

ANALISIS HUKUM TERHADAP PERLINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI BIDANG MEREK BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)

Siti Herdiana Ningsih¹⁾, Sri purwaningsih²⁾

¹⁾Program Studi Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Dosen Program Studi Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis: siherrr31@gmail.com, sribudi@umsida.ac.id

I. PENDAHULUAN

HKI dan produk perdagangan saat ini memiliki hubungan yang sangat erat. Untuk sampai ketangan konsumen, produk perdagangan yang berkaitan dengan investasi dalam bidang teknologi memerlukan Hak atas Paten, sedangkan untuk membedakan kualitas produk perdagangan dari sisi keterjaminan original dan labeling maka diperlukannya Hak atas Merek, dan dalam halnya membentuk suatu kreasi berwujud yang berkaitan dengan seni pada produk perdagangan, agar kreasi tersebut memiliki kekuatan yang tetap maka diperlukan Hak atas Desain. Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa produk perdagangan memiliki hubungan keterkaitan dengan HKI dari awal proses produksi hingga sampai ke tangan konsumen.[1] Dalam dunia perdagangan, merek sebagai salah satu bentuk kekayaan intelektual telah digunakan sejak ratusan tahun yang lalu dan mempunyai peranan yang penting dalam membedakan asal usul barang dan jasa. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali mereklah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut.[2] Perkembangan kegiatan perdagangan barang dan jasa di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan karena perkembangan teknologi informasi dan sarana transportasi yang menyebabkan aktivitas di sektor perdagangan, baik barang maupun jasa mengalami perkembangan yang sangat signifikan.

Kecenderungan meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa akan terus berlangsung sejalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat.[3] Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang akrab hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting. Dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya serta jaminan bahwa produk itu orisinal. Kadangkala yang membuat suatu produk itu menjadi mahal bukan karena produknya itu sendiri, tetapi karena mereknya.[4] Khususnya mengenai hak merek secara eksplisit disebut sebagai benda immaterial dalam konsiderans Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, bagian “Menimbang” butir a, yang berbunyi : “Bahwa didalam era persagangan global, sejalan dengan konvensi – konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri.” Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan bahwa UMKM yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif.[5] Dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi diberlakukan upaya-upaya, antara lain meningkatkan, memperluas, menetapkan, dan mengamankan segala bentuk produk baik barang maupun jasa termasuk aspek investasi dan hak atas kekayaan intelektual yang berkaitan dengan perdagangan serta meningkatkan kemampuan daya saing terutama dalam perdagangan internasional.

Karena kurangnya kepekaan dan tidak memberikan perlindungan terhadap produk yang dimiliki, pada akhirnya banyak dari produk-produk Indonesia khususnya produk-produk yang memiliki nilai tradisional yang ide-ide dan desainnya dicuri oleh pihak luar.[6] Mungkin bangsa Indonesia kurang menyadari bahwa perlindungan HKI membawa nilai ekonomi yang tinggi apabila sudah masuk dalam dunia perdagangan. UMKM merupakan pelaku ekonomi nasional yang mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memegang peran penting dalam era globalisasi.[7] Upaya perlindungan dapat dilakukan dengan cara pengajuan pendaftaran atas produk-produk UMKM yang memenuhi syarat untuk dapat diberikan HKI sehingga konsekuensinya, pemerintah / Negara akan memberikan perlindungannya seperti paten, hak cipta, merek, desain industri, serta rahasia dagang. Manfaat perlindungan HKI terhadap UMKM antara lain dapat meningkatkan nilai tambah bagi produk serta pengusaha termasuk perolehan atas hak istimewa yang dipegang oleh UMKM. Penumbuhan kesadaran masyarakat terhadap HKI dalam UMKM perlu diupayakan terus menerus agar terciptanya produk UMKM yang mampu bersaing dalam pasar bebas dan menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Seringkali terjadi sengketa merek muncul lantaran beberapa hal, antara lain

karena pengusaha tidak segera mendaftarkan mereknya sehingga dimanfaatkan pihak lain, ataupun sengketay yang disebabkan adanya pihak yang tidak beritikad tidak baik yang dengan sengaja mendaftarkan merek-merek terkenal atau menguntungkan, untuk tujuan mendompleng kepopuleran atau mencari kompensasi uang/ganti rugi di kemudian hari. [8]

