

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan nasional sebagai upaya-upaya yang berkesinambungan meliputi seluruh aspek kehidupan bangsa dan negara untuk melaksanakan tujuan nasional yang tertuang dalam Pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, hal tersebut selaras dengan Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional yang berbunyi sebagai berikut:

“Pembangunan nasional adalah upaya yang dilaksanakan oleh semua komponen bangsa dalam rangka mencapai tujuan bernegara”.¹

Titik pembangunan nasional Indonesia ialah terletak pada bidang ekonomi. Pembangunan ekonomi sebagai salah satu bagian dari pembangunan nasional merupakan salah satu upaya untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Perkembangan ilmu dan teknologi yang sangat pesat membawa dampak signifikan terhadap kelangsungan hidup masyarakat salah satunya terhadap perkembangan industri dan perdagangan. Namun kenyataannya dalam dunia perdagangan

¹ Lihat Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.

dan perindustrian tersebut tak heran masih sering terjadi persaingan usaha tidak sehat dan tidak mengedepankan nilai-nilai etis dalam perdagangan. Apabila hal tersebut tidak diimbangi dengan penegakan serta perlindungan hukum, maka pembangunan nasional yang dicita-citakan tidak akan tercapai.

Salah satu implementasi penegakan hukum sebagai upaya untuk melaksanakan pembangunan nasional ialah pembentukan peraturan-perundang-undangan. Pembentukan peraturan tersebut ialah bagian dari pembangunan hukum nasional yang diawali dengan perencanaan program nasional yang kemudian akan dituangkan dalam Program Legislasi Nasional Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-undang No. 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, yang berbunyi sebagai berikut:

“Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional adalah satu kesatuan tata cara perencanaan pembangunan untuk menghasilkan rencana-rencana pembangunan dalam jangka panjang, jangka menengah, dan tahunan yang dilaksanakan oleh unsur penyelenggara negara dan masyarakat di tingkat pusat dan daerah.”²

Sistem perencanaan pembangunan nasional menyatakan bahwa Peraturan perundang-undangan dapat memberikan kejelasan hukum dan arah tindakan dalam proses perumusan perencanaan pembangunan nasional. Disisi lain pembangunan hukum telah dijadikan bagian dari pembangunan nasional agar terdapat satu hukum nasional yang dapat

² Lihat Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.

menjadi pedoman dalam perkembangan kebutuhan pembangunan dan aspirasi masyarakat dimasa yang akan datang. Maka atas pemikiran tersebut, perlu kajian komprehensif terkait dengan hak atas kekayaan intelektual dalam hal ini mengenai pendaftaran merek dalam rangka membangun sistem hukum perdata nasional.

Hak kekayaan intelektual saat ini dan di masa yang akan datang memiliki peran yang sangat penting terhadap laju percepatan pembangunan nasional, terutama dalam era globalisasi. Hak kekayaan intelektual adalah terjemahan dari *Intellectual Property Rights* atau dalam bahasa Belanda disebut *Intellectual Eigendom*.³ Hak kekayaan intelektual adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu yang bersumber dari hasil kerja otak, dan hasil kerja rasio.⁴ R.B Simatupang memberikan pengertian hak kekayaan intelektual ialah hak yang timbul dari intelektual manusia sebab sebagai inti atau objek pengaturannya meliputi ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan sastra.⁵ Mengingat hak kekayaan intelektual terbagi dalam beberapa bagian, ternyata hal ini berimplikasikan pada lingkup pemberian hak hukum atas kekayaan intelektual.⁶

Ruang lingkup dari hak atas kekayaan intelektual yaitu sebagai berikut:⁷

³ Hutagalung, Sophar Maru, *Hak Cipta Kedudukan dan Perannya di dalam Pembangunan*, Sinar Grafika, Jakarta, 1956, hlm. 87.

⁴ Ok. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hlm. 9.

⁵ Simatupang, R.B, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 1995, hlm. 84.

⁶ Sudargo Gautama, *Hukum Merek Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993, hlm 5.

⁷ Suyud Margono, *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, Penerbit Nuansa Aulia, Bandung, 2010, hlm. 12.

1. Hak cipta dan hak-hak yang berkaitan dengan hak cipta;
2. Merek;
3. Indikasi Geografis;
4. Desain Industri;
5. Paten;
6. Desain Tata Sirkuit Terpadu;
7. Rahasia Dagang, dan
8. Perlindungan Varietas Tanaman.

