**Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Pelaku UMKM di Indonesia**

**Fatmawati dan Aminah**

**Program Studi Magister Kenotariatan**

 **Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro**

**Email: nyfatma.08@gmail.com**

*ABSTRACT*

*UMKM as a small-scale industry still think that protection of intellectual property is not important. This proved by still few UMKM Trademark registration at Ditjen of Intellectual Property. Research method is used Yuridical Normative. The results of this study is Trademark is one of the protected rights from intellectual property rights. Trademark used as instrument to distinguishing goods and services that produced by another company that similar, or used to marking product to indicate the origin. The conclusion of this study is efforts in provide trademark protection againts UMKM in a away registering UMKM trademark. Because UMKM have capital limitations, assets and yearly outcomes if compared business Non UMKM, because of that goverment provide ease for UMKM to trademark registration, that is through cheaper cost for UMKM trademark registration policy compared Non UMKM trademark, cooperate between Dirjen HKI Kementrian Hukum dan HAM and Kementrian Koperasi dan UMKM, giving financing incentives UMKM trademark registration, and collective trademark registration of UMKM.*

**Keywords: legal protection; brand; umkm**

**Abstrak**

UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan masih minimnya pendaftaran Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Metode penelitian yang dipakai yaitu adalah Yuridis Normatif. Hasil dari penelitian ini yaitu Merek merupakan salah satu hak yang dilindungi dari hak kekayaan intelektual. Merek sejak lama digunakan sebagai alat untuk membedakan barang dan jasa yang di produksi oleh suatu perusahaan lain yang sejenis, atau digunakan untuk memberikan tanda dari produk yang dihasilkan dengan maksud menunjukan asal-usul dari suatu produk. Kesimpulan penelitian ini adalah upaya dalam memberikan perlindungan merek terhadap UMKM adalah dengan cara mendaftarkan merek UMKM. Karena kriteria pelaku usaha UMKM memiliki keterbatasan dari modal, aset maupun hasil penjualan tahunan jika dibandingkan dengan usaha Non-UMKM, oleh karenanya pemerintah memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek, yaitu melalui kebijakan biaya registrasi merek UMKM yang lebih murah dibandingkan merek Non-UMKM, melakukan kerasama antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, memberikan insentif pembiayaan pendaftaran pendaftaran merek UMKM, serta pendaftaran merek kolektif UMKM.

**Kata kunci: perlindungan hukum; merek; umkm**

1. **PENDAHULUAN**
2. **Latar Belakang**

Pengertian merek sebagai bagian dari Hak Milik Intelektual tidak terlepas dari pemahaman bahwa hak merek diawali dari temuan-temuan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual lainnya, misalnya hak cipta. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya design logo atau huruf. Ada hak cipta dalam bidang seni, namun dalam hak merek bukan hak cipta dalam bidang seni yang dilindungi tetapi mereknya itu sendiri dan hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaiannya pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis(Sulastri, 2018). Merek bagi produsen merupakan citra sekaligus nama baik bagi perusahaan, selain itu juga merupakan bagian dari stategi bisnis. Tidak ada seorang produsen yang tidak menggunakan merek sebagai identitas atas barang yang diproduksinya atau jasa yang diberikan. Identitas yang diwujudkan dalam merek tersebut merupakan pengenal dan sekaligus pembeda antara merek suatu perusahaan tertentu dengan merek perusahaan yang lainnya.

