

Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM dalam Pendaftaran Merek Dagang di Kemenkumham Kota Jambi

Abdul Hariss^{1*}, Nur Fauzia², Puti Indah Ramaya³

Fakultas Hukum Universitas Batanghari

*Correspondence: abdul.hariss@unbari.ac.id

Abstrak. Merek sebagai salah satu bagian dari hak kekayaan intelektual yang dilindungi oleh Indonesia dengan catatan merek tersebut harus didaftarkan terlebih dahulu kepada instansi Kementerian Hukum dan HAM RI. Hak Merek berkedudukan sebagai pembeda dan identitas bagi suatu usaha, salah satunya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), namun realitanya kesadaran hukum pengusaha UMKM masih relatif rendah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah : 1) Apa itu merek dagang dan apa arti pentingnya bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ? Apa yang menyebabkan rendahnya minat pengusaha UMKM dalam melakukan pendaftaran merek dagang di Kemenkumham Kota Jambi? 3) Bagaimana upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran hukum pengusaha UMKM dalam melakukan pendaftaran?. Metode penelitian yang digunakan ialah bersifat yuridis empiris dengan teknik wawancara. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapat suatu kesimpulan bahwasanya ada korelasi antara rendahnya kesadaran hukum pengusaha UMKM untuk melakukan pendaftaran merek dagang diakibatkan oleh berbagai faktor/penyebab, diantaranya ialah rendahnya kesadaran hukum pengusaha UMKM.

Kata Kunci: Merek Dagang, UMKM, Kesadaran Hukum

Abstract. Trademarks as part of the intellectual property rights protected by Indonesia, provided that the mark must be registered in advance with the Ministry of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia. Trademark rights serve as a differentiator and identity for a business, one of which is micro, small and medium enterprises (MSMEs), but in reality the legal awareness of MSME entrepreneurs is still relatively low. The formulation of the problem in this study are: 1) What is a trademark and what is its importance for micro, small and medium enterprises (MSMEs)? What causes the low interest of MSME entrepreneurs in registering trademarks at the Jambi City Ministry of Law and Human Rights? 3) How are the efforts being made to increase the legal awareness of MSME entrepreneurs in registering? The research method used is empirical juridical with interview techniques. Based on the research that has been done, it can be concluded that there is a correlation between the low legal awareness of MSME entrepreneurs to register trademarks caused by various factors/causes, the biggest one is the the lack legal awareness of MSME entrepreneurs.

Keyword : trademark; enterprises; legal awareness.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi mempengaruhi setiap sektor kehidupan masyarakat, termasuk di bidang perdagangan. Hal ini dibuktikan dengan munculnya begitu banyak produsen yang memproduksi beranekaragam barang/ kebutuhan hidup masyarakat, biasanya produk-produk tersebut mempunyai ciri khas tertentu sebagai pembeda produk yang sejenis. Hal tersebut semata-mata sebagai upaya agar dapat dikenali oleh konsumen. Pembeda suatu produk dengan produk lain dikenal dengan istilah merek.

Merek berperan sangat penting baik bagi para pengusaha ataupun konsumen, hal tersebut dikarenakan merek memberikan citra tersendiri pada suatu produk/jasa di masyarakat. Dalam artian, merek berkedudukan sebagai wajah dari suatu produk. Sehingga dengan citra dan/atau wajah tersebut didapatkan suatu kepercayaan bagi konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Merek dalam hukum positif Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

¹ Dosen Fakultas Hukum, Universitas Batanghari, Jalan Ir. H. Djuanda RT. 31 No. 79 Kecamatan Kota Baru Kelurahan Simpang III Sipin Jambi

Email : abdul.hariss@unbari.ac.id.

² Dosen Fakultas Hukum, Universitas Batanghari, Jalan Sumatra, Lrg. Bersama RT. 15, Kelurahan Kebun Handil, Kecamatan Jelutung, Kota Jambi

Email : nur.fauzia@unbari.ac.id.

³ Mahasiswi Fakultas Hukum, Universitas Batanghari.

Merek merupakan bagian dari kekayaan intelektual dan diakui kredibilitasnya dalam hukum positif Indonesia, namun terhadap suatu merek baik dagang/jasa harus melalui proses pendaftaran secara formil pada instansi terkait, dalam hal ini ialah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) Kementerian Hukum dan HAM RI. Dengan dilakukannya pendaftaran merek, terhadap merek terdaftar melekat padanya hak yang disebut pula sebagai hak kekayaan intelektual karena merek sebagai tanda yang berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna merupakan bentuk dari ciptaan yang lahir dari cipta, rasa, dan karya manusia dan juga memperoleh manfaat lain sebagai merek dagang dalam memasarkan barang dagangan produksinya.⁴