Di Indonesia dalam konteks pelaksanaan hak asasi manusia, hak atas kekayaan intelektual dianggap sebagai hak milik. Makna hak kekayaan intelektual itu sendiri sebagai hak milik atas kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Sebelum dimulainya rezim perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, pendekatan hukum terhadap hak kekayaan intelektual adalah dengan pendekatan hukum kebendaan seperti yang diatur dalam KUH Perdata.⁸ Hak milik berdasarkan Pasal 570 KUH Perdata yang berbunyi sebagai berikut:

“Hak milik adalah hak untuk menikmati suatu barang secara leluasa dan untuk berbuat terhadap barang itu secara bebas sepenuhnya, asalkan tidak bertentangan dengan Undang-undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh kuasa yang berwenang dan asal tidak mengganggu hak-hak orang lain; kesemuanya itu tidak mengurangi kemungkinan pencabutan hak demi kepentingan umum dan penggantian kerugian yang pantas, berdasarkan ketentuan-ketentuan perundang-undangan”.⁹

⁸ Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, PT. Alumni, Bandung, 2004, hlm.5.

⁹ Lihat Pasal 570 KUHPerdata.

Hak milik menurut Pasal 570 KUH Perdata di atas merupakan hak untuk menikmati kegunaan suatu kebendaan dengan leluasa, dan untuk berbuat bebas terhadap kebendaan itu dengan Undang-undang atau peraturan yang ditetapkan oleh suatu kekuasaan yang berhak menetapkannya dan tidak diperkenankan oleh hukum untuk mengganggu hak-hak orang lain.¹⁰

Keikutsertaan Indonesia dalam meratifikasi Konvensi tentang pembentukan organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization*) yang mencakup pula mengenai persetujuan tentang aspek-aspek dagang atas Hak Kekayaan Intelektual (*Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights/TRIP's*) sebagaimana telah disahkan dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), telah menuntut Indonesia untuk mematuhi dan melaksanakan isi perjanjian nasional tersebut.

Ratifikasi tersebut mendorong pula keikutsertaan Indonesia dalam meratifikasi *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* (Konvensi Paris) yang telah disahkan dengan Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1997 dan *Trademark Law Treaty* (Traktat Hukum Merek) yang disahkan dengan Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 1997.¹¹ Perjanjian-

¹⁰ Frieda Husni Hasbullah, *Hukum Kebendaan Perdata Jilid I Hak-Hak yang Memberi Kenikmatan*, Penerbit Indonesia, Jakarta, 2002, hlm. 60.

¹¹ Sudjana, *Penggunaan Prinsip Konstitutif pada Merek dalam Perspektif Teori Perlindungan dan Tujuan Hukum*, Jurnal Hukum, Fakultas Hukum Universitas Padjajaran, Vol. 3, Januari, 2021, hlm. 3.

perjanjian internasional tersebut menjadikan adanya kewajiban bagi Indonesia untuk menyesuaikan Undang-undang Merek yang berlaku dengan ketentuan dalam perjanjian internasional yang telah diratifikasi tersebut. Dalam hal ini Merek diatur dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Salah satu ruang lingkup dalam hak kekayaan intelektual adalah hak merek. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi sebagai berikut:

“Merek merupakan 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.”¹²

Merek merupakan unsur atau tanda pembeda dari produk-produk yang dihasilkan guna menunjukkan asal-usul atau identitas barang dan atau jasa. Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan akan perlindungan merek sangat diperlukan seiring dengan tumbuhnya lintas perniagaan dan perindustrian sehingga mengakibatkan hukum hak atas kekayaan intelektual masuk kedalam sistem hukum negara Indonesia karena hak-hak tersebut sangat penting dalam menunjang sasaran pembangunan nasional.

¹² Lihat Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis membedakan merek kedalam 3 (tiga) jenis, yaitu sebagai berikut:¹³

1. 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-barang sejenis lainnya.
2. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.
3. Merek kolektif adalah 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.

Hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek dalam jangka waktu 10 (sepuluh) Tahun sejak tanggal penerimaan. Menurut Gatot Supramono hak khusus atau hak eksklusif (*exclusive rights*) adalah hak pribadi dari pemilik merek dalam penggunaan mereknya. Dengan artian pihak lain tidak dapat menggunakan

¹³ Ahmad Miru, *Hukum Merek*, Rajawali Pers, Jakarta, 2005, hlm. 11.

hak atas merek tanpa izin dari pemilik merek.¹⁴ Hak atas merek terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaian pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis¹⁵. Hak atas merek tersebut sangat melekat pada beberapa sektor termasuk sektor bisnis. Begitupun sebaliknya sektor bisnis tidak pernah dapat luput dari hak kekayaan intelektual. Setiap usaha yang dilakukan pasti memiliki kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya, salah satunya ialah pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan industri yang berkembang dengan sangat cepat dan besar di Indonesia. Industri UMKM menjadi salah satu pilar perekonomian yang menggerakkan roda perekonomian di Indonesia, baik dalam bentuk usahanya ataupun bentuk badan hukumnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk pembangunan nasional sebagai pilar perekonomian sudah terbukti mampu bertahan bahkan pada saat terjadi krisis ekonomi yang melanda Indonesia. UMKM adalah sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet pertahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Sektor UMKM adalah penyumbang produk domestik bruto terbesar, paling

¹⁴ Anne Gunawati, *Perlindungan Merek Terkenal Barang dan Jasa Tidak Sejenis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*, PT. Alumni, Bandung, 2015, hlm. 95.

¹⁵ Sulastris Satino dan Yuliana Yuli W, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)*, Jurnal Yuridis, Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Vol. 5 No. 1, Jakarta, 2018, hlm. 162.

banyak menyerap lapangan kerja, serta relatif tahan terhadap krisis keuangan.¹⁶

Salah satu peran kekayaan intelektual adalah memberikan perlindungan hukum atas kepemilikan karya intelektual terutama merek dimana hal tersebut merupakan indikator pengembangan ekonomi kreatif serta menjadi bagian penting dalam pembangunan nasional. Setiap pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentunya tidak boleh mengenyampingkan soal pentingnya perlindungan terhadap merek. Idealnya, pendaftaran merek kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia segera dilakukan ketika akan memulai sebuah usaha.¹⁷ Pelaku UMKM terkadang mengabaikan pentingnya pengelolaan hak kekayaan intelektual (HKI). Padahal, salah satu kekuatan produk agar diterima di masyarakat adalah bagaimana menciptakan kekuatan *branding* melalui pengelolaan HKI.¹⁸

Meskipun skala bisnis yang dijalankan di dalam UMKM bukanlah suatu skala yang besar, tetapi pada umumnya seluruh UMKM memiliki suatu merek, baik merek yang dipergunakan di dalam perdagangan atau bisa disebut sebagai merek dagang ataupun merek yang dipergunakan di dalam

¹⁶Kompas, "Apa itu UMKM dan Contohnya?", Melalui : <<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2021/05/15/083104126/apa-itu-umkm-dan-contohnya>>, Diunduh tanggal 24 Maret 2022, Pukul 12.17 WIB.

¹⁷Yanuaris Viodego, "Klausula: Sadar Merek Bagi UMKM", Melalui : <<https://m.bisnis.com/amp/read/20190925/16/1152325/klausula-sadar-merek-bagi-umkm>>, Diunduh tanggal 24 Maret 2022, Pukul 11.05 WIB.

¹⁸ Mashud Toarik, "Ketahui Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Pelaku UMKM", Melalui : <<https://investor.id/business/245070/ketahui-pentingnya-pendaftaran-merek-bagi-pelaku-umkm>>, Diunduh tanggal 23 Maret 2022, Pukul 18.36 WIB.

suatu produk jasa. Oleh karena itu untuk memperoleh hak mereknya setiap pelaku usaha mikro kecil dan menengah harus membuat permohonan pendaftaran merek agar mendapatkan hak merek dagangnya ketika setelah didaftarkan. Hal tersebut sesuai dengan Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang berbunyi sebagai berikut:

“Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar”.¹⁹

Pendaftaran merek bagi produk-produk UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) sekarang telah dipermudah dengan diundangkannya Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang diturunkan dalam peraturan pelaksanaannya melalui Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.²⁰ Sebagai pelaku UMKM mendaftarkan sebuah merek merupakan salah satu hal yang penting dalam persaingan pasar global. Apalagi saat ini Indonesia tengah dihadapi dengan pertumbuhan perekonomian digital yang sangat pesat.²¹ Merek dianggap memiliki nilai yang sama dengan sebuah reputasi. Bagi pemilik usaha, baik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) maupun non UMKM, sepanjang usahanya tersebut membutuhkan penggunaan merek, apalagi jika pemakaian merek

¹⁹ Lihat Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

²⁰ Sulasno dan Uul Nabila, "Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Melalui Program Sabtu Minggu Di Kota Serang", Jurnal Ilmu Administrasi Negara (Asian), Universitas Serang Raya, Vol. 08 No. 01, Maret 2020, hlm. 8.