Hak atas merek adalah hak yang bersifat khusus (*exclusive*) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin pada orang lain untuk menggunakannya. Pemberian hak khusus oleh negara tersebut, membawa konsekuensi bahwa untuk mendapatkannya harus melalui mekanisme pendaftaran, sehingga sifat pendaftaran adalah wajib (*compulsory*). Agar hak merek tersebut mendapat perlindungan dan pengakuan dari negara, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara. Jika suatu merek tidak didaftarkan, maka merek tersebut tidak akan dilindungi oleh negara. Konsekuensinya merek tersebut dapat digunakan oleh setiap orang(Sujatmiko, 2011). Perbedaan artikel ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah artikel ini mengkaji dan menganalis bagaimana perlindungan pendaftaran merek dapat berakhir dan bagaimana perlindungan terhadap merek terdaftar. Hal apa saja yang bisa menyebabkan perlindungan merek terdaftar dapat berakhir yang sesuai dengan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selama ini penelitian yang ada hanya fokus pada pendaftaran merek, perlindungan merek, dan sengketa merek. Bahkan beberapa penelitian sebelumnya masih mengkaji dengan menggunakan Undang-Undang No 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

Merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Dalam bisnis modern, suatu bisnis tidak dapat terlepaskan dari Merek dagang atau jasa karena Merek adalah identitas dari produk yang diperdagangkan. Sebagai identitas Merek merupakan suatu tanda pembeda antara produk barang atau jasa yang sejenis yang diperdagangkan oleh para pelaku usaha. Dengan adanya suatu Merek, maka konsumen juga dapat menentukan suatu pilihan dengan tidak adanya kebingungan.

UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan masih minimnya pendaftaran Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Data statistik pendaftaran Ditjen KI menunjukkan bahwa selama periode 2016-April 2018 pendaftaran Merek Non UMKM mendominasi sebesar 91,45% sedangkan untuk merek UMKM hanya sebesar 8.55%.6 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.

Berkaitan dengan hal itu, pendaftaran merek juga berkaitan erat dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *World Intellectual Property Rights (WIPO)* berpendapat bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas produk(Sardjono, Agus, 2013). UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia dan juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca kritis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Namun, kesadaran pengusaha-pengusaha UMKM akan pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual untuk mendukung kegiatan usaha mereka masih rendah. Contohnya penggunaan merek yang bertujuan untuk membedakan produk satu dengan produk lainnya. Pendaftaran merek bagi pengusaha UMKM dapat membantu konsumen mengenali produk yang telah dihasilkan oleh mereka, sehingga memudahkan para konsumen untuk mencari dan membeli produk-produk tersebut.

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*(Hidayah, 2017). Artinya, Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian Hukum dan Ham dan dalam hal ini terdapat di Direktorat 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.

Para pemilik merek yang telah terdaftar akan mendapatkan Hak Merek, yaitu hak ekslusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar umum Merek. Berdasarkan Hak Merek tersebut, para pemilik Merek akan mendapatkan perlindungan hukum sehingga dapat mengembangkan usahanya dengan tenang tanpa takut Mereknya diklaim oleh pihak lain. Disisi lain, pihak-pihak tertentu yang beritikad tidak baik menempuh jalan pintas dengan melakukan peniruan atas merek yang telah terdaftar.

Bagi merek yang sudah didaftarkan oleh pemiliknya, itu saja masih bisa ditiru oleh orang lain apalagi jika merek itu belum didaftarkan. Sehingga apabila ada merek yang sudah terdaftar kemudian muncul merek baru yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek yang sudah terdaftar, kadang-kadang merek yang baru itupun juga terdaftar resmi di Direktorat Jenderal Kekayaan Inteletual (DJKI). Jika terjadi hal yang demikian kemudian pemilik merek yang pertama mengetahui, dia dapat mengajukan gugatan kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual bahwa merek yang baru muncul itu mempunyai persamaan dengan mereknya. Apabila hal itu memang terbukti biasanya perlindungan terhadap hak atas merek terdaftar yang terakhir akan berakhir.

Dari latar belakang di atast, maka penulis tertarik menulis jurna dengan judul “**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK BAGI PELAKU UMKM DI INDONESIA”.**

1. **Kerangka Teori**
2. **Teori Perlindungan Hukum**

Pengertian perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum yaitu konsep dimana hukum dapat memberi suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

Perlindungan hukum sangatlah dibutuhkan bagi manusia demi perikelakuan di masyarakat untuk memberikan suatu nilai keadilan bagi masyarakat. Intinya, perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam negara hukum, berdasarkan ketentuan dari kesewenangan(Hadjon, 2007).