Secara filosofis, intisari daripada kekayaan intelektual atau sering disebut sebagai HKI ialah sebagai hak yang dipergunakan oleh pemegang haknya untuk dapat memperoleh berbagai keuntungan yaitu secara ekonomis baik dalam bentuk insentif atau reward sebagai hasil atau balas jasa ataupun penghargaan atas karya intelektualnya.⁵

Merek sebagai hak eksklusif harus dilakukan pendaftaran guna mendapatkan manfaat ekonomi berkaitan dengan status kepemilikan hak atas merek tersebut. Yang mana kemudian dalam pengoperasian merek tersebut diharapkan pemilik merek dapat mendapatkan manfaat keuntungan secara ekonomi dan hak moral berupa hak kepemilikan sebagaimana ketentuan Pasal 1 Angka 5 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis yang dinyatakan bahwasanya : “Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

Berdasarkan kegunaan tersebut, diharapkan setiap usaha baik mikro maupun makro dapat tunduk kepada aturan dan melakukan pendaftaran merek guna menjamin hak eksklusifnya terhadap suatu produk/barang. Dengan pendaftaran merek dan lahirnya sertifikat merek sebagai upaya preventif bagi pemilik merek agar terhindar dari hal-hal merugikan yang disebabkan oleh orang tidak bertanggungjawab, seperti menyalahgunakan merek tanpa izin dari pemilik.⁶

Bahwa problematika yang kerap kali terjadi di masyarakat ialah produk/merek yang populer di masyarakat telah digunakan tanpa sepengetahuan dan seizin si pemilik merek, yang mana tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai tindakan pembajakan, yang tak hanya merugikan konsumen tetapi juga para produsen. Tindakan pembajakan dapat menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat kepada suatu merek dagang.

Selain dari aspek hukum, dikaji dari aspek ekonomi merek memiliki kemanfaatan dalam menentukan tingkat penjualan suatu produk/barang. Hal ini merupakan korelasi dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu merek yang kemudian akan memudahkan konsumen untuk mengingat suatu produk yang dijual. Berdasarkan hal tersebut maka akan keliru apabila terhadap merek yang memiliki sumbangsi besar terhadap masyarakat luas tidak dilekatkan suatu perlindungan ataupun kepastian hukum terhadap merek tersebut, hal ini kemudian akan memancing pihak-pihak tidak bertanggungjawab menggunakan merek tersebut layaknya punyanya sendiri. Di samping itu, suatu merek yang tidak terdaftar tidak dapat mengajukan gugatan di muka Pengadilan Niaga dikarenakan belum adanya jaminan dan perlindungan hukum terhadap suatu merek.

Perlindungan terhadap merek menggunakan prinsip *first to file* (pertama kali melakukan pendaftaran). Implikasi daripada prinsip tersebut ialah pihak/pengusaha yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut di Ditjen HKI Kemenkumham akan mendapatkan perlindungan selaku pemilik dari merek tersebut, dan mendapatkan keuntungan atas kepemilikan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut telah tampak secara jelas dan nyata pentingnya pendaftaran merek terkhusus bagi para pengusaha UMKM, namun faktanya seperti halnya di Kota Jambi berdasarkan informasi yang penulis himpun mulai dari 2018 hingga 2020 hanya terdapat 12 (dua belas) merek usaha dagang yang terdaftar di Ditjen HKI Kementerian Hukum dan HAM Kota Jambi diantaranya ialah

⁴Adriana Krisnawati, *Konsep Hak Kekayaan Intelektual*, Rineka Cipta, Jakarta, 2005, hal. 12.

⁵Ranti Fauza Mayana dan Tisni Santika, *Hukum Merek Perkembangan Aktual Perlindungan Merek Dalam Konteks Ekonomi Kreatif Di Era Disrupsi Digital*, Refika, Bandung, 2021, hal 8-9.

⁶Supramono, *Hak Cipta dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hal. 5

merek *angso duo, pas oil, sekupi, otila, jangkol, kerinduan, nebu, masayu 212, sate eddy, garuda super, naxima, tawon gong jumb bee*.⁷

Data tersebut menunjukkan rendahnya kesadaran pengusaha UMKM khususnya di wilayah Kota Jambi dalam mendaftarkan merek dagangnya mengingat sekarang pengusaha kategori UMKM kian menjamur namun berbanding terbalik dengan kesadaran hukum masyarakatnya. Pada umumnya, pengusaha UMKM telah melakukan pembuatan nama usaha, namun hanya sebatas nama usaha tanpa melakukan pendaftaran terhadap nama tersebut.

Berkaitan dengan merek, manfaatnya mungkin tidak dapat dirasakan secara langsung melainkan bentuk perlindungan, jaminan, dan kepastian baik bagi pengusaha UMKM ataupun para konsumennya.

