identitas atau tanda penjas suatu binsic yang juga berkaitan dengan jaminan kualitas produk dan terhindarnya dari persaingan bebas. Merk juga dapat dikatakan sebagai aset ekonomi pemiliknya dalam konteks perseorangan maupun suatu perusahaan yang menghasilkan keuntungan dengan memperhatikan aspek bisnis dengan proses manajemen yang baik.

Maka terhadap suatu merek diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap berbagai bentuk Pembajakan merk serta pengambilan keuntungan secara sengaja tanpa izin pemiliknya. Kewajiban untuk memilki undang-undang atau pembahasan hukum mengenai hak kepemilikan hak kekayaan intelektual adalah suatu kewajiban yang perlukan dilakukan setelah indonesia meratifikasi persetujuan TRIPs yang juga bagian dari persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia. Sehingga dibuatlah undan-undang mengenai perlindungan merk yaitu No. 15 tahun 2001. Atas hak merk agar tidak disalah gunakan oleh orang lain.

Perlindungan atas Merk merupakan hak eksklusif yang dimiliki perseorangan maupun perusahaan pemilik merk yang diberikan oleh negara dan terdaftar dalam daftar umum merk. Perlindungan atas merk dapat dilakukan dengan adanya bukti kepastian hukum atas suatu merk yang digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan, sebagai bentuk bukti bila terjadi sengketa.³ Sehingga kepemilikan suatu merk harus dapat didaftarkan sebagai bentuk

³ Adrian Sutedi, Hak Atas Kekayaan Intelektual, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 93.

perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual seseorang dengan tujuan agar dapat membangun motivasi dan kinerja perusahaan untuk dapat bersaing di lingkungan bisnis yang sehat.

Perlindungan Merk dalam Tinjauan UU Hak Cipta

Hak cipta merupakan hak eksklusif pencipta yang otomatis ada setelah lahirnya sebuah karya dalam bentuk nyata dan dipublikasikan tanpa mengurangi batasan, dan ciptaan yang dimaksud juga merupakan setiap bentuk karya dibidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra yang dihasilkan atas inspirasi, kemampuan, pikiran, imajinasi, keterampilan dan keahlian yang dapat diekspresikan atau diwujudkan oleh penciptannya dalam bentuk nyata. Sedangkan pemegang hak cipta merupakan pencipta dari karya tersebut, pihak yang menerima hak terkait dengan sah dari pencipta, serta pihak lain yang menerima lanjutan dari pihak yang menerima secara sah sebagaimana ketentuan peraturan perundang-undangan Sebagai mana yang diatur dalam Undang-undang No.28 Tahun 2014.

Berdasarkan pasal 40 UUHC terdapat 18 bentuk karya seni yang tergolong dalam golongan ciptaan yang dimaksud dalam UU Hak Cipta, beberapa diantaranya adalah karya seni rupa dalam berbagai bentuk, karya seni terapan, karya seni motif. Hal ini merupakan bentuk karya seni yang juga tertera dalam suatu merek. Sewajarnya merek itu digunakan sebuah merek biasanua terdiri dari nama, istilah pengucapan, gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur-unsur yang ada yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi juga oleh orang lain. Merek pasti tidak akan pernah luput dari hal ini, yang mana pasti diciptakan oleh seseorang dengan hak ciptanya sendiri, entah dalam maksud pencipta untuk menjual karya seninya ataupun merek itu telah dibeli oleh pihak yang menerima kesepakatan.

Maka dari itu, hak cipta sebagai peraturan penundang-undangan yang mengatur terkait hak kepemilikan karya berhak untuk mengatur kepemilikan suatu merek, karena merek sendiri merupakan kumpulan dari karya yang secara sah bisa di atur sebagai hak kekayaan intelektual oleh penciptanya atau pun penerima haknya. Selain itu perlu diingatkan kembali bahwa Merek adalah bagian penting dalam bisnis sebagai tanda pembeda atas barang atau jasa bagi satu perusahaan dengan perusahaan lainnya atau pemilik perorangan satu dan yang lainnya dalam bentuk 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.⁴

⁴ Adrian Sutedi, Hak Atas Kekayaan Intelektual, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm. 92

Merek dagang merupakan identitas yang digunakan atau ditempelkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum. Penciptaan UU No.28 Tahun 2018 tentang hak cipta ini juga tidak terlepas dari tujuan untuk melindungi hak-hak ekonomi dan hak-hak moral penciptanya. Maka suatu perbuatan tercela lah jika melakukan pencurian atau pengakuan atas merek orang lain, karena mengambil hak hak ekonomi dan hak hak moral penciptanya. Maka dapat dikatakan bahwa pendaftaran atas merk termasuk cara untuk dapat melindungi hak cipta seni atau karya yang ada didalamnya selain karena merupakan hak kekayaan intelektual melainkan juga untuk menghindari adanya berbagai bentuk persaingan tidak sehat akibat dari saling mengklaim anantara satu merk yang digunakan. Sehingga sangat krusial untuk dilindungi oleh payung hukum sebagaimana fungsi dari merek sebagai aset bisnis pelaku UMKM agar merek yang dibuat tidak disalah gunakan, tidak digunakan demi kepentingan ekonomi, dan lain-lain agar hak ekonomi serta hak kepemilikan pemilik merek sesungguhnya dapat terpenuhi.

Urgensi Perlindungan Hukum Terkait Merek Industri UMKM di Indonesia

Perkembangan industri UMKM dapat dikatakan sangat berkembang dengan adanya bantuan dari internet terutama sosial media. Maka dari itu perlindungan merk sangat penting dilakukan untuk dapat menghindari adanya persaingan tidak sehat dan segala kecurangan yang mungkin terjadi di bebasnya dunia maya. Sehingga meningkatnya urgensi perlindungan atas merek yang berfungsi penting bagi setiap bisnis yang dijalankan, entah dalam skala besar maupun kecil seperti UMKM. Merek juga telah ditetapkan sebagai salah satu bentuk harta kekayaan yang menghasilkan keuntungan bagi pengusaha selaku pemilik merek, selain itu perlindungan merk tidak hanya dilakukan untuk menjaga keamanan efektivitas perdagangan yang dijalankan melainkan juga hak masyarakat untuk mendapatkan barang berkualitas. Konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka anggap berkualitas, ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan kualitas rendah.⁵

Oleh karena itu penting untuk dapat memperhatikan perlindungan hukum atas merk dagang pelaku UMKM agar tidak digunakan oleh pihak lain sekaligus untuk menentang segala bentuk pemalsuan dan peniruan yang menciptakan lingkungan usaha yang tidak sehat. Dirjen Ki menyatakan fungsi utama dari pendaftaran merek adalah sebagai bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan, sebagai penanda dan perbedaan agar merek yang sama tidak didaftarkan oleh orang lain dan mencegah orang lain menggunakan merek yang sama

⁵ Khoirul Hidayah, Hukum Hak Kekayaan Intelektual, Malang: Setara Press, 2017, hlm. 54

yang juga termasuk barang yang sama di peredaran sehingga tidak terjadi misspresepsi antara brand dan konsumen.⁶

Namun betapa krusialnya hal ini masih sering disepelekan oleh para pelaku industri UMKM, hal ini belum disadari sebagai hal penting, berdasarkan data Dirjen KI jumlah persentase dari pelaku UMKM yang telah mendaftarkan merk dagangnya agar memiliki perlindungan hukum yang tepat masih minim. Apalagi stigma bahwa industri UMKM masih bisnis tradisional jelas berpengaruh dalam kesadaran masyarakat terkait hal ini. Beberapa tahun kebelakang memang sudah meningkat kesadaran masyarakat untuk memperhatikan perlindungan hukum bagi bisnis yang mereka jalani namun, tetap saja pendaftaran terkait hak kekayaan intelektual ini masih didominasi oleh pelaku usaha non-UMKM yang perbedaannya dapat dibedakan berdasarkan skala modal, aset, dan keuntungan tahunan yang diperoleh. Pengertian dan kriteria UMKM sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro merupakan usaha yang dimiliki perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria usaha mikro, dan jumlah kekayaan kurang lebih 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 Usaha kecil atau usaha ekonomi produktif merupakan usaha yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau besar dengan kriteria yang cocok dengan usaha kecil dengan kekayaan bersih 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 merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukna oleh perseorangan atau suatu badanusaha yang bukan bagian dari usaha kecil atau usaha besar secara langsung maupun secara tidak langsung. Dengan kriteria yang sesuai dengan 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

⁶ Booklet Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI

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 hal ini fungsi pendaftaran merk sebagaimana yang telah dijelaskan khususnya terhadap UMKM karena adanya pendaftaran merek ini akan meningkatkan motivasi serta kinerja serta merangsang daya saing untuk peningkatan penghasilan pelaku usaha UMKM. Sehingga penting untuk berupaya meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM untuk meningkatkan presentase pendaftaran merk industri UMKM.

Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Pelaku UMKM di Indonesia

UUHC atau Undang-undang hak cipta banyak membahas terkait bagaimana pengakuan sebuah karya seseorang agar tidak disalah gunakan oleh orang lain ataupun kemungkinan lain yang terjadi dengan perlindungan hukum untuk memastikan bahwa karya tersebut merupakan hak kekayaan intelektual seseorang. Pada dasarnya UUHC dibuat untuk memberikan kontrol pada pemilik karya atas penggunaan hasil karyanya serta melindungi hak hak ekonomi mereka. Hak cipta dibuat dengan esensi untuk memberikan perlindungan hukum pada karya-karya kreatif dalam berbagai bentuk karya.

Kepemilikan merk juga dapat dikatakan sebagai kepemilikan karya, karena pelengkap sebuah merek sebagai tanda atau identitas sebuah perusahaan tidak akan luput dari penciptaan karya seperti nama, logo, motif, dan lain lain. Belakangan dengan asifnya penggunaan internet, dipermudah pula pemilik usaha untuk mencari refrensi terkait dengan merek dan usaha yang mereka buat yang mana secara tidak langsung semakin mudah juga suatu merek ataupun barang hasil produksinya di jiplak atau di plagiat oleh orang lain yang tadinya hanya dijadikan refrensi namun malah terlalu banyak kesamaan dari merek tersebut. Maka dari itu penting untuk memberikan edukasi hukum pada para pelaku UMKM agar mereka sebagai pelaku bisnis dan pemilik merek sadar bahwa merek yang mereka miliki memiliki esensi sebagai suatu kepemilikan kekayaan intelektual yang bisa dicatatkan sebagai aset mutlak pihak yang mendaftarkan merek tersebut agar dapat dilindungi oleh negara.

Minimnya tingkat pengetahuan masyarakat terkait masalah hak cipta ini juga perlu ditingkatkan, tidak hanya dari sisi kepemilikan sebuah merek sebagai kekayaan intelektual tetapi juga etika yang harus dimiliki sebagai pelaku bisnis. Hingga kini hak cipta masih dianggap suatu yang baru sehingga masyarakat yang dalam konteks ini merupakan pelaku bisnis UMKM belum memiliki banyak pengetahuan terkait pentingnya perlindungan hukum bagi bisnis yang mereka jalani terutama merek yang merupakan identitas dari UMKM yang dijalankan. Maka di perlukan adanya sosialisasi serta praktik untuk meningkatkan pengetahuan

masyarakat akan pentingnya perlindungan hukum pada bisnis yang mereka geluti. Sosialisasi ini selain bermaksud untuk mengedukasi terkait hak kekayaan intelektual atau merek sebagai aset bisnis tetapi juga mensosialisasi kan cara atau persyaratan yang diperlukan dalam mendaftarkan merek yang dimiliki pelaku bisnis sebagai kekayaan intelektual sehingga dilindungi oleh hukum sebagai suatu karya yang tidak bisa diambil alih seenaknya.

Minimnya pengawasan HKI sebagai badan yang bertanggung jawab terhadap hak cipta juga harus ditingkatkan, pada dasarnya karena minimnya pengawasan ini kebanyakan pelaku bisnis terutama yang kesadaran hukum dan pengetahuannya masih rendah akan melakukan plagiasi terhadap merek orang lain. Padahal seharusnya hal ini dapat diatur oleh HKI, sehingga para pelaku bisnis akan mendaftarkan mereknya untuk mengakui bahwa bisnisnya bukan hasil perenggutan hak kekayaan intelektual orang lain. Hal ini secara tidak langsung mungkin dilakukan, selain itu minimnya pengawasan HKI juga kurang efektif pada karya-karya yang sudah terdaftar untuk dilindungi. Sehingga para pelaku bisnis juga menyepelekan hal ini dan menganggap bahwa merek bukanlah suatu hal yang dilindungi oleh hukum, dan menggunakan merek orang lain tanpa izin padahal hal ini melanggar hukum.

Data yang disebarluaskan yang berkaitan dengan kepemilikan hak cipta juga minim, maka dari itu seharusnya untuk meningkatkan keinginan pelaku bisnis untuk mendaftarkan mereknya HKI sebagai badan yang bertanggung jawab terkait hal ini dapat memberikan data-data transparan mengenai HKI dan merek yang telah terdaftar sehingga tidak ada kesalahpahaman terhadap merek yang sudah terdaftar dan belum terdaftar. Manfaat yang didapatkan oleh pelaku bisnis setelah mendaftarkan mereknya juga minim, seharusnya pemanfaatan HKI dengan tujuan kepentingan komersil dan non komersil harus di beritahukan secara gamblang sehingga pelaku bisnis lain juga menyadari adanya manfaat yang mereka dapatkan ketika mendaftarkan mereknya sebagai hak kekayaan intelektual.

Maka dari itu diperlukan upaya-upaya seperti penyelenggaraan penyuluhan hukum atau sosialisasi undang-undang hak cipta kepada pelaku UMKM agar kesadaran hukum terkait dengan kepemilikan suatu merek sebagai aset kekayaan intelektual. Bahwa UUHC memiliki manfaat untuk selain memberikan perlindungan terhadap suatu karya berupa merek tetapi juga memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja serta inovasi di lingkungan bisnis yang sehat dengan minimnya persaingan yang tidak sehat pula. Selain itu kesadaran atas hukum baru para pelaku bisnis UMKM juga akan meningkat selain pendaftaran merek meningkat tetapi juga masyarakat akan sadar terkait dengan konsekuensi yang mungkin terjadi ketika melakukan pelanggaran terhadap merek yang telah terdaftar dan manfaat yang didapatkan ketika mendaftarkan merek bisnisnya.

Regulasi pemerintah daerah juga akan berperan dalam upaya peningkatan perlindungan hukum dengan adanya kemudahan regulasi untuk melindungi kekayaan intelektual yang ada dan berkembang di masyarakat dengan tolak ukur pemahaman atau kesadaran masyarakat terkait dengan undang-undang yang melindungi hak kekayaan intelektual mereka dan orang lain. Dalam konteks meningkatkan perlindungan hukum terhadap UMKM, di setiap daerah terdapat program pemerintah untuk mengakomodir UMKM seharusnya program ini juga dapat memberikan jalur atau mengarahkan para pelaku industri UMKM agar segera mendaftarkan merek dagangnya agar mendapatkan perlindungan hukum. Program ini seharusnya dapat ditingkatkan lagi agar lebih advance dalam meningkatkan para pelaku industri UMKM untuk dapat lebih peduli atau memperhatikan perlindungan hukum yang seharusnya mereka dapatkan bagi aset bisnis mereka.

Pendampingan akan pendaftaran merek sebagai hak kekayaan intelektual juga perlu dilakukan agar dapat mempermudah terbitnya sertifikat hak kekayaan intelektual terhadap merek atau ciptaan dagang yang dikembangkan oleh pelaku UMKM. Diperlukan juga partisipasi dari pelaku UMKM untuk bisa lebih peduli dan memperhatikan hak kekayaan intelektual mereka. Sehingga program-program yang telah di racang oleh pemerintah dapat terlaksana dengan baik dengan tujuan yang baik pula untuk dapat saling melindungi hak kekayaan intelektual. Namun, perlu digaris bawahi bahwa diperluka adanya transparansi terkait pembuatan sertifikat dari hak kekayaan intelektual ini perlu dihindari adanya segala bentuk pungli dan gratifikasi agar dapat memberikan hak masyarakat dengan mudah tanpa membedakan bentuk bisnis. Sehingga para pelaku UMKM akan lebih sadar bahwa pendaftaran atas merek yang mereka miliki sebagai hak kekayaan intelektual terjamin, terpercaya, serta mudah sehingga tidak ada alasan untuk tidak mendaftarkan merek yang mereka miliki.

Adapun previllage yang diberukan kepada para pelaku UMKM, sebagai bentuk kelonggaran yang diberikan oleh pemerintah agar menarik minat para pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagang mereka agar dapat dilindungi secara hukum. ini merupakan salah satu inovasi dari Dirjen KI untuk meminimalisir biaya registrasi merek UMKM.

Merek UMKM	Tarif Perkelas (Rp)	Merek Umum	Tarif Perkelas (Rp)
Secara elektronik (online)	500.000,-	Secara elektronik (online)	1.800.000,-
Secara non elektronik (manual)	600.000,-	Secara non elektronik (manual)	2.000.000,-

Sumber: <http://dgip.go.id/tarif-merek> diakses tanggal 2 April 2023

Tidak hanya pada tarif permohonan pembahasan merek aja tetapi juga biaya perpanjangan perlindungan merek kolektif terdaftar antara merek UMKM dan umum terdapat perbedaan yang cukup signifikan.

Merek UMKM	Tarif Perkelas (Rp)	Merek Umum	Tarif Perkelas (Rp)
Secara elektronik (online)	1.000.000,-	Secara elektronik (online)	2.250.000,-
Secara non elektronik (manual)	1.200.000,-	Secara non elektronik (manual)	2.500.000,-

Sumber: <http://dgip.go.id/tarif-merek> diakses tanggal 2 April 2023

Inisiatif kerjasama yang dilakukan oleh Ditjen KI Kementerian Hukum dan Ham dengan Kementerian koperasi dan UMKM juga dilakukan untuk memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam memberikan perlindungan terhadap merek dagang mereka secara hukum. 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 yang dilakukan adalah dikarenakan UMKM memiliki peran besar dalam mendorong perekonomian nasional, pemahaman terkait pentingnya perlindungan hukum terkait hak kekayaan intelektual dikalangan pelaku UMKM dari berbagai industri, koordinasi dan kerja sama yang diperlukan dalam upaya peningkatan kesadaran hukum serta pemanfaatan sistem hak kekayaan intelektual. Serta tujuan kerja sama ini dilakukan untuk dapat mewujudkan UMKM dengan orientasi perlindungan hukum hak kekayaan intelektual dengan kualitas dan daya saing yang mumpuni di pasaran global, serta meningkatkan koordinasi dan kerjasama sinergis dan produktif pada semua pihak yang terlibat dalam mengembangkan UMKM dan pemberdayaan sistem hak kekayaan intelektual secara nasional.

Selain itu telah diupayakan pemberian intensif terhadap pembiayaan pendaftaran merek UMKM dimana di atur berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI 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 Pemasarakatan 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.⁷

⁷ Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), hlm 9.

Adapun lingkup pemberian intensif mencakup beberapa pengajuan permohonan pendaftaran atas merek untuk maksimal tiga barang atau jasa dalam satu kelas disetiap permohonan. Pemberian ini ditujukan kepada para pelaku UMKM dengan beberapa syarat seperti, surat pernyataan sebagai bukti bahwa merek tersebut sebagai UMKM dengan materai yang sah, kemudian diperlukan syarat permohonan pengajuan pendaftaran berdasarkan undang-undang merek, yaitu; formulir, foto copy KTP 3 lembar, akta badan hukum/TBN 2 rangkap dilegalisasi oleh notaris, Contoh etiket merek ukuran minimal 2x2 cm, maksimal 9x9 cm (28 helai), Surat pernyataan disertai materai Rp. 6000,-, belum pernah mendapat bantuan dari pihak manapun, karya yang memenuhi kriteria, Surat Pengantar yang berasal dari Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM, jika pengajuan permohonan melalui Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM, Surat Rekomendasi yang berasal dari Kementerian atau Dinas jika berasal dari Kementerian atau Dinas dengan pelaksanaan pengajuan permohonan pemberian insentif selama 12 bulan.

Upaya ini merupakan langkah terbesar yang dapat diberikan untuk dapat membantu dan meyakinkan para pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagangnya sebagai aset bisnis yang dilindungi oleh undang-undang dan hukum yang berlaku. Upaya ini dilakukan sekaligus mendukung perkembangan pelaku UMKM di Indonesia agar dapat bersaing dengan ranah global yang lebih baik lagi. Program bantuan ini jelas berpengaruh baik bagi para pelaku UMKM namun tetap saja diperlukan pendampingan oleh program yang menaungi UMKM yang lebih banyak lagi untuk mengakomodir lebih banyak pelaku UMKM dengan perlindungan hukum yang seharusnya dimiliki untuk melindungi merek dagangnya sebagai aset bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat digaris bawahi upaya utama yang paling penting dilakukan ialah bentuk edukasi dan sosialisasi hukum untuk meningkatkan keinginan dan kesadaran pelaku UMKM untuk dapat melindungi merek dagang yang mereka miliki sebagai hak kekayaan intelektual agar dapat bersaing ke ranah bisnis yang lebih besar lagi sekaligus meningkatkan motivasi dan kinerja agar dapat bersaing bersih di lingkungan bisnis yang bersih pula. Sehingga dikarenakan pelaku usaha UMKM masih memiliki banyak keterbatasan dan aset pemerintah memang banyak memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis UMKM untuk mendaftarkan merek dagangnya untuk dilindungi oleh negara beberapa diantaranya memberikan kemudahan bagi pelaku industri UMKM untuk mendaftarkan merek, yaitu melalui kebijakan biaya registrasi merek UMKM yang lebih murah dibandingkan merek Non-

UMKM, melakukan kerjasama antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, memberikan insentif pembiayaan pendaftaran merek UMKM, serta pendaftaran merek kolektif industri UMKM. Maka dari itu, tinggal satu hal lain yang perlu diusahakan untuk melengkapi upaya perlindungan hukum terhadap pelaku UMKM ini, yaitu partisipasi masyarakat yang dalam konteks ini merupakan pelaku UMKM untuk lebih sadar hukum dan mendaftarkan merek dagangnya dan juga memanfaatkan upaya bantuan yang telah diselenggarakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Academia, A. (2023, February 19). Tujuan Hak Cipta dan Pentingnya di Era Modern - Ascarya Solution. Ascarya Solution. <https://ascarya.or.id/tujuan-dari-hak-cipta-adalah/#:~:text=Tujuan%20dari%20hak%20cipta%20adalah,dan%20penyalinan%20yang%20tidak%20sah.>
- Apriani, N., & Said, R. W. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 443234.
- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47-65.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), 1-11.
- Gorda, A. N. S. R. (2020). Sosialisasi Hak Cipta Dan Hak Merek Pada Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Sebagai Aset Bisnis di Era Industri Kreatif (Sosialisasi Hak Merek dan Hak Paten Pada Masyarakat Desa Celuk Kabupaten Gianyar). *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 27-31.
- Hak Cipta. (2023). Dgip.go.id. <https://dgip.go.id/menu-utama/hak-cipta/pengenalan#:~:text=Hak%20Cipta%20adalah%20hak%20eksklusif,dengan%20ketentuan%20peraturan%20perundang%20undangan.>
- Jamba, P. (2015). Analisis Penerapan Delik Aduan Dalam UU Hak Cipta Untuk Menanggulangi Tindak Pidana Hak Cipta Di Indonesia. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 3(1), 2339-1693.
- Jamba, P. (2015). Analisis Penerapan Delik Aduan Dalam UU Hak Cipta Untuk Menanggulangi Tindak Pidana Hak Cipta Di Indonesia. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 3(1), 2339-1693.
- Jaya, B. P. M., Fasyehhudin, M., & Naddifah, W. (2022). Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM. *JURNAL ILMIAH ADVOKASI*, 10(2), 98-105.
- Kanwil Jogja. (2022, January 6). Urgensi Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM. Kantor Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta | Kementerian Hukum Dan HAM Republik Indonesia. <https://jogja.kemenkumham.go.id/pusat-informasi/artikel/urgensi-pendaftaran-merek-dagang-bagi-pelaku-umkm>

ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora

Vol.1, No.2 April 2023

e-ISSN: 2962-8903; p-ISSN: 2962-889X, Hal 270-282

Seri Diskusi PKKI: “COPYRIGHT 101: Mengenali Hak Cipta di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014” - Pusat Kajian Kekayaan Intelektual. (2021, July 17). Pusat Kajian Kekayaan Intelektual. <https://fh.unair.ac.id/kekayaan-intelektual/seri-diskusi-pkki-copyright-101-mengenali-hak-cipta-di-indonesia-melalui-undang-undang-nomor-28-tahun-2014/>

UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Ekon.go.id. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>