²¹ Cek HKI, "Pentingnya Mendaftarkan Merek bagi UMKM", Melalui: <<https://cekhki.id/peentingnya-mendaftarkan-merek-bagi-umkm/>>, Diunduh tanggal 22 Maret 2022, Pukul 16.46 WIB.

tersebut dimaksudkan untuk pemakaian jangka panjang, melakukan pendaftaran merek akan sangat bermanfaat dan dianjurkan.²²

Pada prinsipnya pendaftaran atas merek merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum. Perlindungan merek di Indonesia menganut prinsip *first to file* yang dianut dalam Stelsel Konstitutif.²³ Prinsip *first to file* ialah suatu prinsip dimana permohonan merek yang diajukan terlebih dahulu, maka pihak tersebutlah yang memperoleh perlindungan hukum sejak tanggal penerimaan. Sehingga merek hanya mendapatkan perlindungan apabila merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya.

Namun pada implementasinya mayoritas para pelaku UMKM tidak berfokus kepada perlindungan hukum ataupun perkembangan usahanya melainkan kepada suatu keuntungan dan pola bisnis yang sederhana tanpa ada perencanaan pengembangan di masa mendatang.²⁴ Padahal dalam bisnis modern, suatu bisnis tidak dapat terlepas dari merek dagang atau jasa

²² Lucky Setiawati, S.H, "Perluakah Usaha Kecil dan Menengah Mendaftar Merek Dagang?", Melalui:<<https://www.hukumonline.com/klinik/a/perluakah-usaha-kecil-dan-menengah-mendaftar-merek-dagang>>, Diunduh tanggal 24 Maret 2022, Pukul 12.15 WIB.

²³ Khoiril Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Setara Press, Jakarta, 2017, hlm. 54.

²⁴ Andrew Betlehn dan Prisca Oktaviani Samosir, "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia", *Jurnal Law and Justice*, Program Studi Hukum Bisnis, Universitas Agung Podomoro, Vol. 3 No. 1, September, 2018, hlm. 4.

karena merek adalah identitas dari produk yang diperdagangkan maupun suatu tanda pembeda antara produk barang atau jasa yang sejenis yang diperdagangkan oleh para pelaku usaha.

Pendaftaran sejak awal mendirikan usaha dapat mengantisipasi terjadinya persengketaan merek di masa depan.²⁵ Selain itu juga dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap produsen sebagai pemegang hak milik yang sah. Namun adanya peraturan-peraturan dengan jaminan perlindungan tersebut tidak membuat semua pengusaha penghasil produk berminat mendaftarkan mereknya secara sah. Hal tersebut didukung berdasarkan hasil wawancara pribadi penulis terhadap Kepala Sub Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Jawa Barat bahwa pada zaman serba modern saat ini berbagai industri semakin tumbuh dengan pesat salah satunya pada UMKM. Penting kiranya suatu UMKM memiliki legalitas hukum salah satunya mengenai merek. Namun dapat dikatakan bahwa dilapangan masih banyak sekali UMKM yang belum memahami adanya manfaat pendaftaran merek.²⁶

Berdasarkan data-data yang penulis peroleh bahwa dalam kurun waktu tahun 2018 sampai pada tahun 2021 jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung tercatat sejumlah 1052 UMKM dari berbagai

²⁵ Mochammad Januar Rizki, "Wajib Tahu! Ini Pentingnya Pendaftaran Merek bagi UKM dan Startup", Melalui : <<https://www.hukumonline.com/berita/a/wajib-tahu-ini-pentingnya-pendaftaran-merek-bagi-ukm-dan-startup-lt5f8e07a824547/>>, Diunduh tanggal 20 Maret 2022, Pukul 14.06 WIB.