Suatu merek dagang yang telah dikenal di masyarakat rawan mendapatkan berbagai ancaman, misalnya saja persoalan pembajakan, persaingan, dsb. Maka dari itu menjadi hal yang penting untuk melakukan berbagai cara untuk meningkatkan kesadaran hukum pengusaha UMKM terkait dengan pentingnya merek dagang. Kesadaran hukum dengan hukum mempunyai kaitan yang erat sekali. Kesadaran hukum merupakan faktor dalam penemuan hukum.⁸

Minimnya jumlah usaha kategori usaha mikro, kecil dan menengah dalam melakukan pendaftaran merek tentu saja menimbulkan tanda tanya mengenai faktor apa yang menyebabkan rendahnya kesadaran usaha mikro, kecil dan menengah dalam mendapatkan jaminan kepastian hukum melalui pendaftaran merek, khususnya di lingkup Dirjen HKI Kemenkumham Kota Jambi.

Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam jurnal ini ialah sebagai berikut :

1. Apa itu merek dagang dan apa arti pentingnya bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)?
2. Apa faktor yang rendahnya minat pengusaha UMKM dalam melakukan pendaftaran merek dagang di Kemenkumham Kota Jambi ?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan Kemenkumham Kota Jambi untuk meningkatkan kesadaran hukum pengusaha UMKM dalam melakukan pendaftaran merek dagang?

METODE

Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris, yang mana karakteristiknya yaitu mengkaji mengenai kenyataan-kenyataan sosial yang ada dan berkembang dalam masyarakat.⁹

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah cenderung kepada *sociological approach* atau pendekatan secara sosiologis. Sebagaimana pendapat dari Bahder Johan Nasution, pendekatan ini bercirikan sebagai berikut :

1. Identifikasi berkenaan dengan permasalahan sosial guna merumuskan hukum formal yang tepat.
2. Mendapatkan pemahaman mengenai proses pelembagaan hukum formal di suatu masyarakat ada tertentu.
3. Mendapatkan pemahaman mengenai penyebabnya banyaknya terjadi pelanggaran terhadap hukum formal tertentu.¹⁰

Sumber Data

Data Primer berupa data yang didapatkan secara langsung dari narasumber yang dilakukan dengan cara wawancara.

⁷Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, Kantor Wilayah Kementerian hukum dan Hak Asasi Manusia Jambi, Kota Jambi. 2021

⁸Cita Yustisia Serfiyani, dkk, *Buku Pintar Haki Dan Warisan Budaya*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2017, hal. 28

⁹Soejono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Pres, Jakarta, 2001, hlm. 13.

¹⁰Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu hukum*, Mandar Maju, Bandung, 2008, hal. 30

Data Sekunder berupa data yang bersumber dari hasil penelitian kepustakaan yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Bahan Hukum Primer, terdiri atas Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
2. Bahan Hukum Sekunder terdiri atas buku, literatur, dan karya tulis ilmiah yang berhubungan dengan karya ini.

Pengumpulan Data

Teknik Penarikan Sampel

Berkenaan dengan sampel penelitian, penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel *Purposive Sampling* (sampel pertimbangan) yaitu satuan sampling yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu.¹¹

Adapun pengambilan sampel penelitian ini meliputi :

1. Sampel pengusaha UMKM meliputi 5 (lima) orang, yang mana 2 (dua) orang belum melakukan pendaftaran merek dagangnya dan 3 (tiga) orang telah melakukan pendaftaran merek dagangnya di Kemenkumham Kota Jambi.
2. Untuk sampel pejabat yaitu berasal dari Kemenkumham Kota Jambi, yaitu sebanyak 1 (satu) orang dari bagian Ditjen HKI dari Kemenkumham Kota Jambi.

Analisa data

Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan teknik analisis kuantitatif yang mengedepankan penggunaan angka-angka baik dalam bentuk kurva, tabel, grafik dan sebagainya dan kemudian dijelaskan diberikan kesimpulan yang bersifat induktif (konkretisasi).¹²

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merek Dagang dan Arti Penting Merek Dagang bagi Pengusaha UMKM

Konsepsi Dasar mengenai Merek Dagang

Merek secara umum diatur dalam pengaturan khusus yaitu Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mana keduanya merupakan bagian dari bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Undang-undang tersebut mendefinisikan Merek harus memenuhi beberapa kriteria yaitu :

1. tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau
2. 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”.

Berdasarkan pengaturan tersebut jugalah merek dibedakan menjadi 2 (dua) macam yaitu merek dagang dan merek jasa. Pasal 1 angka (2) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mendefinisikan merek dagang yaitu merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang-barang sejenis. Sedangkan merek jasa dijelaskan pada Pasal 1 angka (3) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mendefinisikan merek jasa digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum yang membedakan jasa-jasa sejenisnya.