Sebenarnya pengusaha-pengusaha di Indonesia terutama pengusaha UMKM sudah semakin sadar akan pentingnya mendaftarkan merek produknya. **Salah satu contoh** masalah yang dihadapi pelaku usaha UMKM Salah satu kasus gugatan merek yang diajukan oleh pelaku usaha UMKM adalah putusan No 27/Pdt.Sus/Merek/2018/PN Niaga Jkt. Pst. Yaitu gugatan Ny SITI WARDAH, yang berawal Pertama kali Merek “Mawar Super Laundry” disingkat “MSL” dari Ide, dan diciptakan formulanya dari Penggugat pada tanggal, Penggugat membuat stiker label kemasan pada tanggal, 1 Juni 2013 kepada saudara Sumantri, nama “Mawar Super Laundry (MSL) ter-inspirasi dari nama Penggugat sendiri yaitu “Wardah” yang dalam Bahasa Arab artinya: “Bunga mawar”.; Dengan adanya merek ”Mawar Super Laundry” (MSL) yang dimiliki oleh Penggugat produknya berkembang pesat sampai ke berbagai daerah di Indonesia, maka Tergugat II mempunyai ide dan niat Iktikad tidak baik dengan menyuruh saudara kandungnya Tergugat I untuk mendaftarkan merek ”Mawar Super Laundry” yang waktu itu Tergugat II telah mengetahui kalau merek Mawar Super Laundry (MSL) milik Penggugat belum didaftarkan kepada Turut Tergugat, tujuannya untuk mengecoh Penggugat, apabila suatu saat merek yang didaftarkan Tergugat I memperoleh sertifikat, maka Penggugat akan kesulitan menduga, bahwa pelakunya adalah Tergugat II, maka dengan demikian jelas Tergugat II, dan Tergugat I mempunyai Iktikad tidak baik, hal tersebut telah melanggar ”surat pernyataan” yang telah dibuat Tergugat I waktu mengajukan permohonan pendaftaran merek; Kasus gugatan merk ini diputus dengan putusan Nomor Studi Putusan No 27/Pdt.Sus/Merek/2018/PN Niaga Jkt, dengan amar putusan dalam pokok perkara : Mengabulkan gugatan Penggugat NY. SITI WARDAH tersebut, untuk sebahagian, Menyatakan Tergugat I mempunyai ”Iktikad Tidak Baik” dalam melakukan pendaftaran merek ”Mawar Super Laundry” Nomor IDM000612703, tertanggal, 16 April 2018, dalam kelas barang 3: Menyatakan Tergugat II, dan Tergugat III turut serta mempunyai ”Iktikad tidak baik” dengan menyuruh Tergugat I untuk mendaftarkan merek ”Mawar Super Laundry” Nomor IDM000612703, Kelas barang: 3, tertanggal, 16 April 2018; . Menyatakan Merek ”Mawar Super Laundry” milik Tergugat I Nomor IDM000612703, tertanggal, 16 April 2018, Kelas barang: dinyatakan batal dengan segala akibat hukumnya; Urgensi pendaftaran merek bagi pelaku usaha kecil saat ini sangat penting, dikarenakan banyak nya kasus gugatan sengketa merek yang terjadi pada pelaku usaha kecil dan menengah. Salah satu contohnya adalah kasus gugatan ”Mawar Super Laundry”. [9]

Dari penjelasan di atas perlu adanya penelitian terdahulu untuk dijadikan bahan acuan dalam penyusunan artikel ilmiah oleh penulis saat ini dan juga sebagai pembeda antara penelitian terdahulu dengan saat ini. Sehingga penulis yang tertera saat ini yakni Oleh Adelia Dwi Anggraeni dengan judul “*Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pada usaha mikro kecil menengah di bidang pengrajin batn dan kuliner*”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kurangnya pemahaman adalah akibat dari masih kurang intensifnya sosialisasi tentang HKI oleh pemerintah dan oleh mereka yang memiliki kapabilitas dan akses HKI. Penelitian selanjutnya Oleh Dwi Nurahman dengan judul “*Urgensi Perlindungan Hukum Atas HKI bagi pelaku UMKM Industri Kreatif Di kabupaten Mesuji*” kesimpulan yang di dapat dari penelitian ini adalah peran pemerintah daerah setempat dalam mendukung UMKM di Kabupaten Mesuji khususnya kuline. Mayoritas pelaku UMKM di kabupaten mesuji belum mendaftarkan potensi HKI nya menjadi HKI, karena minimnya pemahaman dan pengetahuan mereka tentang apa itu HKI serta apa saja keuntunganya yang bisa mereka dapatkan ketika HKI telah di daftarkan. Selanjutnya dari kajian penelitian Oleh Tasya Ramadhani yang berjudul “*Perlindungan hukum terhadap produk usaha mikro kecil menengah terkait merk hyang tidak di daftarkan di indonesia*”. Kesimpulan yang di dapat Perlindungan hukum suatu merek pada awalnya melindungi merek hanya sebagai simbol untuk mengidentifikasi sumber produk. Dimaksudkan berfungsi untuk menjaga reputasi bisnis bagi pemegang hak merek yang mengaitkan produk dan/atau jasa menggunakan merek tersebut pada jangka panjang. Oleh karena itu, pihak pertama yang terlibat memiliki hak eksklusif untuk mendaftarkan merek tersebut ke Kantor Merek. Sistem konstitutif tersebut diterapkan oleh Undang-Undang No 15 Tahun 2001 tentang Merek dikarenakan sistem konstitutif tersebut mengandung kepastian hukum.[8] Pihak yang semula yang mendaftarkan merek tersebut mempunyai hak atas merek tersebut serta berhak mengizinkan pihak lain untuk menggunakan merek tersebut. Dengan demikian posisi penelitian ini berbeda dengan penelitian yang terdahulu, karena penelitian ini menjabarkan lebih luas problematika yang di hadapi oleh pelaku UMKM saat ini dan bagaimana upaya perlindungan dari HAKI dibidang hak merek. Hal ini sangat penting dibahas karena mengingat banyaknya permasalahan yang ada di lapangan saat ini, banyaknya UMKM Di berbagai bidang industri yang belum sadar dan peka untuk mendaftarkan hak merk dagang atas produk yang di hasilkannya, maka penulis ingin membahas lebih luas. Terkait bagaimana prosedur dan pendaftaran dalam pengurusan HAKI dibidang merk. [10]

II. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana sistem perlindungan merek bagi pemilik merek yang tidak terdaftar dalam Undang-Undang Merek?
2. Bagaimana pertanggungjawaban pemerintah dan atau pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan tersebut?

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif (normative legal research), yakni penelitian hukum untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Penelitian hukum normatif dilakukan untuk mencari pemecahan masalah atas isu hukum yang ada. Hasil dari penelitian ini adalah memberikan preskripsi tentang rumusan masalah yang diajukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] “Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) (STUDI PUTUSAN NOMOR 646 K/Pst.Sus-HKI/2021),” *Iuris Stud. J. Kaji. Huk.*, Sep 2021, doi: 10.55357/is.v2i3.186.
- [2] I. Inayah, “Kesadaran Hukum Umkm Terhadap Ketentuan Di Bidang Kekayaan Intelektual,” *Law Justice*, vol. 4, no. 2, hlm. 120–136, Nov 2019, doi: 10.23917/laj.v4i2.8942.
- [3] T. Hidayat, M. Muskibah, dan I. Fathni, “Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada UMKM,” *Zaaken J. Civ. Bus. Law*, vol. 3, no. 3, Nov 2022, doi: 10.22437/zaaken.v3i3.18845.
- [4] S. Sulasno, “Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap Umkm Sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan,” *Ajudikasi J. Ilmu Huk.*, vol. 2, no. 2, hlm. 173, Des 2018, doi: 10.30656/ajudikasi.v2i2.958.
- [5] D. Sulistianingsih, “PENGUATAN UMKM MELALUI KEKAYAAN INTELEKTUAL DI ERA PERSAINGAN BEBAS”.
- [6] H. Kusmanto dan W. Warjio, “Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah,” *JUPIIS J. Pendidik. ILMU-ILMU Sos.*, vol. 11, no. 2, hlm. 324, Des 2019, doi: 10.24114/jupiis.v11i2.13583.
- [7] A. D. Anggraen, B. Santoso, dan A. P. Prabandari, “Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bidang Pengrajin Batik dan Kuliner,” *Notarius*, vol. 14, no. 2, hlm. 650–665, Des 2021, doi: 10.14710/nts.v14i2.43711.
- [8] A. Siregar, Ok. Saidin, dan J. Leviza, “Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah,” *Locus J. Acad. Lit. Rev.*, hlm. 161–169, Jul 2022, doi: 10.56128/ljoalr.v1i3.64.
- [9] Y. Sudarwati dan V. E. Satya, “STRATEGI PENGEMBANGAN MEREK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH,” vol. 4, no. 1, 2013.
- [10] D. Nurahman, S. Nurhadi, T. Malagano, D. Herlambang, dan P. Wanindra, “URGENSI PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HKI BAGI PELAKU UMKM INDUSTRI KREATIF DI KABUPATEN MESUJI”.