²⁶ Hasil wawancara pribadi penulis terhadap Bapak Dona Prawisuda, S.H., M.H. Selaku Kepala Sub Bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Jawa Barat pada Tanggal 14 Desember 2021.

bidang usaha seperti kuliner, fashion, maupun kerajinan tangan. Namun dari jumlah tersebut hanya 196 UMKM atau sekitar 18,7% saja yang telah mendaftarkan merek dagangnya. Angka tersebut masih terbilang rendah.²⁷

Tabel 1 : Data jumlah merek UMKM terdaftar serta tidak terdaftar periode tahun 2018-2021

Periode Tahun	Jumlah UMKM di Kota Bandung	Jumlah Merek Terdaftar	Jumlah Merek tidak Terdaftar
2018	488	47	441
2019	404	97	307
2020	132	48	84
2021	28	4	24

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung hasil observasi pada 13 Januari 2022.

Berdasarkan data tersebut, bahwa dalam kenyataannya dimasyarakat masih banyak pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang belum melakukan pendaftaran merek, hal tersebut memungkinkan terjadinya sebuah sengketa merek dikalangan UMKM. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara penulis terhadap Bapak Haerul Imami Arbi selaku pemilik usaha mikro Kopi Meraki menjelaskan bahwasannya Bapak Haerul tidak mengetahui secara mendalam dalam hal pendaftaran merek. Karena menganggap bisnisnya yang masih terbilang kecil dan baru berjalan pada tahun 2019, bapak Haerul Imami Arbi memilih menunda untuk

²⁷ Data bersumber dari Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung.

mendaftarkan merek dagangnya mengingat biaya dan waktu yang tidak sedikit.²⁸

Adapun berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Jefika Rusiana selaku pemilik usaha Kue Balok Brownies Mahkota, merasa belum berkenan mengurus hal-hal yang berkaitan dengan legalitas suatu usaha dalam hal ini mendaftarkan merek dagang karena menganggap bahwa hal tersebut membutuhkan proses yang sangat panjang.²⁹ Hal tersebut sering terjadi karena kurangnya kesadaran hukum pelaku UMKM dalam mendaftarkan merek dagangnya sejak memulai sebuah usaha tanpa menyadari resiko yang akan timbul sampai pada sebuah sengketa.

Oleh karena itu berdasarkan data-data tersebut, UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Padahal, menurut pandangan *World Intellectual Property Rights* (WIPO), UMKM memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas produk. Namun, sayangnya kesadaran pengusaha UMKM akan pentingnya pemanfaatan hak kekayaan intelektual untuk mendukung kegiatan usaha mereka masih rendah. Maka dari itu, berdasarkan data-data dan uraian diatas, penting kiranya penelitian ini dapat dilakukan sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi yang berjudul

²⁸ Hasil Wawancara pribadi penulis terhadap Bapak Haerul Imami Arbi selaku Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung sekaligus pemilik usaha Kopi Meraki pada Tanggal 9 Februari 2022.

²⁹ Hasil wawancara pribadi penulis terhadap Ibu Jefika Rusiana selaku pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bandung sekaligus pemilik usaha Kue Balok Brownies Mahkota pada Tanggal 8 Februari 2022.

“PELAKSANAAN PENDAFTARAN MEREK DAGANG OLEH PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH YANG BELUM TERDAFTAR DI KOTA BANDUNG DIHUBUNGKAN DENGAN PASAL 3 UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka akan dibahas beberapa persoalan guna untuk membatasi penelitian dengan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pendaftaran merek dagang oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang belum terdaftar merek dagangnya di Kota Bandung?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung dalam mendaftarkan merek dagangnya?
3. Bagaimana upaya-upaya hukum dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung dalam mendaftarkan merek dagangnya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pendaftaran merek dagang oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang belum terdaftar merek dagangnya di Kota Bandung.

2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung dalam mendaftarkan merek dagangnya.
3. Untuk mengetahui upaya-upaya hukum dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung dalam mendaftarkan merek dagangnya.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan tentunya dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri yang kemudian mampu meningkatkan kemampuan peneliti dalam menerapkan berbagai konsep dan regulasi yang berlaku, khususnya yang berkaitan dengan pendaftaran merek. Selain untuk peneliti sendiri, tentunya hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai kalangan masyarakat dan juga akademisi sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam wawasan, dan memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya, khususnya hukum perdata di bidang hak kekayaan intelektual yaitu merek, serta bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah agar mereknya tidak ditiru atau diplagiasi oleh para pihak yang tidak bertanggung jawab dan tidak memiliki kesadaran atas perlindungan hak merek. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi lembaga-lembaga terkait dalam

hal ini Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah beserta Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Sehingga dapat membuka pemikiran yang lebih kritis terhadap sistem pembaharuan hukum nasional.