Selain dari segi yuridis, masyarakat luas juga mengkategorikan merek ke dalam 3 (tiga) kategori sebagaimana yang dikutip oleh Rahmi Jened yaitu meliputi merek biasa, merek terkenal, dan merek termasyhur yang memiliki masing-masing karakteristik dan tingkatan yang berbeda-beda.¹³ Klasifikasi merek tersebut berkaitan dengan fungsi merek yang memiliki nilai strategis dan dimaksudkan untuk membangun citra perusahaan di mata konsumen dalam pemasaran (market). Di sisi konsumen, selain

¹¹ Tim Revisi Pedoman Penulisan Skripsi, *Pedoman Penulisan Skripsi Revisi Tahun 2021*, Yayasan Pendidikan Jambi Universitas Batanghari Fakultas Hukum, Jambi, 2021, hal. 44

¹² *Ibid.*, hal. 45-46

¹³ Rahmi Jened, *Hukum Merek Trademark Law dalam Era Global Integrasi Ekonomi*, Prenada Media Group, Jakarta, 2015, hal. 17.

mempermudah identifikasi juga menggambarkan simbol harga diri. Suatu merek menjadi pilihan bagi masyarakat luas dipengaruhi oleh kualitas suatu merek yang dinilai terpercaya dan telah dikenal sejak lama.¹⁴ Maka dari itu, merek juga sebagai alat pemasaran atau *advertising tool* untuk mengiklankan atau mempromosikan suatu produk.¹⁵

Merek turut berkedudukan sebagai pembeda bagi produk/jasa yang sejenis. sejenis diartikan sebagai barang/jasa yang sama, yang mana sebagai pengenalan dan pembeda turut dibuktikan merek. Sejenis disini bahwa barang atau jasa yang diperdagangkan harus termasuk dalam kelas barang atau jasa yang sama.¹⁶

Guna menjamin perlindungan hukum pada suatu merek, baik itu merek dagang dan merek jasa, suatu merek harus dilakukan pendaftaran kepada instansi yang berwenang, dalam hal ini ialah Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Indonesia, yang mana berdasarkan ketentuan Pasal 35 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis yang ditentukan “Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan”. Berdasarkan hal tersebut telah timbul suatu jaminan dan kepastian hukum dalam penggunaan suatu merek.

Penggolongan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan hal yang umum didengar di kalangan masyarakat, yang mana unsur pembeda dari UMKM tersebut terletak pada 3 (tiga) alat ukur yaitu nilai dasar aset, pendapatan pertahun dan jumlah pekerja tetap.¹⁷

Pengaturan mengenai UMKM tersebut dalam hukum positif Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang mana menurut pasal 6 Undang-Undang tersebut, UMKM dibedakan sebagai berikut:

N o	Klasifikasi Usaha	Ketentuan
1	Usaha Mikro	- Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 atau - Hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00
2	Usaha Kecil	- Kekayaan bersih sebesar 50 juta – 500 juta; atau - Memiliki nilai penjualan tahunan lebih dari 300 juta – 2,5 milyar
3	Usaha Menengah	- Kekayaan bersih sebesar 500 juta – 10 milyar; atau - Memiliki nilai penjualan tahunan lebih dari 2,5 milyar – 10 milyar. juta – 2,5 milyar

Tulus Tambunan menerangkan sasaran upaya pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ialah sebagai berikut :

1. Guna memperbanyak lapangan kerja dan lapangan usaha bagi masyarakat;
2. Guna meningkatkan angka pendapatan masyarakat;
3. Mewujudkan UMKM yang efisien dan mandiri;
4. Mewujudkan persebaran industri yang merata;

¹⁴Haris Munandar dan Sally Sitanggang, *Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan Seluk-Beluknya*, Erlangga, Jakarta, 2008, hal. 52

¹⁵*Ibid.*, hal. 55

¹⁶*Ibid.*, hal. 56

¹⁷ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-Isu Penting*, LP3ES, Jakarta, 2012, hal. 11

5. Guna meningkatkan kapabilitas UMKM dalam aspek penyediaan produk jadi, bahan baku baik untuk pasar dalam negeri maupun ekspor.¹⁸

Arti Penting Merek Dagang bagi Pengusaha UMKM

Berdasarkan uraian di atas, apabila dikaitkan merek dagang dan juga usaha UMKM secara umum ialah untuk memberikan perlindungan hukum bagi para pengusaha UMKM. Dengan adanya perlindungan terhadap merek dagang sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis juga merupakan bentuk hadirnya pemerintah dalam memberikan jaminan perlindungan dan kepastian hukum bagi para pengusaha UMKM.

Adapun bahaya tidak didaftarkannya merek berkaitan dengan usaha UMKM di antaranya ialah sebagai berikut :

1. Berkembang pesatnya dunia maya sehingga mempermudah orang untuk meniru atau melakukan pembajakan terhadap suatu merek dagang;
2. Penggunaan merek tanpa izin ;
3. Banyaknya terjadi sengketa berkenaan dengan merek dagang, misalnya dalam kasus Ayam Geprek Bensu, GoTo, hingga Gudang Baru.

Pendaftaran merek diharapkan dapat sebagai sarana pencegahan (upaya preventif) dari setiap perbuatan yang mungkin merugikan bagi pengusaha ataupun UMKM tertentu. Di negara hukum seperti Indonesia ini memiliki dasar legalitas atas suatu kepemilikan adalah bentuk pengamanan asset terbaik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Penyebab Minimnya Kesadaran Pengusaha UMKM dalam melakukan Pendaftaran Merek Dagang pada Kemenkumham Kota Jambi

Berdasarkan data yang telah penulis kumpulkan berkenaan dengan penelitian ini, penulis mengklasifikasikan 2 (dua) macam kepatuhan hukum pengusaha usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam mendaftarkan merek dagangnya sebagai berikut :

Tabel I
Daftar Merek Dagang yang Terdaftar pada Kantor Ditjen HKI Kemenkumham Kota Jambi

No	Tahun	Merek Dagang UMKM
1	2018	1. Angso Duo 2. Pas Oil
2	2019	1. Sekupi 2. Otila 3. Jangkol 4. Kerinduan 5. Nebu 6. Masayu 212 7. Sate Eddy 8. Garuda Super
3	2020	1. Naxima 2. Tawon Gong Jumb Bee
Jumlah		12 (Dua Belas)

Sumber: Ditjen HKI Kemenkumham Kota Jambi Tahun 2021

Data tersebut di atas menunjukan bahwasanya jumlah merek dagang dalam kategori usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terdaftar di Kemenkumham Kota Jambi dalam kurun waktu 2018 sampai dengan 2020 hanya sebanyak 12 (dua belas) mereka usaha dagang. Apabila dibandingkan dengan persebaran usaha kategori mikro, kecil dan menengah di kota Jambi, angka tersebut terkesan

¹⁸*Ibid.*, hal. 23

sangat minim yang membuktikan rendahnya kesadaran pengusaha dan/atau masyarakat luas terhadap pentingnya perlindungan terhadap merek.

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh penulis, berikut merek dagang dalam kategori UMKM yang belum mendaftarkan usaha dagangnya untuk mendapatkan merek dagang di Ditjen Hak Kekayaan Intelektual Kemenkumham Kota Jambi :

Tabel 2
Daftar Merek Dagang yang tidak/belum Terdaftar pada Kantor Ditjen HKI Kemenkumham Kota Jambi

No	Tahun	Merek Dagang UMKM
1	2020	1. Salad Buah Puput 2. Handbody Whitening 3. Cepolan Berbie Jambi 4. Kerupuk Koin 5. Kerupuk Jengkol Asli 6. Ilham Snack 7. Keripik Pisang Pak Dj 8. Keripik Mahkota
2	2021	1. Deniz 2. Mekar Wangi 3. Bunga Zahra 4. R & R 5. Fansen 6. Darma Jaya 7. ARS 8. Teratai Putih
Jumlah		16 (Enam Belas)

Sumber: Ditjen HKI Kemenkumham Jambi Tahun 2021

Berdasarkan tabel tertuang di atas, setidaknya terdapat 16 (enam belas) merek dagang yang belum/tidak mendaftarkan merek dagangnya di Kementerian Hukum dan HAM RI Kota Jambi yang disebabkan oleh berbagai macam alasan.

Alasan tersebut diantaranya adalah persepsi masyarakat mengenai birokrasi perizinan yang bertele-tele, rumit, memakan waktu yang lama serta biaya yang relative mahal. Selain itu, pendaftaran merek dagang tidak serta merta langsung memberikan manfaat kepada para pengusaha UMKM, sehingga dengan demikian masyarakat dan/atau pengusaha UMKM menjadi kurang berminat melakukan pendaftaran merek.

Berkaca pada teori Soerjono Soekanto mengenai indikator kesadaran hukum bagi masyarakat luas, berikut beberapa faktor rendahnya kesadaran hukum masyarakat :

1. Pengetahuan tentang Peraturan-Peraturan Hukum

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, pengusaha UMKM masih belum peka terhadap pengaturan mengenai merek sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pengusaha UMKM beranggapan bahwasanya hanya berkedudukan sebagai tanda barang yang mereka produksi sehingga dapat menjadi pembeda dengan merek lain dengan jenis usaha yang sama. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Jannah sebagai salah satu pengusaha UMKM :

“Saya sebagai pemilik usaha kerupuk dengan merek “kerupuk koin” tidak mengetahui adanya aturan tentang merek, yang saya tau bahwa merek adalah tanda barang kemasan sehingga pembeli tau kalau itu merupakan hasil produksi saya”. Hal itu saja yang saya ketahui tentang merek, kalau soal aturan apalagi manfaat agar tidak digunakan orang lain, saya belum tahu karena juga usaha saya masih usaha kecil karena hanya dijualkan pada toko-toko sekitar.”¹⁹

¹⁹Jannah, Wawancara, Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah, Kota Jambi, Tanggal 9 Februari 2022

Sejalan dengan keterangan dari Jannah, Romi yang juga merupakan pengusaha UMKM memberikan keterangan sebagai berikut :

“Usaha yang saya miliki memang memiliki merek yaitu “Kerupuk Jengkol Asli”, pembuatan merek pada usaha saya ini hanya bertujuan agar pembeli mengetahui bahwa produk ini adalah produk saya, karena disini banyak juga orang lain yang memiliki usaha kerupuk jengkol, sehingga dengan adanya merek maka pembeli bisa membedakannya, namun kalau soal merek dalam peraturan saya tidak mengetahui sama sekali.”²⁰

2. Pengetahuan tentang Isi Peraturan-Peraturan Hukum

Pengetahuan seseorang tentang isi peraturan diartikan sebagai sejauhmana tingkat pemahaman masyarakat khususnya pelaku UMKM terhadap hukum positif berkaitan dengan merek, sebagaimana pentingnya memiliki pengetahuan yang luas tentang isi, tujuan dan maksud dari suatu aturan hukum sebagaimana yang diatur dalam mengenai isi dari aturan yang tertulis yakni Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Faktanya, berdasarkan data yang telah dihimpun oleh penulis, masih banyak pengusaha UMKM yang belum peka dan sadar akan artian dari urgensi hadirnya Undang-Undang yang mengatur mengenai merek, khususnya merek dagang yang mana sejalan dengan faktor/indikator pertama, menurut penulis masih banyak pengusaha UMKM kurang memiliki mengenai dasar hukum dari merek dan instansi apa yang bertanggungjawab untuk menerima pendaftaran merek, yang mana pengetahuan masyarakat mengenai merek ialah sebatas pengetahuan ala kadarnya. Hal tersebut diperkuat oleh keterangan dari Rida (pengusaha UMKM) sebagai berikut :

“Saya mengetahui tentang manfaat merek, pengetahuan saya adalah bahwa merek tersebut sebagai tanda pada suatu produk sehingga dapat menjadi pembeda dengan produk lainnya yang sama jenis, saya juga mengetahui bahwa merek harus didaftar, tapi saya tidak mengetahui didaftar ke kantor mana. saya juga berkeinginan untuk mendaftarkan merek karena saya juga mengetahui bahwa pentingnya merek agar tidak digunakan orang lain tanpa seizin saya, dan apabila itu dilakukan saya dapat menuntut ganti rugi, akan tetapi saya tidak mengetahui pengaturan tentang merek tersebut.”²¹

3. Sikap terhadap Peraturan-Peraturan Hukum

Berkenaan dengan sikap terhadap peraturan-peraturan hukum, secara umum sikapnya bisa berupa penerimaan ataupun penolakan dari suatu aturan hukum yang ada disebabkan adanya elemen kesadaran hukum dan apresiasi terhadap aturan hukum yang ada.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwasanya pengusaha UMKM yang melakukan pendaftaran terhadap merek dagangnya cenderung memiliki sifat yang peka dan sadar akan pentingnya merek. Adapun penulis mendapatkan hasil kesimpulan tersebut berdasar atas hasil wawancara dengan Rudi (pengusaha UMKM yang telah mendaftarkan merek dagangnya) sebagai berikut :

“Saya telah mendaftarkan merek dagang saya pada tahun 2019, kesadaran saya mendaftarkan merek dagang karena saya diberitahu oleh keluarga, bahwa merek itu tidak sebatas nama tapi sebuah hal penting dalam usaha, karena apabila suatu saat usaha berkembang pesat, tidak ada ketakutan karena kemungkinan merek saya diambil orang lain tanpa seizin saya, kemudian saya cari tau mengenai aturan tentang merek, selanjutnya saya segera mendaftarkan merek dagang saya.”²²

Maurida (pengusaha UMKM) juga memberikan pendapat yang hampir sama dengan Rudi yaitu sebagai berikut :

“Sebelum saya memulai usaha walaupun masih kategori kecil, saya telah memahami mengenai merek dan pendaftaran merek dan manfaat pendaftaran merek tersebut. sehingga ketika saya mulai memproduksi dan memasarkan hasil produksi saya, kemudian saya juga langsung memulai untuk mendaftarkan merek dagang usaha saya, sehingga dengan merek yang sudah terdaftar tersebut saya tidak takut kemudian hari, merek dagang saya digunakan oleh orang lain tanpa seizin saya.”²³

²⁰ Romi, Wawancara, Pengusaha UMKM, Kota Jambi, Tanggal 9 Februari 2022

²¹ Rida, Wawancara, Pengusaha UMKM, Kota Jambi, Tanggal 10 Februari 2022

²² Rudi, Wawancara, Pengusaha UMKM, Kota Jambi, Tanggal 9 Februari 2022

²³ Maurida, Wawancara, Pengusaha UMKM, Kota Jambi, Tanggal 10 Februari 2022

4. Pola-Pola Perilaku Hukum (*Legal Behavior*)

Sehubungan dengan pola-pola perilaku hukum, bagi pengusaha UMKM yang telah melakukan pendaftaran merek, maka mereka melakukan pendaftaran ialah berkat usaha darinya sendiri, artinya setiap pengusaha UMKM hanya dapat memperoleh perlindungan atas merek dagangnya apabila ia dengan kesadaran melakukan pendaftaran secara langsung ke Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kemenkumham Kota Jambi.