Jadi dapat disimpulkan pengertian perlindungan hukum pada hakikatnya hukum memberi perlindungan yaitu memberi kedamaian yang intinya adalah keadilan, dan keadilan yang diberikan oleh hukum tergantung hukum mana yang diatur oleh hukum tersebut(Tutik, 2008). Jika yang diatur adalah hubungan antara negara dengan perseorangan maka keadilan yang diberikan adalah memberikan apa yang menjadi jatahnya, tetapi jika yang diatur hubungan antara perseorangan maka keadilan yang diberikan adalah memberikan pada semua orang sama banyak.

Unsur-unsur yang tercantum dalam definisi teori perlindungan hukum tersebut, meliputi:

1. Adanya wujud atau bentuk perlindungan atau tujuan perlindungan: Untuk memberikan jaminan kepastian hak-hak kepada UMKM yang dilindungi dengan memberikan dorongan seperti insentif, pembinaan, pemantauan sebagai upaya pemihakkan pemerintah terhadap ekonomi rakyat yang lemah agar bisa maju, mandiri dan berdaya saing.
2. Subjek perlindungan hukum: Pengusaha lokal atau UMKM.
3. Objek Perlindungan hukum: Hak-hak masyarakat (pelaku UMKM) terhadap keberlangsungan usahanya melalui kebijakan pemerintah yang sifatnya mendukung dan melindungi UMKM dari pesaing asing dan pengusaha besar serta dalam hal ini juga terkait dengan UMKM yang mengalami perselisihan atau sengketa dengan mitra bisnis asing.
4. **Perumusan Masalah**

1. Bagaimana peranan merek sebagai kekayaan intelektual?

2. Bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap merek umkm di Indonesia?

1. **State Of Arts Penelitian**

Jurnal Penelitian Risky Sianipar(Sianipar, 2019) yang berjudul “Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, membahas mengenai perlindungan hukum hak atas Merek di Indonesia. Perbedaan dengan penelitian ini, penulis membahas upaya perlindungan hukum terhadap Merek UMKM di Inonesia. Rinitami Njatrijani(Njatrijani, 2020) dalam penelitiannya, “*Qua Vadis* UMKM Jawa Tengah Di Masa Pandemi Covid-19”, membahas tentang bagaimana kebijakan pemerintah Jawa Tengah menyikapi debitur UMKM yang terdampak pandemi Covid 19 agar tidak terjadi kredit macet, sedangkan penelitian ini membahas perlindungan hukum atasmerekBagi Pelaku UMKM di Indonesia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulul Nabila(Nabila, 2020), “Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Melalui Program Sabtu Di Kota Serang”, membahas mekanisme permohonan pendaftaran merek produk-produk UMKM di Kota Serang, sedangkan penulis membahas tentang peranan merek sebagai kekayaan intelektual.

1. **METODE PENELITIAN**

Metode pendekatan yang digunakan penulis ketika saat melakukan penyelesaian penulisan hukum ialah “yuridis normatif”, yakni metode pendekatan yang dipakai guna memahami perundang-undangan pada norma hukum yang tertuang”. Spesifikasi penelitiaan yang dipakai pada penelitian ini merupakan deskriptif analisis yakni penelitian yang memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya(Soekanto, 2005). Data sekunder merupakan data yang dipakai lewat studi pustaka terhadap bahan hukum primer, sekunder, serta tersier. Setelah data-data sekunder yang diperlukan berhasil dikumpulkan, bahan hukum itu bisa dilakukan pengolahan serta analisis memakai teknik pengolahan data dengan cara kualitatif yakni “melakukan penguraian data dengan cara berkualitas berbentuk keteraturan kalimat, runtut, logis, tidak tumpang tindih serta efektif. Jadi memberikan kemudahan pemahaman serta interpretasi data”(Muhammad, 2004).