2. Kegunaan Praktis

- a. Secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat serta bahan masukan bagi pihak yang terkait dalam hal ini Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah beserta Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual terhadap pendaftaran merek dagang, serta bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah agar mereknya tidak ditiru atau diplagiasi oleh para pihak yang tidak bertanggung jawab dan tidak memiliki kesadaran atas perlindungan merek.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengaruh positif bagi masyarakat akan pentingnya memahami hak atas kekayaan intelektual setiap manusia terutama dalam hal ini mengenai merek, sehingga pelanggaran atas hak merek dapat diminimalisir untuk menghindari kerugian secara materil.
- c. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk kegiatan evaluasi program pelaksanaan pendaftaran merek yang telah atau sedang dilaksanakan oleh pemerintah di Indonesia. Sehingga dapat dilakukan upaya perbaikan terhadap kebijakan-kebijakan mengenai pendaftaran merek

yang dikeluarkan baik secara substansial maupun pelaksanaan di lapangan.

E. Kerangka Pemikiran

Indonesia adalah negara hukum (*rechstaat*). Hal tersebut termaktub dalam Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 1 ayat (3) yang berbunyi bahwa “Negara Republik Indonesia adalah Negara Hukum”.³⁰ Sebagai negara hukum, ciri penting dari negara hukum salah satunya adalah perlindungan terhadap hak asasi manusia (HAM). Hak asasi manusia adalah hak yang mutlak harus ada menyertai hidup setiap orang tanpa terkecuali, selaras dengan harkat dan martabatnya selaku manusia yang merdeka.³¹

Dalam perjalanannya melalui beberapa kali amandemen, khususnya pada Amandemen kedua Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengatur perihal hak asasi manusia secara komprehensif dimulai dari Pasal 28A sampai dengan Pasal 28J. Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, dalam konsideran menimbangannya pun menyebutkan bahwa bangsa Indonesia sebagai anggota PBB mengemban tanggung jawab moral dan hukum untuk menjunjung tinggi dan melaksanakan deklarasi universal tentang hak asasi manusia. Salah satu bentuk perlindungan terhadap hak asasi manusia adalah hak

³⁰ Lihat Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

³¹ A. Ridwan Halim, *Pengantar Ilmu Hukum Dalam Tanya Jawab*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2005, hlm. 139.

kekayaan intelektual. Berdasarkan Pasal 28C ayat (1) UUD 1945 yang berbunyi sebagai berikut:

“Setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia”.³²

Indonesia sebagai negara yang berdasarkan hukum, maka segala aspek kehidupan berbangsa dan bernegara harus senantiasa berdasarkan atas hukum. Menurut Gustav Radbruch terdapat tiga nilai dasar yang menjadi tujuan hukum diantaranya:³³

1. Keadilan Hukum
2. Kemanfaatan Hukum
3. Kepastian Hukum

Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum tersebut harus dijalankan dengan cara yang baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang sehingga aturan-aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.³⁴ Menurut Utrecht kepastian hukum ialah adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan serta berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena adanya aturan yang bersifat umum itu

³² Lihat Pasal 28C ayat (1) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

³³ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 37.

³⁴ Asikin Zainal, *Pengantar Tata Hukum Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, hlm. 19.

individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu.³⁵

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia tumbuh cukup pesat. UMKM mampu menjadi dinamisor dan stabilisor perekonomian di Indonesia.³⁶ Keberadaan UMKM tidak terlepas dari keterkaitannya dengan hak kekayaan intelektual terutama mengenai merek. Untuk mendapatkan perlindungan hukum, sudah seharusnya para pelaku UMKM mendaftarkan merek produknya.

Merujuk pada salah satu teori tujuan dari hukum yaitu kepastian hukum, dalam pendaftaran merek digunakan sistem konstitutif dimana tujuannya adalah untuk memberikan hak atas merek kepada siapa saja yang mendaftarkan mereknya. Sistem ini lebih menjamin adanya kepastian hukum. Kepastian hukum tersebut berupa jaminan serta keuntungan bagi pendaftar (pemilik atau pemegang merek yang sah) dengan diterimanya merek dan tanda bukti pendaftaran dalam bentuk sertifikat sebagai bukti hak atas merek sekaligus dianggap sebagai pemakai pertama merek yang bersangkutan. Kepastian hukum atas merek tersebut dapat digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan juga dapat digunakan sebagai alat bukti jika nantinya dimasa mendatang terjadi sebuah sengketa. Oleh karena itu untuk mewujudkan suatu kepastian hukum tersebut, penting kiranya bagi

³⁵ Riduan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm. 23.

³⁶ Candra Purnama, *Perlindungan Hukum Produk UMKM Melalui HKI (Hak Kekayaan Intelektual)*, Staf Dinas Koperasi dan UMKM, Jakarta, 2010, hlm. 49.

para pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagangnya yaitu membuat permohonan merek.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai termasuk dalam kelompok usaha yang memiliki persentase serta kontribusi besar di Indonesia. Oleh karena itu, industri UMKM harus senantiasa mengembangkan usahanya dalam rangka mendukung perekonomian negara. Hal tersebut selaras dengan Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berbunyi sebagai berikut:

“Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.³⁷”

Merujuk pada Pasal tersebut maka untuk mengembangkan usahanya, salah satu cara yang dapat ditempuh oleh para UMKM ialah melalui pendaftaran merek. Pelaku UMKM yang mendaftarkan mereknya tentu selain mendapatkan hak eksklusif dari negara, juga memperoleh manfaat secara ekonomi. Berdasarkan kajian tersebut manfaat merek ternyata tidak hanya berdampak secara hukum, tetapi juga bermanfaat secara ekonomi.³⁸ Ketika merek produk sudah terdaftar, maka lebih banyak peluang yang bisa didapat. Seperti mengajukan kerja sama ekspor, *franchise*, waralaba dan lain sebagainya. Selain itu tingginya tindakan plagiarisme di era modern ini maka, melalui pendaftaran merek dapat

³⁷ Lihat Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

³⁸ F. Yudhi Priyo Amboro, “*Problematika Pendaftaran Merek untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Batam*”, *Jurnal of Judicial Review*, Vol. 21 No.1, 2019, hlm 7.

terhindar dari segala bentuk kecurangan yang dapat berakhir dengan gugatan atau sengketa.

F. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian hukum ini tidak terlepas dari langkah-langkah yang digunakan sebagai cara kerja dalam penelitian yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yang bersifat ilmiah³⁹. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Metodologi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif analisis. Penelitian hukum deskriptif analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku kemudian dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang berkaitan dengan permasalahan.⁴⁰ Dalam hal ini menggambarkan fakta dan data baik berupa data primer yaitu berdasarkan peraturan Perundang-undangan tersebut adalah Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan data sekunder berupa teori atau pendapat para ahli hukum terkemuka.

³⁹ Khudzaifah Dimiyati & Kelik Wardiono, *Metode Penelitian Hukum*, Fakultas Hukum: Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2008, hlm.3.

⁴⁰ Ronny Haniatjo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurumetri*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm. 97-98.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris yang termasuk kedalam jenis penelitian sosiologis atau disebut dengan penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang menjadi kenyataannya di masyarakat atau dengan kata lain adalah sebuah penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau terjadi secara nyata di masyarakat dengan maksud agar mengetahui serta menemukan fakta-fakta serta data yang dibutuhkan.

Setelah terkumpulnya data-data yang dibutuhkan kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang pada akhirnya menuju kepada penyelesaian masalah.⁴¹ Peter M. Marzuki menyatakan bahwa penelitian hukum merupakan proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi yang berkaitan dengan perlindungan hak atas kekayaan intelektual. Sehingga diketahui bagaimana sebetulnya pelaksanaan pendaftaran merek dagang oleh para pelaku UMKM di Kota Bandung.

⁴¹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 2002, hlm. 16.

3. Sumber Data dan Jenis Data

a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi sejumlah bahan informasi yang terdapat dalam buku-buku dan informasi lainnya baik buku-buku yang memiliki hubungan dengan penelitian maupun buku-buku penunjang. Penelitian ini terdiri dari tiga sumber data sebagai berikut:

- 1) Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang diperoleh dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku, meliputi:
 - a) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
 - b) Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata);
 - c) Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional;
 - d) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis;
 - e) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah;
 - f) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek;
 - g) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang Jenis dan Tarif atas Penerimaan Negara Bukan Pajak

yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia;

h) Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

- 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan-penjelasan dari bahan hukum primer atau data yang diperoleh secara tidak langsung. Biasanya diperoleh dari media perantara. Dalam hal ini penulis memperoleh data tersebut melalui jurnal-jurnal ilmiah, artikel-artikel, dan buku-buku untuk membantu menjawab persoalan dan permasalahan dari penelitian ini.
- 3) Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan penjelasan-penjelasan dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Adapun bahan hukum tersier berasal dari kamus hukum beserta media elektronik atau hasil penelitian hukum yang berkaitan dengan pelaksanaan pendaftaran merek dagang oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

b. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Data Primer

Data primer ialah data utama yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Bandung yang belum mendaftarkan merek dagangnya dalam periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 yang penulis peroleh melalui Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung.

2) Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang berfungsi sebagai pendukung dan penunjang dari data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa skripsi, tesis, jurnal-jurnal ilmiah dari kalangan ahli hukum yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang diteliti.

3) Data Tersier

Data sekunder adalah data lainnya yang memberikan penjelasan-penjelasan dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Adapun data tersier berasal dari kamus hukum, ensiklopedia hukum, maupun media elektronik yang berkaitan dengan pelaksanaan pendaftaran merek dagang oleh pelaku UMKM yang belum terdaftar.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Studi kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku kepustakaan untuk memperoleh data sekunder yang dilakukan dengan cara menginventarisasi dan mempelajari kedua bahan hukum tersebut diatas.
- b. Studi lapangan, yaitu sebagai bahan pelengkap dan penunjang dalam penelitian, yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian secara langsung pada objek penelitian adalah dengan cara sebagai berikut :

- 1) Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan mengadakan pengamatan secara langsung dengan objek yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan data yang menyeluruh dari perilaku manusia atau sekelompok manusia sebagaimana terjadi dalam kenyataan dan mendapatkan deskripsi yang relatif lengkap mengenai kehidupan sosial. Untuk itu maka nantinya peneliti akan melakukan observasi terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung yang belum mendaftarkan merek dagangnya.

2) Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menggali informasi secara langsung pada pihak-pihak yang terkait dan merupakan proses interaksi dan komunikasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau keterangan terhadap masyarakat yang dianggap mengetahui dan dimungkinkan diperoleh data yang berguna dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung serta pihak-pihak yang terkait terutama kepada para pelaku UMKM di Kota Bandung, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Kantor Wilayah Jawa Barat, beserta Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang datanya diperoleh dari buku-buku, media internet, atau sumber-sumber sebagai penunjang dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

5. Analisis Data

Metode analisis data yang sesuai dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode secara kualitatif, yaitu analisis data

mengungkap dan mengambil kebenaran yang sesungguhnya yang diperoleh dari kepustakaan dan penelitian lapangan yaitu menggabungkan antara peraturan perundang-undangan, yurisprudensi, buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah, yang berkaitan dengan hak merek, yang kemudian nantinya akan diuraikan secara sistematis, dalam hal ini mengenai pelaksanaan pendaftaran merek dagang yang belum terdaftar oleh pelaku UMKM di Kota Bandung.

6. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Untuk itu penulis melakukan penelitian di wilayah Jawa Barat khususnya di Kota Bandung.

a. Lokasi Perpustakaan :

- 1) Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Jl. A. H. Nasution No. 105, Cipadung, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat, 40614.

b. Lokasi Lapangan :

- 1) Usaha mikro Kopi Meraki, Jl. Cihampelas, Pasir Kaliki, Kec. Coblong Kota Bandung, Jawa Barat, 40131.
- 2) Usaha mikro Kue Balok Brownies Mahkota, Jl. Sabang No. 27, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat, 40114.

- 3) Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Republik
Indonesia Kantor Wilayah Jawa Barat, di Jln. Jakarta
No. 27 Bandung, 40270.
- 4) Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah
Kota Bandung, di Jln. Kawalayaan No. 2. Jatisari,
Kec. Buah Batu, Kota Bandung, Jawa Barat, 40286.

