Strategi Perlindungan Merek Dagang Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Kalimantan Barat Dalam Perspektif Hukum Bisnis

Trademark Protection Strategy for Small And Medium Enterprises (MSMES) In West Kalimantan From a Bussiness Law Perspective

Bujang Ali^{1*}, R S Mohammad Al Amin BA², Muhammad Reza Fahlevi³,
Dipo Setia Hady Akbar Jaya⁴, Wahyudi⁵

Email: bujangali@upb.ac.id, 1977ptk@gmail.com, echa-superpippo@yahoo.com,
diposetiahady8@gmail.com, Adv.wahyudi.partners@gmail.com

^{1,2,3,4,5} Universitas Panca Bhakti, Indonesia

*Corresponding Author E-mail: bujangali@upb.ac.id

History: Submitted: 5 Januari 2025, Revised: 25 Januari 2025, Accepted: 25 Februari 2025

ABSTRACT

This research examines the legal protection of trademarks for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in West Kalimantan. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are national economic actors who have an important role in the development of the Indonesian economy. It has been proven that MSME business activities are able to expand employment opportunities and provide broad economic services to the community. MSMEs are one of the main pillars of the national economy, making a positive contribution to economic growth and dominating the structure of the national economy. Bank Indonesia data MSMEs have a proportion of 56,534,592 units or 99.99% of the total number of business actors in Indonesia and contribute around 60% of GDP accumulated from various MSME economic sectors. The main focus of the research is analyzing efforts to protect MSME trademarks from acts of piracy and unauthorized use, creating trademark protection strategies for MSME business actors in West Kalimantan such as developing simple and affordable brand registration mechanisms, ongoing legal education programs, establishing trademark consultation clinics specifically for MSMEs and tax incentives for MSMEs who register trademarks as well as identifying the obstacles faced by MSMEs in trademark registration. As a form of protection for intellectual property rights, especially brand rights for MSMEs, the government has promulgated Law number 20 of 2016 concerning brands and geographical conditions, as a replacement for Law number 15 of 2019 concerning brands that are deemed no longer in accordance with needs. in trademark registration. As a form of protection for intellectual property rights, especially brand rights for MSMEs, the government has promulgated Law number 20 of 2016 concerning brands and geographical conditions, as a replacement for Law number 15 of 2019 concerning brands which are deemed no longer in accordance with the needs of society. Currently, 22% of MSMEs have comprehensive awareness of the importance of trademark protection. The research method used is empirical juridical with a qualitative approach. The research results show that there is still low legal awareness of MSMEs in West Kalimantan in registering their trademarks and limited understanding of trademark registration procedures.

Keywords: Legal Protection; Trademarks; MSMEs; West Kalimantan

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang perlindungan hukum terhadap merek dagang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kalimantan Barat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku ekonomi nasional yang mempunyai peran penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Terbukti kegiatan usaha UMKM mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UMKM sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional, memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan mendominasi struktur perekonomian nasional. Data Bank Indonesia UMKM memiliki proporsi sebesar 56.534.592 unit atau 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia dan menyumbang PDB sekitar 60% yang terakumulasi dari berbagai sektor ekonomi UMKM. Fokus utama penelitian adalah menganalisis upaya perlindungan merek dagang UMKM dari tindakan pembajakan dan penggunaan tanpa izin, membuat strategi perlindungan merek

dagang bagi pelaku usaha UMKM di Kalimantan Barat seperti pengembangan mekanisme pendaftaran merek yang sederhana dan terjangkau, program edukasi hukum berkelanjutan, pembentukan klinik konsultasi merek dagang khusus UMKM dan insentif pajak bagi UMKM yang mendaftarkan merek dagang serta mengidentifikasi kendala – kendala yang dihadapi UMKM dalam pendaftaran Merek. Sebagai bentuk perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek terhadap UMKM, pemerintah telah mengundang Undang – Undang nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan kondisi Geografis, sebagai pengganti Undang – Undang nomor 15 tahun 2019 tentang merek yang dinilai sudah tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Saat ini bahwa 22 % UMKM memiliki kesadaran kompherensif tentang pentingnya perlindungan merek dagang. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih rendahnya kesadaran hukum pelaku UMKM di Kalimantan Barat dalam mendaftarkan merek dagang mereka serta terbatasnya pemahaman tentang prosedur pendaftaran merek.

Kata kunci: Perlindungan Hukum;Merek Dagang;UMKM;Kalimantan Barat

PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor vital dalam perekonomian Kalimantan Barat, dengan kontribusi sebesar 57,8% terhadap PDRB daerah pada tahun 2024, namun permasalahan pembajakan dan penggunaan merek tanpa izin masih menjadi ancaman serius bagi pelaku UMKM. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kalimantan Barat dari total 531.351 UMKM yang ada, hanya 2,3% yang telah mendaftarkan merek dagangnya secara resmi ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Perlindungan Merek Dagang sangat penting mengingat merek dagang merupakan identitas produk yang memiliki nilai ekonomis dan berperan dalam membangun kepercayaan konsumen. UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi Geografis telah memberikan landasan hukum bagi perlindungan merek di Indonesia, namun implementasinya di tingkat UMKM masih menghadapi berbagai kendala.

Dengan berkembangnya teknologi dan informasi, merek merupakan salah satu wujud karya intelektual manusia yang mempunyai peranan sangat menentukan. Merek selain dipakai atau digunakan oleh pemiliknya untuk memberikan suatu barang atau jasa tertentu dari barang lain yang bentuknya sejenis, merek juga mengandung aspek hukum yang sangat luas baik bagi pemilik atau pemegang hak merek maupun bagi masyarakat sebagai konsumen yang memakai atau memanfaatkan barang atau jasa dari merek tertentu.

Merek digunakan sebagai tanda untuk membedakan produk yang dihasilkan oleh seseorang atau suatu badan hukum dengan produk yang dihasilkan pihak lain. Fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencarikan suatu produk baik barang maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat

dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk dengan merek tertentu akan kembali membeli produk - produk lainnya dengan merek tersebut di masa yang akan datang.

Kasus pemalsuan merek dagang banyak ditemui di pasar barang dan jasa. Umumnya pemalsuan merek untuk suatu barang sejenis dengan kualitas lebih rendah dari pada barang yang menggunakan merek yang dipalsukan, dilakukan demi memperoleh keuntungan secara cepat, sehingga merugikan pengusaha seperti UMKM yang memproduksi barang asli.

Sebagai bentuk perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek terhadap UMKM, Pemerintah telah mengundangkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU No. 20 Tahun 2016), sebagai pengganti Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2009 tentang Merek, yang dinilai sudah tidak sesuai lagi dengan kebutuhan masyarakat. Konsiderans menimbang dari UU No. 20 Tahun 2016 secara tegas menyatakan komitmennya untuk melindungi UMKM, hal ini termuat dalam huruf a konsideran menimbang UU No. 20 Tahun 2016, yaitu bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek dan indikasi geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan UMKM dan industri dalam negeri.

Dalam tataran praktik, banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM untuk melindungi merek dagangnya melalui pendaftaran merek. Keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM mengenai Hak Kekayaan Intelektual termasuk dalam hal ini pengetahuan tentang pentingnya merek bagi pelaku usaha, mekanisme atau tata cara pendaftaran merek yang tidak sederhana untuk ukuran UMKM pada umumnya, serta kesadaran pelaku UMKM untuk melindungi merek dagangnya, merupakan beberapa alasan yang menyebabkan UMKM masih banyak yang melakukan hak intelektualnya melalui pendaftaran merek. Oleh karenanya peran pemerintah, khususnya pemerintah daerah dalam mendorong UMKM memperoleh perlindungan hak intelektualnya dibidang merek, sangat dibutuhkan.

Penulis akan menganalisis permasalahan bagaimana UU No. 20 Tahun 2016 memberikan perlindungan hukum terhadap UMKM di Kalimantan Barat dan kendala penerapan hak merek bagi UMKM, serta bagaimana peran pemerintah Provinsi Kalimantan Barat dalam mendukung pendaftaran merek untuk UMKM. Data dalam tulisan ini merupakan bagian dari penelitian tentang Penegakan dan Pelindungan Hukum Merek yang dilakukan tahun 2024 dengan lokasi penelitian Provinsi Kalimantan Barat. Melalui penelitian yuridis normatif, data sekunder yang

diperoleh baik berupa bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder yang dilengkapi dengan observasi, wawancara dan *Focus Group Discussion* (FGD) dianalisis secara kualitatif. Tulisan ini bertujuan, pertama untuk mengetahui ketentuan-ketentuan dalam UU No. 20 Tahun 2016 yang memberikan perlindungan hukum bagi UMKM dan mengetahui kendala yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dalam implementasi perlindungan hak merek untuk UMKM, kedua mengetahui peran pemerintah daerah dalam mendukung pendaftaran merek untuk UMKM. Diharapkan melalui tulisan ini, pembaca akan memperoleh tambahan pengetahuan atau wawasan di bidang hukum, utamanya wawasan atau pengetahuan yang berkaitan dengan hukum merek. Sedangkan secara praktis, diharapkan tulisan ini dapat menjadi bahan bagi pengambil kebijakan dalam menerapkan hukum merek, sekaligus bahan bagi pemangku kepentingan dalam melakukan pengawasan atas kebijakan-kebijakan hukum merek.

Eksistensi UMKM dalam pembangunan ekonomi di Kalimantan Barat tidak perlu diragukan lagi. Meski relatif minim mendapatkan fasilitas dari pemerintah dibandingkan pengusaha besar, sektor UMKM terbukti memiliki sumbangsih positif terhadap perekonomian Indonesia, khususnya ketika Indonesia menghadapi krisis ekonomi tahun 1998. Pada saat itu UMKM dapat tetap bertahan dengan mengandalkan permodalan secara mandiri. UMKM terbukti memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja pada masyarakat sekitarnya dan memberi kontribusi kepada pendapatan negara. Pada tahun 2024 penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM sebesar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional dan mempunyai kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sekitar 57%.

Dibalik kesuksesan UMKM bertahan dalam krisis ekonomi dan kontribusinya pada negara, menurut Urata secara umum UMKM menghadapi dua permasalahan utama, yaitu masalah finansial dan nonfinansial (organisasi manajemen). Masalah finansial di antaranya adalah :

- a. Kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM.
- b. Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM.
- c. Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikururkan kecil.
- d. Kurangnya akses ke sumber dana formal, baik yang disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai.

e. Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi.

Permasalahan finansial yang dihadapi UMKM ini diperkuat dengan data Bank Indonesia bahwa persoalan klasik seputar pembiayaan dan pengembangan usaha masih tetap melekat pada UMKM. Pemerintah mencatat, pada 2014, dari 56,4 juta UMK yang ada di seluruh Indonesia, baru 30% yang mampu mengakses pembiayaan. Dari persentase tersebut, sebanyak 76,1% mendapatkan kredit dari bank dan 23,9% mengakses dari nonbank termasuk usaha simpan pinjam seperti koperasi. Dengan kata lain, sekitar 60% sampai dengan 70% dari seluruh sektor UMKM belum mempunyai akses pembiayaan melalui perbankan.

Undang-Undang yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Undang-Undang UMKM). Dalam undang-undang tersebut UMKM didefinisikan sebagai: "Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Fungsi merek adalah *pertama*, sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk perusahaan yang satu dengan produk perusahaan yang lain (*product identity*). Fungsi ini juga menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai jaminan reputasi hasil usahanya ketika diperdagangkan. *Kedua*, sebagai sarana promosi dagang (*means of trade promotion*). Promosi tersebut dilakukan melalui iklan produsen atau pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa. Merek merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen, yang merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangnya. *Ketiga*, sebagai jaminan atas mutu barang atau jasa (*quality quarantee*) Hal ini tidak hanya menguntungkan produsen pemilik merek, melainkan juga perlindungan jaminan mutu barang atau jasa bagi konsumen. *Keempat*, merek sebagai penunjukan asal barang atau jasa yang dihasilkan (*source of origin*). Merek merupakan tanda pengenal asal barang atau jasa dengan daerah/negara asalnya.

Pentingnya perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual, menjadi suatu keharusan setelah tercapainya kesepakatan GATT (*General Agreement on Tariff and Trade*) dan setelah Konferensi Marakesh pada bulan April 1994, bahwa kerangka GATT disepakati akan diganti dengan sistem perdagangan dunia yang dikenal dengan *World Trade Organization* (WTO). Pemerintah Republik Indonesia meratifikasinya melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing The World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) yang diundangkan dalam Lembaran Negara

Republik Indonesia 1994 Nomor 57, tanggal 2 November 1994. Hak Kekayaan Intelektual secara garis besar dibagi dalam 2 (dua) bagian, yaitu Hak Cipta (*copyright*) dan Hak Kekayaan Industri (*industrial property right*), yang mencakup Paten, Desain Industri, Merek, Penanggulangan Praktik Persaingan Curang, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang.

Hak Merek merupakan bentuk perlindungan hak kekayaan intelektual yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan barang dan/atau jasa, sesuai dengan kelas dan jenis barang/jasa. Berkaitan dengan perlindungan hukum, Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa salah satu sifat dan sekaligus merupakan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat, dan perlindungan hukum terhadap masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum. Pelindungan hukum itu sendiri merupakan upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingannya tersebut. Sedangkan menurut Muchsin, pelindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.

Meskipun konsideran menimbang UU No. 20 Tahun 2016 secara eksplisit menyebutkan perlunya pelindungan terhadap UMKM, tetapi Undang-Undang ini tidak membedakan pendaftaran untuk UMKM maupun untuk jenis pelaku usaha lainnya. Setiap pendaftar hak merek harus memenuhi persyaratan, prosedur, dan biaya pendaftaran yang sama. Hal ini sesuai dengan prinsip nondiskriminasi yang ada pada TRIPs (*Trade Related Intellectual Property Rights*). Pelindungan hukum dapat dibedakan dalam pelindungan hukum preventif dan represif. Pelindungan hukum preventif diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Sedangkan pelindungan hukum represif merupakan pelindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran. Pelindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Dalam kaitannya penerapan Undang-Undang, pelindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subjek-subjek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan

dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.

Kondisi kontradiktif antara mewujudkan persaingan sehat melalui menerapkan ketentuan yang nondiskriminatif pada UU No. 20 Tahun 2016 dan melindungi kepentingan UMKM dalam negeri, dijumpai oleh Pemerintah dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2014 tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Melalui PP ini Pemerintah mengeluarkan kebijakan tarif pendaftaran merek yang berbeda untuk UMKM.

UU No. 20 Tahun 2016 juga mengenal merek kolektif, yaitu 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 (Pasal 1 angka 4). Pada prinsipnya merek kolektif bukanlah jenis merek, melainkan kemudahan yang diberikan oleh Undang-Undang kepada para pemohon merek untuk memiliki hak atas merek secara bersama-sama dengan biaya pendaftaran ditanggung bersama, melalui merek kolektif. Melalui pendaftaran merek kolektif, maka nama-nama yang terdaftar di dalam registrasi merek juga memiliki hak untuk menggunakan merek tersebut, tetapi merek kolektif tidak dapat dilisensikan kepada pihak lain.

Implementasi pendaftaran merek kolektif belum banyak dimanfaatkan oleh UMKM. Hasil penelitian di kedua lokasi penelitian menunjukan minimnya pengajuan pendaftaran merek kolektif. Baik di Provinsi Kalimantan Barat, tidak ditemukan adanya pendaftaran merek kolektif. Menurut nara sumber dalam FGD Penelitian di Kanwil Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Barat, hal ini berkaitan dengan karakteristik masyarakat Indonesia termasuk UMKM, yang enggan memiliki merek dagang secara bersama-sama.

PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana implementasi perlindungan hukum terhadap merek dagang UMKM di Kalimantan Barat ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM di Kalimantan Barat dalam melindungi merek dagang mereka ?
3. Bagaimana upaya pemerintah daerah dalam mendorong perlindungan merek dagang UMKM ?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai pada proses pengerjaan jurnal ini yaitu dengan menggabungkan serta mengkaji bahan pustaka yang lazim disebut dengan penelitian hukum normatif. Menggunakan penelitian hukum normatif yang mengkaji ketentuan hukum untuk memahami terkait perlindungan hukum terhadap merek UMKM dan pengaturan mengenai akibat hukum tidak didaftarkannya merek UMKM. Terkait isu hukum pada penelitian ini menggunakan Pendekatan undang-undang (*statute approach*). Pendekatan yang dikaji melalui analisa Undang-Undang serta Regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang di alami. Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan pada penulisan ini yaitu *Library Research* (Penelitian Kepustakaan). Bahan pustaka pada artikel ini terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan Hukum Primer yakni undang-undang. Bahan Hukum Sekunder yakni buku, artikel ilmiah, serta makalah dimana memiliki hubungan dengan pembahasan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Pontianak Provinsi Kalimantan Barat, Teknik pengumpulan data dilakukan wawancara pelaku UMKM, wawancara dengan pejabat terkait, studi dokumentasi dan observasi lapangan.

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Provinsi Kalimantan Barat mendukung program strategi melindungi merek dagang bagi pelaku usaha UMKM di Provinsi Kalimantan Barat dengan cara Inkubasi Bisnis dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) bagi produk UMKM di Kalimantan Barat.

Kantor Wilayah Kemenkumham Kalbar memiliki peran strategis dalam mendorong pelaku UMKM untuk mendaftarkan kekayaan intelektual karena sebagai bentuk perlindungan hukum. Kekayaan intelektual lahir dan tumbuh dari kemampuan intelektual manusia, baik dalam teknologi, ilmu pengetahuan, seni, maupun sastra.

Perlindungan HKI memberikan hak – hak khusus kepada pencipta, pemilik, atau penggunaanya atas karya tersebut selama jangka waktu tertentu, mendorong penghargaan terhadap daya kreasi dan inovasi, dari era digital saat ini penggunaan media sosial menjadi alat yang efektif bagi UMKM untuk mempromosikan produk – produk pelaku usaha UMKM.

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 pengenal yang secara ilustratif berupa tulisan, lambang, identitas, label, dll 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.

Arti penting dilakukannya pendaftaran merek yaitu:

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.⁴ Perlindungan hukum atas merek berlaku sesudah melakukan pendaftaran ke Ditjen KI, saat permohonan dikabulkan Ditjen KI maka perlindungan hukum atas merek resmi berlaku.⁵ Merek tercatat memperoleh proteksi hukum dengan masa 10 tahun dan bisa dilanjutkan dengan masa yang sama.⁶ 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.⁷ 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.⁸ 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.⁹ Hal ini adalah wujud proteksi hukum yang dialokasikan Negara pada Pemilik Merek tercatat pada Ditjen KI. Perihal ini guna mendapat kepastian hukum terhadap Pemilik Merek serta meminimalisir terjadinya penyalahgunaan merek. ¹⁰ 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.¹¹ Hak Merek terlahir atas Registrasi bukan siapa yang menggunakan pertama kali.

2. Hak Eksklusif dalam penguasaan 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 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.

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 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 menganjurkan 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

PENUTUP

Perlindungan merek dagang bagi UMKM di Kalimantan Barat memerlukan pendekatan komperhensif dan berkelanjutan. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi perlindungan hukum tidak sekedar urusan administratif, melainkan investasi strategis dalam ekosistem inovasi dan daya saing ekonomi daerah.

Saat ini tingkat kesadaran dalam pendaftaran Merek UMKM di Kalimantan Barat masih sangat rendah, dan kendala utama yang menjadi problematika adalah keterbatasan pengetahuan dan akses dalam teknologi. Pelaku UMKM diharapkan semakin memahami pentingnya perlindungan HKI serta termotivasi untuk melindungi hasil karya mereka dengan mendaftarkan kekayaan intelektual.

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.

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 Rp2.000.000.000,00 (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 KUHPer 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.

Dilakukannya pendaftaran atau registrasi Merek adalah hal mendasar yang harus dilakukan dalam usaha khususnya bagi pelakon UMKM. Pendaftaran merek akan memberikan kepercayaan yang lebih bagi konsumen terhadap

produk yang dijual oleh pelaku UMKM. Arti penting dilakukannya pendaftaran merek utamanya untuk memperoleh perlindungan hukum oleh Negara dikarenakan Hak Merek terlahir sebab dilakukannya registrasi bukan siapa yang memakai pertama kali. Perlindungan merek di Indonesia memeluk system konstitutif (*first to file*) yang berarti bahwa yang berhak atas merek diperoleh melalui prosedur registrasi artinya pendaftaran Merek pertama yang memperoleh atau yang berhak atas merek. Sedangkan akibat hukum apabila suatu merek yang belum atau tidak terdaftar secara sah, sebab Merek tak akan memperoleh proteksi hukum oleh Negara. Kemudian jika terbukti terdapat pelanggaran merek maka pelanggar akan diberikan sanksi lantaran ditemukan unsur perbuatan melawan hukum sesuai dengan ketentuan pidana merek merek yang diatur dalam “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 Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”. Selain itu dalam ranah perdata, dapat dituntut ganti kerugian bagi pelanggar hak merek karena telah terbukti secara melawan hukum memakai hak merek tanpa memperoleh izin pemilik merek terdaftar berdasarkan rumusan Pasal 1365 KUHPer 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Djumhana, Muhammad, R. Djubaedillah. 1993. “Hak Milik Intelektual Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia”. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Maulana, Insan Budi. 1999. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Asing di Indonesia dari masa ke masa”. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Eddy, D. 2022. “Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar”. Bandung Asian Law Group Pty.Ltd Alumni.
- Miru, Ahmadi. 2007. “Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang - Undang Merek”. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Hadiarianti, Venantia Sri. 2009. “Memahami Hukum atas Karya Intelektual”. Jakarta. Universitas Atma Jasa.

- Cassavera. 2009. "8 Kasus sengketa Merek di Indonesia". Yogyakarta. Graha Ilmu
- Hariyani. 2010. "Prosedur mengurus HAKI yang benar". Yogyakarta. Pustaka Yustisia.
- Irawan. 2011. "Politik Hukum Hak Kekayaan Intelektual Indonesia". Bandung. CV Mandar Maju.
- OK.Saidin. 2015. "Aspek Hukum Kekayaan Intelektual". Jakarta. Rajawali Pers.
- Purwaka. 2017. "Perlindungan Merek". Jakarta. Obor Indonesia.
- Budi Agus Riswandi. 2022. "Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum". Bandung. Raja Grafindo Persada.
- Suyud Margono. 2022. "Hak Milik Industri Pengaturan dan Praktik di Indonesia". Bogor. Ghalia Indonesia.
- Agus Sardjono. 2023. "Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional". Bandung : Alumni
- Rahmi Jened. 2023. "Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi". Jakarta. Kencana.
- Dinas Koperasi dan UMK Kalimantan Barat. 2024. "Laporan Tahunan Perkembangan UMKM di Kalimantan Barat 2024".