Maka dari itu didapatkan suatu korelasi antara pola perilaku hukum masyarakat dengan kesadaran hukum, yaitu setiap perilaku hukum bertujuan untuk menciptakan keserasian antara ketertiban dan kebebasan atau dengan kata lain orang-orang yang melakukan pendaftaran terhadap merek dagang telah memiliki kesadaran hukum yang tinggi. Hal tersebut sejalan dengan salah satu faktor penentu kesadaran hukum yaitu berkaitan dengan pola perilaku hukum, yang mana apabila masyarakat/ pengusaha UMKM tidak memiliki pengetahuan mengenai hukum maka tidak akan tercipta dan terlaksana pola perilaku hukum patuh hukum.

Dalam melakukan pendaftaran merek dagang, tidak ada unsur paksaan berupa sanksi pidana melainkan diserahkan sepenuhnya pada kesadaran dan kepatuhan hukum bagi tiap-tiap pengusaha UMKM. Hal tersebut juga berkaitan dengan tujuan dari pendaftaran merek dagang yang memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi si pendaftar, misalnya dalam hal terjadi sengketa yang mana dengan didaftarkan suatu merek pastinya si pendaftar mendapat perlindungan dari negara yang dibuktikan dengan bukti otentik

Bersumber dari pengumpulan data yang telah dilakukan oleh penulis, berikut faktor penyebab rendahnya minat pengusaha UMKM khususnya di Kota Jambi dalam melakukan pendaftaran merek dagangnya ke Kemenkumham Kota Jambi :

- a. Rendahnya pemahaman pengusaha UMKM terhadap pentingnya pendaftaran dan perlindungan merek.
- b. Pengusaha UMKM lebih cenderung hanya berfokus pada pendapatan semata dan tidak mengindahkan unsur kegunaan dan manfaat dari merek.
- c. Adanya persepsi pelaku UMKM yang menilai bahwasanya pendaftaran merek membutuhkan biaya yang relative besar.
- d. Pengusaha UMKM beranggapan bahwasanya produk yang diproduksi bukan merupakan suatu hal yang istimewa dan dapat juga diproduksi oleh orang lain.
- e. Prosedur pendaftaran merek relative panjang dan terkesan berbelit-belit.
- f. Pelaku UMKM terkesan beranggapan produk miliknya sah-sah saja ditiru oleh pihak lain.
- g. Informasi yang didapatkan cenderung tidak tepat dan tidak akurat.

Upaya untuk Meningkatkan Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM untuk melakukan Pendaftaran terhadap Merek Dagangnya

Guna mengatasi minimnya kesadaran hukum pengusaha UMKM di Kota Jambi dalam melakukan pendaftaran merek dagang miliknya, Kementerian Hukum dan HAM Kota Jambi telah melakukan beberapa upaya yang diantaranya ialah sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan Penyuluhan Hukum

Penyelenggaraan penyuluhan hukum dibutuhkan untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat khususnya pengusaha UMKM sekitaran Kota Jambi yang diharapkan dengan penyuluhan hukum dapat pengusaha UMKM mendapat pemahaman dan pemberdayaan terhadap urgensi dari pendaftaran merek. Upaya ini telah dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM RI sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Harana selaku Kepala Sub Bidang HKI Dirjen HKI Kemenkumham Kota Jambi sebagai berikut :

“Berkaitan dengan peningkatan kesadaran hukum pengusaha mikro, kecil dan menengah pada kantor Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Kota Jambi, maka diperlukan suatu pemecahan masalah yang konkrit khususnya dilakukan oleh Pemerintahan terkait dalam hal ini pemerintah daerah yang berhubungan dekat dan langsung dengan pengusaha untuk memberikan pemahaman dan pemberdayaan kepada masyarakat tentang manfaat pendaftaran merek pada usaha dagang mereka.”²⁴

²⁴Harana, Wawancara, Kepala Sub Bidang HKI Ditjen Hak Kekayaan Intelektual Kantor Kemenkumham Kota Jambi, Kota Jambi, Tanggal 27 Januari 2022

2. Melakukan Kerjasama antar Instansi Terkait

Kementerian Hukum dan HAM Kota Jambi juga telah mengupayakan kerja sama dengan instansi lain seperti Pemerintah Daerah Kota Jambi untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat dan/atau pelaku UMKM. Adapun upaya konkrit yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM Kota Jambi dan Pemerintah Kota Jambi ialah sebagaimana disampaikan oleh Bapak Solihan selaku staf pada Sub Bidang HKI Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kemenkumham Kota Jambi sebagai berikut:

“Untuk lebih meningkatkan kesadaran hukum pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam pendaftaran merek maka perlu adanya kerja sama yang serius dan upaya yang serius dari pemerintah secara terus menerus dan berkesinambungan dengan cara memantau perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah di daerahnya yang dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Melakukan pendataan pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah*
- b. Membuatkan ikon industri daerah yang layak jual agar dapat dipasarkan keluar daerah*
- c. Memberikan pelatihan bidang teknis, manajemen, hukum dan pemasaran serta memfasilitasi perolehan merek terdaftar.”²⁵*

3. Meningkatkan Peran serta Masyarakat

Masyarakat berkedudukan sangat penting dalam pelaksanaan hukum, hal ini dikarenakan hukum ialah sebagai alat untuk mengatur manusia. Hukum pun juga bertujuan untuk mencapai kesejahteraan bagi manusia, sehingga guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap hukum, Kemenkumham Kota Jambi telah berupaya untuk meningkatkan peran serta masyarakat.

Bapak Solihan selaku staf pada Sub Bidang Kekayaan Hak Intelektual Dirjen HKI Kemenkumham Kota Jambi pada intinya menyampaikan bahwasanya perlu peran serta dari masyarakat luas, baik dari mahasiswa ataupun pihak lainnya untuk sama-sama memberikan pemahaman terhadap masyarakat untuk melakukan pendaftaran merek.

Setiap masyarakat berpeluang sebagai produsen dan juga konsumen, sehingga dengan peningkatan peran serta masyarakat untuk meningkatkan kesadaran hukum pengusaha UMKM dalam melakukan pendaftaran hak atas kekayaan intelektual. Peran serta dari masyarakat secara optimal akan memberikan dampak bagi kesadaran hukum bagi pengusaha UMKM.

SIMPULAN

Maka dari rumusan masalah yang ada dalam penelitian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya:

1. Arti penting pendaftaran merek dagang bagi pengusaha UMKM diantaranya ialah untuk memberikan perlindungan terhadap suatu merek dagang, mencegah terjadinya pembajakan yang merugikan konsumen, serta mencegah adanya sengketa merek dagang secara perdata bagi pengusaha UMKM.
2. Penyebab minimnya pendaftaran merek dagang UMKM ke Kemenkumham Kota Jambi ialah dikarenakan rendahnya tingkat kesadaran dan kepatuhan hukum pengusaha UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek, rendahnya pengetahuan pengusaha UMKM mengenai regulasi tentang merek, serta pola perilaku hukum pengusaha UMKM yang belum memiliki pengetahuan tentang perlindungan terhadap merek dagang/usaha.
3. Upaya yang tengah digencarkan untuk mengatasi rendahnya kesadaran pengusaha UMKM tersebut ialah Kementerian Hukum dan HAM Kota Jambi melakukan penyelenggaraan penyuluhan hukum, bekerja sama dengan instansi daerah, serta peningkatan peran serta masyarakat dengan cara pemberdayaan dengan konsep partisipatif.

Saran

1. Perlunya optimalisasi penyuluhan dan sosialisasi terkait dengan kegunaan dari pendaftaran merek dagang/jasa ke Ditjen Kementerian Hukum dan HAM, khususnya di Kota Jambi.
2. Kementerian Hukum dan HAM RI harus secara optimal melakukan pengecekan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan memberikan kemudahan terhadap mekanisme pendaftaran merek dagang/jasa.

²⁵Solihan, Wawancara, Staf Sub Bidang HKI Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kemenkumham Kota Jambi, Kota Jambi, Tanggal 27 Januari 2022

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Krisnawati, Adriana. *Konsep Hak Kekayaan Intelektual*. Rineka Cipta. Jakarta. 2005.
- Mayana, Ranti Fauza dan Tisni Santika. *Hukum Merek Perkembangan Aktual Perlindungan Merek Dalam Konteks Ekonomi Kreatif Di Era Disrupsi Digital*. Refika. Bandung. 2021.
- Supramono. *Hak Cipta dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Rineka Cipta. Jakarta, 2010.
- Serfiyani, Cita Yustisia, dkk. *Buku Pintar Haki dan Warisan Budaya*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press. 2017.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Rajawali Press. Jakarta. 2001.
- Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Ilmu hukum*. Mandar Maju. Bandung. 2008.
- Tim Revisi Pedoman Penulisan Skripsi. *Pedoman Penulisan Skripsi Revisi Tahun 2021*. Yayasan Pendidikan Jambi Universitas Batanghari Fakultas Hukum. Jambi. 2021.
- Jened, Rahmi. *Hukum Merk Trademark Law dalam Era Global Integrasi Ekonomi*. Prenada Media Group. Jakarta. 2015.
- Munandar, Haris dan Sally Sitanggang. *Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan Seluk-Beluknya*. Erlangga. Jakarta. 2008.
- Tambunan, Tulus. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-Isu Penting*. LP3ES. Jakarta. 2012.

Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.