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Peranan Merek Sebagai Hak Kekayaan Intelektual**

Merek merupakan salah satu hak yang dilindungi dari hak kekayaan intelektual. Merek sejak lama digunakan sebagai alat untuk membedakan barang dan jasa yang di produksi oleh suatu perusahaan lain yang sejenis, atau digunakan untuk memberikan tanda dari produk yang dihasilkan dengan maksud menunjukan asal-usul dari suatu produk. Kesadaran akan perlindungan hak kekayaan intelektual khususnya merek sejalan dengan tingginya persaingan dagang antar individu, kelompok maupun antar negara. Masalah pelanggaran hak kekayaan intelektual termasuk isu yang sangat sensitif bagi negara-negara maju. Hal tersebut dapat dipahami karena mereka sangat menghargai kreasi dan inovasi suatu produk. Berkaitan dengan perlindungan merek, perdagangan tidak akan berkembangan baik jika suatu merek tidak memperoleh perlindungan hukum yang memadai.

Merek merupakan suatu tanda pembeda atas barang atau jasa bagi satu perusahaan dengan perusahaan lainnya atau pemilik perorangan satu dan yang lainnya. Sebagai tanda pembeda maka merek dalam satu kualifikasi barang/jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu dan lainnya, baik pada keseluruhan maupun pada pokoknya. Pengertian persamaan pada keseluruhannya yaitu apabila mempunyai persamaan dalam hal asal, sifat, cara pembuatan dan tujuan pemakaiannya. Pengertian persamaan pada pokoknya yaitu apabila memiliki persamaan pada persamaan bentuk, persamaan cara penempatan, persamaan bentuk dan cara penempatan, persamaan bunyi ucapan.

Pemegang atau pemilik Hak Merek yaitu orang atau persero, beberapa orang sebagai pemilik bersama dan Badan Hukum yang telah mendapatkan hak atas merek yang disebut dengan merek terdaftar. Terdapat beberapa tanda yang tidak boleh dijadikan merek, yakni sebagai berikut:(Sutedi, 2009)

1. Merek yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum, misalnya gambar porno atau gambar yang menyinggung perasaan keagamaan.
2. Merek berupa keterangan barang, misalnya merek kacang untuk produk kacang.
3. Merek yang tidak memiliki daya pembeda, misalnya hanya sepotong garis, garis yang sangat rumit, atau garis yang kusut.
4. Kata-kata umum, misalnya kata rumah atau kota.
5. Merek yang telah menjadi milik umum, misalnya tanda lalu lintas.

Hak merek dinyatakan sebagai hak eksklusif karena hak tersebut merupakan hak yang sangat pribadi bagi pemiliknya dan diberi hak untuk menggunakan sendiri atau izin kepada orang lain untuk menggunakan sebagaimana ia sendiri menggunakannya(Miru, 2007). Fungsi suatu merek dapat dilihat dari 3 (tiga) sudut pandang, yaitu, produsen, konsumen dan pedagang. Dari pihak produsenm merek digunakan untuk jaminan nilai hasil dari produksinya, khususnya mengenai kualitas dan pemakaiannya; dari pihak konsumen, merek digunakan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli; dari pihak pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pemasaran(Margono, Suyud dan Angkasa, 2002).

Mengingat konsep perlindungan merek di Indonesia menganut sistem kosntitutif atau *first ti file principle*, maka merek yang dilindungi hukum adalah merek yang terdaftar di Dirjen HKI, yaitu sebagai persyaratan untuk mendapatkan hak eksklusif. Sehubungan dengan hal tersebut, maka Pasal 3 Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016 secara jelas menentukan bahwa hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada orang lain untuk menggunakannya.

Perlindungan merek sangat penting sekali, Merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang menunjukkan asal barang dan jasa, sekaligus menghubungkan barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya(Djumhana, Muhammad dan Djubaedillah, 2003). Merek selain sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha selaku pemilik merek, juga sebagai alat untuk melindungi masyarakat selaku konsumen dari terjadinya penipuan kualitas barang tertentu. Konsumen akan meresa dirugikan jika merek yang mereka anggap berkualitas, ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan kualitas rendah(Hidayah, 2017). Merek menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) serta reputasi suatu barang dan jasa hasil usaha sewaktu diperdagangkan. Jaminan kualitas suatu barang atau jasa sangat berguna bagi produsen dalam persaingan usaha dan sekaligus memberikan perlindungan jaminan produknya kepada konsumen.

**2. Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Umkm Di Indonesia**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 1 No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dinyatakan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut.

Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan penyedia lapangan kerja; ekonomi; pemain penting dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat; pencipta pasar baru dan kontribusinya terhadap PDB dan neraca pembayaran(Saputra, M. B. B., 2021). Total kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional merupakan akumulasi dari semua sektor ekonomi UMKM, pada tahun 2013 UMKM mampu menyumbangkan Rp. 5.440 triliun atas dasar harga berlaku terhadap PDB Nasional.

Jika dilihat dari potensi dan perannya yang sangat besar, UMKM diharap berekembang secara semaksimal mungkin sebagai suatu usaha peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu diperlukan perlindungan hukum terhadap produk yang dihasilkan terutama terhadap merek dagang. Karena kita kurang peka dan tidak memberikan perlindungan terhadap produk yang kita miliki, pada akhirnya banyak dari produk-produk Indonesia khususnya produk-produk yang memiliki nilai tradisional yang ide-ide dan desainnya dicuri oleh pihak luar(Putra, 2018). Suatu produk yang dilindungi hak merek hanya dapat diproduksi oleh si pemilik atau pemegang hak atas produk tersebut (eksklusif). Jadi jika ada pihak lain yang ingin memproduksi barang yang sama berkewajiban mendapatkan lisensi terlebih dahulu dari si pemegang hak dan membayar *royalty* atas penggunaan tersebut. Tindakan produksi atas suatu produk yang telah dilindungi hak merek tanpa seizin pemegang hak merupakan pelanggaran dan pembajakan yang dapat membawa akibat hukum(Indrawati, S., dan Setiawan, 2020).

Keberadaan UU Merek 2016 diharapkan bisa menjadi salah satu cara pemerintah dalam melindungi usaha UMKM melalui perlindungan kekayaan intelektualnya yang berupa Merek. Dengan adanya pengakuan Merek yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM maka industri besar ataupun para pelaku usaha yang memiliki itikad tidak baik, tidak serta merta dapat mengambil kekayaan intelektual milik pelaku usaha UMKM karena kepemilikan Merek yang terdaftar diakui dan dilindungi oleh pemerintah. Apabila ada sengketa yang lahir akibat adanya sengketa kepemilikan Merek, pemerintah hanya akan mengacu sertifikat Merek sebagai bukti kepemilikan hak atas Merek, kecuali terjadi pembatalan hak atas merek berdasarkan gugatan merek yang dilakukan oleh salah satu pihak di pengadilan Niaga.

Kemudian sebagai upaya perlindungan hukum terhadap merek industri UMKM di Indonesia dilakukan dengan cara meningkatkan industri UMKM untuk mendaftarkan merek oleh pelaku UMKM. dikarenakan industri UMKM hanya akan mendapatkan perlindungan hukum merek apabila telah mendaftarkan mereknya. Upaya yang telah dilakukan yakni dengan cara:

1. Biaya Registrasi Merek UMKM yang Lebih Murah Dibandingkan Merek Non-UMKM

Kecilnya pendaftar Merek UMKM tidak membuat pemerintah tinggal diam. Pemerintah melalui Dirjen KI terus mendorong untuk meningkatkan pendaftaran Merek dari industri UMKM dengan membebankan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan pendaftar Merek Non UMKM. Hal tersebut menunjukkan kepedulian pemerintah untuk meningkatkan perkembangan bisnis UMKM dengan menjaga kekayaan intelektual dari para pelaku bisnis UMKM.

Sebuah merek terdaftar dilindungi sehingga orang lain tidak dapat memakainya dan akan mendapatkan perlindungan selama sepuluh (10) tahun dari tanggal penerimaan pendaftaran sebagaimana diatur dalam Pasal 35 UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jangka waktu ini dapat diperpanjang untuk masa yang tidak ditentukan selama sepuluh (10) tahun dengan pembayaran biaya. Namun, pemilik, harus mengajukan perpanjangan 12 bulan sebelum merek tersebut berakhir. Merek akan diperpanjang masa berlakunya hanya jika pemilik masih memakai merek tersebut dalam perdagangan barang dan/atau jasa(Lindsey, 2005).

1. Kerjasama antara Ditjen KI Kementerian Hukum dan Ham dan Kementerian Koperasi dan UMKM

Upaya yang telah dilakukan untuk memberikan perlindungan Merek dagang produksi industri UMKM diadakan Kerjasama antara Departemen Hukum dan HAM RI dengan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Dan Menengah RI Nomor M-10-UM .06.07.TH 2006 tentang Peningkatan Pemahaman dan Pemanfaatan Sistem Hak Kekayaan Intelektual yang di dalamnya terdapat perlindungan merek dagang bagi Koperasi dan UMKM. Adapun pertimbangan diadakan kerjasama tersebut adalah sebagai berikut:

1. UMKM merupakan salah satu pelaku usaha yang memiliki kontribusi yang nyata dalam perekonomian nasional.
2. Pengetahuan dan pemahaman mengenai keberadaan dan pentingnya pemanfaatan sistim Hak Kekayaan Intelektual (khususnya Hak Merek) di kalangan pelaku UMKM sektor industri baik makanan, miniman maupun barang-barang produksi olahan rumah tangga masih perlu disosialisasikan.
3. Koordinasi dan kerjasama yang sinergi antara para pihak dan upaya peningkatan penyebarluasan, pemahaman dan pemanfaatan sistem Hak Kekayaan Intelektual belum optimal dalam perlindungan merek dagang produk makanan.
4. Pemberian Intensif Pembiayaan Pendaftaran Merek UMKM

Dasar hukum Keputusan Direktur Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Nomor HKI-09.OT.03.01 Tahun 2013 tentang Insentif Hak Kekayaan Intelektual Bagi Sekolah Menengah Perguruan Tinggi, Usaha Mikro dan Usaha Kecil serta Warga Binaan Pemasyarakatan Tahun 2013. Pemberian insentif berupa pemberian pembiayaan pendaftaran pengajuan permohonan Hak Kekayaan Intelektual yakni merek baik berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan barang atau jasa.

1. Pendaftaran Merek Kolektif Industri UMKM

Di Indonesia pelaku UMKM seringkali memperjual belikan suatu barang atau jasa dengan suatu ciri khas yang sama oleh beberapa pelaku UMKM lainnya. Sehingga, pemerintah melalui UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memfasilitasi perlindungan Merek secara kolektif. Berdasarkan penjelasan UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, 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.

Merek kolektif diatur dalam Article 7 *bis the Paris Convention for the Protection of Industrial Property Rights* (1883/1967). Berdasarkan Article 7 Paris Convention negara anggota harus menerima pendaftaran merek kolektif yang dimiliki oleh asosiasi dimana eksistensinya tidak bertentangan dengan negara hukum asal, meskipun asosiasi tersebut tidak memiliki suatu pendirian komersial atau industrial di negara tersebut. