
Perlindungan Merek Dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Bidang Ekonomi Kreatif di Indonesia

Faizah Bafadhhal

faizahbafadhhal@gmail.com

Evalina Alissa

evalinadasril@yahoo.com

Suhermi

suhermi633@gmail.com

Fakultas Hukum, Universitas Jambi

Abstract

Indonesia is currently experiencing rapid development in the creative economy sector. Various industries such as design, fashion, art, music, film, and others have become the backbone of creative economic growth in this country. One of the most valuable assets in the creative economy is a brand. Brand protection is very important to ensure the continued growth of Indonesia's creative economy. This research aims to determine and analyze the importance of trademark registration in the development of small and medium enterprises in the creative economy of Indonesia and trademark protection in the development of small and medium enterprises in the creative economy. The research results show the importance of registering a trademark, including: To obtain legal protection, exclusive rights to use the trademark, as a publicity tool (promotion), and also as a business opportunity. Brand protection in the development of micro, small, and medium enterprises in the creative economy sector in Indonesia can be done in two ways, namely preventive protection and repressive protection.

Keywords: Trademark Protection; Micro, Small, and Medium Enterprises

Abstrak

Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan pesat dalam sektor ekonomi kreatif. Berbagai industri seperti desain, fashion, seni, musik, film, dan lainnya telah menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi kreatif di negara ini. Salah satu aset yang paling berharga dalam ekonomi kreatif adalah merek. Perlindungan merek merupakan hal yang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis arti pentingnya pendaftaran merek dagang dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah bidang ekonomi kreatif di Indonesia dan perlindungan merek dagang dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah bidang Ekonomi Kreatif. Hasil Penelitian menunjukkan Arti penting dilakukannya pendaftaran merek yaitu antara lain: Untuk memperoleh Perlindungan Hukum, Hak Eksklusif Dalam Penggunaan Merek, Sebagai Alat Publisitas (Promosi) dan juga Sebagai Peluang Bisnis. Perlindungan Merek dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Ekonomi Kreatif di Indonesia dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu Perlindungan Preventif dan Perlindungan Represif.

Kata Kunci: Perlindungan Merek Dagang; Usaha Mikro Kecil dan Menengah

A. Pendahuluan

Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan pesat dalam sektor ekonomi kreatif. Berbagai industri seperti desain, fashion, seni, musik, film, dan lainnya telah menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi kreatif di negara ini. Salah satu aset yang paling berharga dalam ekonomi kreatif adalah merek. Perlindungan merek merupakan hal yang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia.

Merek menjadi suatu komponen yang penting dalam entitas barang dan/atau jasa karena merek dapat mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi barang dan/atau jasa dengan kelas maupun karakteristik yang sama maupun berbeda antara barang dan/atau jasa yang satu dengan yang lainnya.¹

Ketentuan mengenai merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis), di mana pada Pasal 1 Angka 1 disebutkan bahwa merek adalah suatu tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Selanjutnya dalam Pasal 1 Angka 2 disebutkan bahwa 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. Pada hakikatnya, merek merupakan suatu tanda. Namun untuk dapat dikatakan sebagai suatu merek, tanda tersebut harus memiliki daya pembeda agar dapat digunakan untuk membedakan merek yang satu dengan merek yang lain. Daya pembeda ini menjadi sifat yang khas dari merek tersebut.

Ketentuan mengenai UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Undang-Undang UMKM). Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah, di bawah naungan Kementerian Perindustrian membagi UMKM yang berkembang saat ini kedalam beberapa kategori, yaitu bidang pangan, barang dari kayu dan furniture, bidang kimia, sandang aneka dan kerajinan termasuk di dalamnya

¹ Ranti Fauza Mayana, Tisni Santika, dan Zahra Cintana, *Pengembangan Kekayaan Intelektual Dalam Bisnis Dan Industri Kreatif* (Bandung: PT Refika Aditama, 2023), hal. 40.

ekonomi kreatif, serta bidang logam, mesin, elektronika dan alat angkut.² Diantara kategori UMKM di atas, industri bidang ekonomi kreatif merupakan industri yang paling berpotensi untuk dikembangkan, mengingat sumber daya dari industri ini bersifat tidak terbatas, yaitu berdasarkan pada intelektualitas sumber daya manusia.

Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang berkaitan dengan produksi, distribusi, dan eksploitasi berbagai bentuk kreativitas, budaya, seni, dan inovasi. Ini mencakup beragam industri seperti seni pertunjukan, musik, seni rupa, film, televisi, desain, mode, arsitektur, periklanan, teknologi informasi, permainan video, kuliner, dan banyak lagi. Ekonomi kreatif mengandalkan daya kreasi manusia, intelektualitas, dan ekspresi budaya untuk menghasilkan nilai ekonomi.³ Karakteristik utama dari ekonomi kreatif adalah kemampuannya untuk menghasilkan nilai tambah melalui kreativitas, inovasi, dan ekspresi budaya. Seiring dengan perkembangan globalisasi, ekonomi kreatif tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang tak terbatas, tetapi juga mempromosikan keanekaragaman budaya, identitas lokal, dan pertukaran lintas budaya.⁴

Pelaku UMKM yang telah memiliki merek dagang sebaiknya segera mendaftarkan merek dagangnya tersebut sebagai dasar yang kuat untuk membedakan merek dagang yang digunakannya dengan produk sejenis. Pendaftaran akan merek dagang tersebut dapat dijadikan pembuktian kepemilikan hak merek, terutama jika suatu hari nanti terjadi perselisihan terkait kepemilikan hak menggunakan merek dagang yang bersangkutan.

Kepemilikan terhadap merek aset ekonomi bagi pemiliknya harus didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual untuk memperoleh sertifikat Hak Merek, sehingga dapat memperoleh perlindungan hukum. Pendaftaran atas merek di Indonesia menganut sistem konstitutif yang didasarkan pada prinsip pendaftaran pertama atau *First to File*. Artinya pihak yang mendapatkan perlindungan atas merek adalah pihak yang pertama kali mendaftarkan, bukan pihak yang pertama kali menggunakan merek.

Permasalahan yang kerap berlangsung yaitu para pelaku usaha UMKM kurang menghiraukan ataupun kurang paham terhadap bagaimana pentingnya pendaftaran merek. Mereka berpikiran bahwa pendaftaran merek itu tidak terlalu penting, karena mereka berpikiran kalau perlindungan merek tidak mempunyai akibat yang signifikan

² Kementerian Perindustrian, "Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka," 2023, <http://www.kemenperin.go.id/struktur/ikm>, diakses 10/05/2024.

³ Rahma Sandhi, "Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics* 1, no. 1 (2018), hal. 10.

⁴ Suci Lestari, Annalisa Y, dan Muhammad Syaifuddin, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Pada Pembangunan Ekonomi Kreatif Di Indonesia," *Veritas: Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum* 9, no. 2 (2023), hal. 65-80.

terhadap perkembangan bisnis mereka kedepannya. Tidak cuma itu, hal utama yang menyebabkan mereka tidak mendaftarkan merek karena dalam proses registrasi merek membutuhkan anggaran yang cukup besar serta proses pendaftarannya rumit. Sementara itu perlindungan merek merupakan perihal yang sangat berarti, merek tidak hanya selaku asset, dimana aset tersebut bisa menciptakan laba (*profit*) untuk owner merek, serta mejadi fasilitas pelengkap guna mencegah warga selaku pemakai akibat adanya pembajakan mutu produk tertentu. Sehingga pemakai hendak sangat dirugikan jika merek yang disangka bermutu, nyatanya dibuat serupa namun dengan mutu rendah oleh pihak berbeda.⁵

Tulisan ini mencoba untuk membahas mengenai perlindungan merek dagang dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah bidang Ekonomi Kreatif di Indonesia, dengan permasalahan yang di bahas adalah mengenai arti penting pendaftaran merek dagang pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah bidang ekonomi kreatif, serta mengenai perlindungan merek dagang dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah bidang Ekonomi Kreatif di Indonesia.

B. Pembahasan

1. Arti Pentingnya Pendaftaran Merek Dagang Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Bidang Ekonomi Kreatif di Indonesia

Merek sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi.⁶ Hak Merek merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual yang kepemilikannya dilindungi dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis).

Langkah pertama yang sangat penting dalam perlindungan merek adalah pendaftaran merek. Pemegang merek harus mendaftarkan merek mereka di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik untuk menggunakan merek tersebut dalam kaitannya dengan produk atau layanan yang mereka tawarkan. Proses pendaftaran haruslah efisien dan transparan agar mendorong lebih banyak pelaku

⁵ Abdul Atsar, "Perlindungan Hukum Terhadap Produk UMKM Melalui Hak Merek Sebagai Salah Satu Upaya Peningkatan Daya Saing Berbasis Kreativitas" (2017), file:///C:/Users/acer/Downloads/Paper tentang Hak Merek (1).pdf.

⁶ Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hal. 91.

ekonomi kreatif untuk melindungi merek mereka. Adapun hal ini bertujuan untuk mempercepat dan memudahkan proses pendaftaran merek, termasuk penggunaan *platform daring* untuk pengajuan dan pembayaran. Meningkatkan aksesibilitas informasi mengenai proses pendaftaran kepada masyarakat.⁷

Penentuan cara memperoleh hak atas merek bergantung pada sistem yang dipakai di suatu negara. Dalam pendaftaran hak merek, Indonesia menganut sistem konstitutif. Artinya, pihak yang memperoleh perlindungan atas merek adalah pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut dalam Daftar Umum Kantor Merek. Sistem konstitutif dalam pendaftaran merek lebih memberikan kepastian hukum bagi pendaftar (pemilik atau pemegang hak merek yang sah) karena kepadanya diberikan tanda bukti pendaftaran dan diterimanya sebagai merek dalam bentuk sertifikat sebagai bukti kepemilikan atas merek dan dianggap sebagai pengguna merek yang sah.

Merek yang telah didaftarkan juga diuntungkan ketika terjadi sengketa, karena dengan adanya sertifikat merek akan mempermudah proses pembuktian dibandingkan dengan merek yang tidak didaftarkan. Hal ini dikarenakan dalam pembuktian pada perkara perdata, bukti tertulis yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang merupakan alat bukti yang sempurna.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku ekonomi yang menjadi salah satu pilar dalam pembangunan ekonomi nasional. Kegiatan usaha yang dijalankan UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas pada masyarakat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial dan politik, maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar di Indonesia.

Permasalahan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada umumnya terletak pada sumber daya manusia, modal dan penguasaan teknologi modern. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif perlu mendapat perhatian yang besar baik dari pemerintah atau dinas terkait maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM.

⁷ Inge Dwisvimiari, *Pengaturan Doktrin Dilusi Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal Di Indonesia* (Yogyakarta: Mimbar Hukum Fakultas Hukum Gadjah Mada, 2019), hal. 66.

Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM berbasis ekonomi kreatif karena seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, UMKM kreatif memiliki peran yang penting dalam pengembangan ekonomi negara dan daerah.

Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya yang berdasarkan undang-undang merek harus didaftarkan ke Dirjen Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum Dan HAM RI untuk memperoleh sertifikat Hak Merek sehingga mendapatkan perlindungan hukum. Ketika suatu merek dagang telah mendapatkan perlindungan hukum, pemilik merek dapat melakukan upaya hukum apabila ada pihak lain yang menggunakan merek tersebut tanpa izin dan itikad yang baik. Hal ini akan membantu pelaku usaha dalam mencegah tindak pemalsuan serta penggunaan merek dagang secara ilegal yang dapat merugikan usahanya.

Pendaftaran merek dagang juga memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya dalam menggunakan merek dagang tersebut dalam menjalankan usahanya. Hak eksklusif yang diberikan oleh negara seharusnya dapat melindungi pemilik merek yang memiliki itikad baik serta memenuhi syarat yang ditentukan oleh undang-undang.⁸ Artinya pelaku usaha dapat menggunakan mereknya tanpa perlu khawatir ada pihak lain pada industri yang sama yang akan menggunakan merek yang sama atau serupa, yang dapat memicu terjadinya persaingan yang tidak sehat.

Selain memberikan perlindungan hukum dan hak eksklusif kepada pemiliknya, pendaftaran merek dagang juga merupakan aset berharga dalam suatu bisnis, terutama jika merek dagang tersebut memiliki reputasi yang baik serta telah dikenal luas oleh masyarakat. Merek dagang yang kuat juga dapat digunakan sebagai jaminan dalam memperoleh pembiayaan atau investasi bagi pelaku usaha UMKM, baik untuk tambahan modal maupun untuk ekspansi bisnis ke tempat yang baru. Merek yang telah didaftarkan juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga memudahkan pelaku usaha dalam melakukan ekspansi dan strategi pemasaran usahanya.

Sebagaimana diuraikan bahwa merek menjadi suatu komponen yang penting dalam entitas barang dan/atau jasa karena merek dapat mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi barang dan/atau jasa dengan kelas maupun karakteristik yang sama maupun berbeda antara barang dan/atau jasa yang satu dengan yang lainnya.

⁸ W Prabowo, R Pajrin, dan E Lamonti, "Perlindungan Hukum Pendaftar Pertama Hak Atas Merek (Hak Eksklusif)," *Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* 3, no. 1 (2023), hal. 6-12, <https://doi.org/10.56391/nomos.v3il.1470>.

Sebelum melakukan pendaftaran merek, sangat penting untuk terlebih dahulu melakukan pengecekan merek melalui situs web <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/> untuk memastikan merek yang hendak didaftarkan masih tersedia, dalam artian tidak sedang dalam status “terdaftar” oleh pihak lain. Pengecekan merek pun dapat dilakukan sebagai Upaya preventif untuk meninjau apabila terdapat kemiripan atau kesamaan, baik itu secara keseluruhan maupun pada pokoknya, antara merek yang akan didaftarkan dengan merek yang sudah terdaftar.⁹

Perlindungan hukum adanya suatu merek baru akan diperoleh apabila pemilik merek mendaftarkan mereknya ke kantor Direktorat Jendral HKI, dengan memenuhi beberapa persyaratan substantif yang tertuang dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, antara lain bahwa merek yang akan didaftarkan harus:¹⁰

1. Tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaa, atau ketertiban umum; dalam hal ini penggunaan tanda tersebut tidak boleh menyinggung perasaan, kesopanan, ketentraman, atau keagamaan dari khalayak umum atau dari golongan masyarakat tertentu;
2. Memiliki daya pembeda, dalam hal ini terhadap barang dan/atau jasa yang sejenis, disamping juga diharapkan bahwa merek yang didaftarkan tidak terlalu sederhana misalnya berupa tanda titik atau tanda garis saja;
3. Tidak menjadi milik umum, atau tanda yang bersifat umum;
4. Tidak merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, semisal mendaftarkan produk barang berupa kopi dengan merek kopi;
5. Tidak mempunyai persamaan pada pokoknya dan keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang terdaftar lebih dulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
6. Tidak mempunyai persamaan pada pokoknya dan keseluruhannya untuk merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa yang sejenis maupun yang tidak sejenis sepanjang ditetapkan lebih lanjut dalam peraturan pemerintah;
7. Tidak mempunyai persamaan pada pokoknya dan keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenali

⁹ Mayana, Santika, dan Cintana, *Pengembangan Kekayaan Intelektual Dalam Bisnis dan Industri Kreatif*, hal. 39.

¹⁰ Djulaeka, *Hak Kekayaan Intelektual, Teori dan Prinsip-Prinsip Umum* (Malang: Setara Press, 2021), hal. 56.

8. Tidak merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak
9. Tidak merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau symbol atau emblem negara atau Lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak berwenang
10. Tidak 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.

Adapun pernyataan administratif yang wajib dipenuhi oleh pemohon pendaftaran merek, adalah sebagai berikut:¹¹

- 1) Permohonan diajukan secara tertulis dan ditandatangani oleh pemohon atau kuasanya, serta mencantumkan persyaratan yang ada;
- 2) Harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Menurut Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis tersebut, hak atas merek adalah Hak Eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan.

Dilakukannya pendaftaran atau registrasi Merek adalah hal mendasar yang harus dilakukan dalam usaha khususnya bagi pelakon 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.¹²

Arti penting dilakukannya pendaftaran merek dengan antara lain, yaitu:

1. Memperoleh Perlindungan Hukum

¹¹ Djulaeka, *Hak Kekayaan Intelektual, Teori dan Prinsip-Prinsip Umum*, hal. 56.

¹² Ida Ayu Sri Mas Prawreti dan Anak Agung Sri Indrawati, "Pendaftaran Merek Sebagai Perlindungan Hukum Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *Jurnal Kertha Wicara* 11, no. 2 (2022), hal. 1-12.

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.¹³ Perlindungan hukum atas merek berlaku sesudah melakukan pendaftaran ke Ditjen KI, saat permohonan dikabulkan Ditjen KI maka perlindungan hukum atas merek resmi berlaku.¹⁴ Merek tercatat memperoleh proteksi hukum dengan masa 10 tahun dan bisa dilanjutkan dengan masa yang sama.¹⁵ 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 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, jasa yang tengah dibuat dan diperjual belikan. Kemudian proteksi merek tercatat dipublikasikan pada “Berita Resmi Merek”. Proteksi hukum hanya diberikan kepada pemilik merek Beritikad baik, karena walaupun pemilik merek telah memiliki sertifikat bukti kepemilikan namun apabila terbukti pemilik merek beritikad buruk maka bisa dimintai peniadaan dan pencabutan merek.¹⁶

2. Hak Eksklusif Dalam Penggunaan Merek.

Menurut Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, Hak atas merek adalah Hak Eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan.

¹³ Prawreti dan Indrawati, hal. 1-12.

¹⁴ Prawreti dan Indrawati, hal. 1-12.

¹⁵ Prawreti dan Indrawati, hal. 1-12.

¹⁶ Prawreti dan Indrawati, hal. 1-12.

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 di daftarkan atas masa dan ketentuan eksklusif. Persetujuan lisensi harus mengajukan inventarisasi kepada Menteri Hukum dan HAM 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 ketetapan langsung maupun tidak langsung dimana hal tersebut dapat memicu resiko yang akan merugikan dan membebani ekonomi Negara.¹⁷

3. 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.¹⁸

4. 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 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.¹⁹

5. Menghambat Pemakaian Merek Tanpa Persetujuan

Berdasarkan Pasal 83 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa Pemegang hak Merek tercatat berhak menyodorkan tuntutan ganti rugi ke Pengadilan Niaga dan menganjurkan pemberhentian seluruh aktivitas nan bersangkutan atas pemakaian Merek”. Terlebih pemilik merek mempunyai hak mengadakan delik pidana tertera ataupun mengakhiri perkara melalui arbitrase maupun alternatif mengakhiri perkara lainnya sebagai mana diatur dalam Pasal 93.

¹⁷ Prawreti dan Indrawati, hal. 1-12.

¹⁸ Prawreti dan Indrawati, hal. 1-12.

¹⁹ Prawreti dan Indrawati, hal. 1-12.

Adapun manfaat atas registrasi Merek adalah dapat mengenali asal barang, jasa dari satu industri dengan industri lainnya, lewat merek, produsen bisa memberi kredibilitas atas mutu produk yang diciptakan, guna menghambat persaingan yang kurang efektif lantaran produsen lain yang mempunyai hasrat jahat yang berniat mendompleng nama baiknya memberikan tingkat informasi eksklusif tentang barang dan jasa yang diproduksi, merek yang disuport menggunakan alat promosi memicu produsen mempunyai kapasitas guna menstimulus keinginan pelanggan, sekalian menjaga kesetiaan pengguna.

Namun tidak seluruh pendaftaran merek yang diajukan oleh pemohon dapat diterima untuk didaftarkan. Merek tidak bisa didaftarkan bila memuat faktor berikut:

- a) Berlawanan dengan tata susila dan keadilan
- b) Tak mempunyai energi pembanding
- c) Sudah sebagai kepunyaan universal
- d) Menggambarkan informasi maupun berhubungan pada barang dan jasa yang dimohonkan registrasi.²⁰

Berdasarkan Undang – Undang Merek dan Indikasi Geografis termuat 2 perihal yang menimbulkan satu merek tidak diperkenankan registrasinya, sebab merek tidak bisa dicatatkan serta merek tertera tidak di terima. Disebutkan dalam Pasal 20 Undang - Undang tersebut bahwa merek yang tidak dapat dicatatkan adalah merek yang berlawanan dengan gagasan Negara, peraturan Undang-Undang, integritas, akidah, tata susila, atau keadilan. Sedangkan berdasarkan Pasal 21, suatu merek bisa ditolak apabila satu merek memiliki kemiripan yang signifikan terkait totalitas dan pokoknya dengan Merek tercatat yang dimiliki oleh pihak lain atau yang dimohonkan lebih dulu oleh pihak lainnya terkait barang, jasa serupa.

2. Perlindungan Merek Dagang Dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Bidang Ekonomi Kreatif

Perlindungan pada merek produk UMKM yang sesuai dengan ketentuan Undang – undang Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, lebih memotivasi kerja dan berimplikasi positif dalam meningkatkan daya saing sehingga menungkatkan pendapatan. Untuk memberikan perlindungan merek dagang barang-barang hasil produksi UMKM maka diadakan Kerjasama antara Departemen Hukum Dan HAM RI dengan

²⁰ Ni Ketut Supasti Dharmawan dkk., *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual (HKI)* (Yogyakarta:Deepublish, 2016), hal. 56.

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Dan Menengah RI Nomor : M- 10-UM .06.07.TH 2006 06/NK/M.KUKM/IV/2006 Tentang Peningkatan Pemahaman dan Pemanfaatan Sistem Hak Kekayaan Intelektual yang didalamnya terdapat perlindungan merek dagang bagi Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah. Pertimbangan 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 sistem Hak Kekayaan Intelektual (khususnya Hak Merek) di kalangan pelaku UMKM sektor industri makanan seperti jenang masih perlu disosialisasikan
- 3) Koordinasi dan kerjasama yang sinergi antara para pihak dan upaya peningkatan penyebarluasan, pemahaman dan pemanfaatan sistem Hak kekayaan Intelektual belum optimal dalam perlindungan merek dagang produk makanan.

Tujuan diadakannya kerjasama tersebut yaitu untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta pemanfaatan sistem HKI khususnya merek dagang di kalangan pelaku UMKM, mewujudkan UMKM yang berorientasi HKI khususnya Hak Merek, memiliki kualitas dan daya saing yang tinggi dalam persaingan global serta untuk meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang sinergis dan produktif antara para pihak dalam mengembangkan UMKM dan memberdayakan sistem Hak Kekayaan Intelektual Nasional.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah dalam rangka melindungi dan memberdaya Usaha Mikro Kecil dan Menengah diantaranya:

1. Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha;
2. Peningkatan kapasitas SDM melalui Bimbingan Teknis;
3. Peningkatan produktifitas dan penguasaan teknologi melalui bantuan sarana dan prasarana produksi, ijin Depkes (P-IRT), Sertifikasi Merek Dagang, dan Sertifikasi Label Halal;
4. Pengembangan akses pemasaran melalui:
 - a. Bantuan peralatan sarana usaha
 - b. Bantuan sarana kemasan produk
 - c. Fasilitas sarana pemasaran melalui IT (Informasi Teknologi)

d. Kontak dagang, pameran dan pasar rakyat.²¹

Dengan memperhatikan hal tersebut di atas, diperlukan suatu perlindungan atas merek yang diproduksi oleh UMKM sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan hukum terhadap merek tersebut tidak hanya bertujuan untuk menguntungkan produsen, namun juga untuk melindungi konsumen. Sehingga perlindungan terhadap merek harus diatur dengan tegas agar dapat melindungi konsumen dari pemalsuan atas barang maupun jasa yang menggunakan merek secara tidak sah. Perlindungan hukum terhadap merek juga diberikan guna meningkatkan daya saing yang sangat berkaitan dengan upaya pembukaan pasar ekspor.

Perlindungan atas merek terdaftar yaitu adanya kepastian hukum atas merek terdaftar, baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan sebagai alat bukti bila terjadi segketa pelanggaran atas merek terdaftar²² Pendaftaran akan suatu merek merupakan keharusan dalam Undang - Undang Merek dan Indikasi Geografis yang menganut sistem konstitutif, bahwa apabila semua syarat pendaftaran sudah terpenuhi semua dan permohonn dikabulkan, secara otomatis hak eksklusif akan diperbolehkan oleh si pendaftar/pemohon.²³

Undang - Undang Merek dan Indikasi Geografis membuat pergeseran ketentuan dengan mengatur hak atas merek diberikan secara konstitutif atau "*first to file system*", Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Perlindungan hukum atas merek melalui sistem konstitutif, atau yang dikenal pula dengan asa "*prior in filling*" dan "*presumption of ownership*", sebagaimana yang diatur dalam Pasal 3 Undang - Undang Merek dan Indikasi Geografis hanya akan diberikan kepada pihak yang melakukan pendaftaran merek dan telah memenuhi seluruh persyaratan serta melalui segala proses yang diperlukan sampai pada tahap diterbitkannya sertifikat merek oleh DJKI sebagai dokumen bukti kepemilikan KI yang sah dan tercatat.²⁴

Untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek melalui sistem konstitutif, terdapat persyaratan, prosedur, serta biaya yang perlu dilakukan dan dipersiapkan oleh pemohon sebagaimana yang diatur melalui ketentuan Undang - Undang Merek dan Indikasi Geografis dan lebih lanjut melalui ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan Hak

²¹ Chandra Purnama, *Perlindungan Hukum Produk UMKM Melalui HKI (Hak Kekayaan Intelektual)* (Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2010).

²² Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, hal. 93.

²³ Djulaeka, *Hak Kekayaan Intelektual, Teori dan Prinsip-Prinsip Umum*, hal. 58.

²⁴ Mayana, Santika, dan Cintana, *Pengembangan Kekayaan Intelektual dalam Bisnis dan Industri Kreatif*, hal. 37.

Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.

Menurut Ranti Fauza, Tisni Santika dan Zahra Cintana menyebutkan bahwa terdapat 2 (dua) bentuk perlindungan hukum, termasuk perlindungan hukum merek, yang dibedakan menjadi perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada Masyarakat melalui pengalokasian kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingan tersebut. Kedua bentuk perlindungan hukum merek yang bersifat preventif dan represif adalah sebagai berikut:²⁵

1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum merek secara preventif merupakan perlindungan hukum oleh pemerintah yang bersifat mencegah sebelum terjadinya pelanggaran melalui pendaftaran Kekayaan Intelektual sebagai suatu pengakuan atas HKI seseorang dengan diterbitkannya sertifikat pendaftaran. Hal semacam ini akan mencegah pihak lain untuk menjiplak produk pemegang hak sehingga pemegang hak dapat memperoleh keuntungan dan/atau manfaat ekonomi secara penuh. Dalam rangka memberikan perlindungan hukum merek secara preventif, pemerintah, dalam hal ini DJKI, memberikan penyuluhan, sosialisasi, dan pemfasilitasian pendaftaran merek kepada para pelaku usaha dengan secara intensif melakukan sinergitas dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Koperasi dan UMK.

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum merek secara represif merupakan suatu pemberian hukuman, baik itu berupa sanksi, denda, penjara, dan/atau hukuman tambahan, sebagai bentuk perlindungan hukum terhadap merek yang dilakukan setelah terjadi sengketa maupun pelanggaran. Hal tersebut dapat terjadi karena meskipun suatu merek telah terdaftar, tidak menutup kemungkinan tetap terdapat pihak lain yang beritikad tidak baik melakukan peniruan maupun penjiplakan, bisa saja ada kemungkinan merek yang telah terdaftar tersebut terlebih dahulu sudah digunakan oleh pihak lain, tetapi belum didaftarkan oleh yang bersangkutan. Oleh karena itu, DJKI berkomitmen memberikan bantuan kepada Masyarakat dengan

²⁵ Mayana, Santika, dan Cintana, hal. 44-45.

cara memnindaklanjuti pelanggaran terhadap KI, tentunya dengan prosedur yang berlaku, dengan penjabaran sebagai berikut:

- a. Pengajuan permohonan terhadap pelanggaran KI yang ditujukan kepada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektuan Republik Indonesia maupun kantor wilayah setempat
- b. PPNS (Penyidik Pegawai Negeri Sipil) akan menindaklanjuti permohonan terhadap pelanggara KI dan DJKI untuk kemudian mengirimkan petugas yang akan menyelidiki kebenaran pelanggaran tersebut ke lapangan
- c. Berkas pengajuan permohonan akan dilimpahkan ke Pengadilan Niaga Provinsi atau Pegadilan Niaga terdekat tempat terjadinya pelanggara apabila memang dinyatakan benar terjadi suatu pelanggaran
- d. Pengadilan Niaga akan memproses berkas perkara dan melakukan sudah untuk memutuskan hasil dari perkara pelanggaran KI beserta dengan penjatuhan hukuman atas pelanggaran tersebut; dan
- e. Pihak DJKI dan Kementerian Hukum da Hak Asasi Manusia Republik Indonesia akan menjadi saksi ahli dalam sidang pelanggaran KI tersebut.

Perlindungan hukum terhadap merek yang sudah terdaftar adalah dalam jangka waktu 10 (sepuluh) tahun dan berlaku surut terhitung sejak tanggal penerimaan merek.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka terdapat Upaya preventif melalui pendaftaran merek yang dapat dilakukan untuk menimbulkan kesadaran masyarat agar segera mendaftarkan merek, sehingga alangkah lebih baik apabila pelaku usaha memilih untuk menempuh Langkah preventif melalui pendaftaran merek daripada harus melakukan hal-hal bersifat represif di kemudian hari yang dapat menimbulkan kerugian.

C. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis uraikan, maka dapat diambil kesimpulan adalah bahwa arti penting dilakukannya pendaftaran merek dagang antara lain yaitu: a. Untuk memperoleh Perlindungan Hukum; b. Hak Eksklusif Dalam Penggunaan Merek; c. Sebagai Alat Publisitas (Promosi); d. Sebagai Peluang Bisnis dan juga; e. sebagai Penghambat Penggunaan Merek Tanpa Persetujuan. Selanjutnya, perlindungan merek dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Ekonomi Kreatif Di Indonesia dapat dilakukan dengan dua cara yaitu: a. Perlindungan Hukum Preventif, di mana perlindungan hukum merek secara preventif merupakan perlindungan hukum oleh

pemerintah yang bersifat mencegah sebelum terjadinya pelanggaran melalui pendaftaran Kekayaan Intelektual sebagai suatu pengakuan atas HKI seseorang dengan diterbitkannya sertifikat pendaftaran. Selanjutnya adalah b. Perlindungan Hukum Represif, di mana perlindungan hukum merek secara represif merupakan suatu pemberian hukuman, baik itu berupa sanksi, denda, penjara, dan/atau hukum tambahan, sebagai bentuk perlindungan hukum terhadap merek yang dilakukan setelah terjadi sengketa maupun pelanggaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Atsar, Abdul. "Perlindungan Hukum Terhadap Produk UMKM Melalui Hak Merek Sebagai Salah Satu Upaya Peningkatan Daya Saing Berbasis Kreativitas," 2017. file:///C:/Users/acer/Downloads/Paper tentang Hak Merek (1).pdf.
- Dharmawan, Ni Ketut Supasti, Wayan Wiryawan, Ngakan Ketut Dunia, Nyoman Daemadha, Nyoman Mudana, Sagung Wiratni Dharmasi, Ayu Sukihana, Sri Indrawati, dan Putra Atmadja. *Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*. Yogyakarta:Deepublish, 2016.
- Djulaeka. *Hak Kekayaan Intelektual, Teori dan Prinsip-Prinsip Umum*. Malang: Setara Press, 2021.
- Dwisvimiar, Inge. *Pengaturan Doktrin Dilusi Merek sebagai Upaya Perlindungan Hukum Merek Terkenal di Indonesia*. Yogyakarta: Mimbar Hukum Fakultas Hukum Gadjah Mada, 2019.
- Kementerian Perindustrian. "Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka," 2023. <http://www.kemenperin.go.id/struktur/ikm>.
- Lestari, Suci, Annalisa Y, dan Muhammad Syaifuddin. "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek pada Pembangunan Ekonomi Kreatif di Indonesia." *Veritas: Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum* 9, no. 2 (2023): 65–80.
- Mayana, Ranti Fauza, Tisni Santika, dan Zahra Cintana. *Pengembangan Kekayaan Intelektual dalam Bisnis dan Industri Kreatif*. Bandung: PT Refika Aditama, 2023.
- Prabowo, W, R Pajrin, dan E Lamonti. "Perlindungan Hukum Pendaftar Pertama Hak Atas Merek (Hak Eksklusif)." *Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* 3, no. 1 (2023): 6–12. <https://doi.org/10.56391/nomos.v3il.1470>.
- Prawreti, Ida Ayu Sri Mas, dan Anak Agung Sri Indrawati. "Pendaftaran Merek sebagai Perlindungan Hukum pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah." *Jurnal Kertha Wicara*

11, no. 2 (2022): 1-12.

Purnama, Chandra. *Perlindungan Hukum Produk UMKM Melalui HKI (Hak Kekayaan Intelektual)*. Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2010.

Sandhi, Rahma. "Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif." *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics* 1, no. 1 (2018): 10.

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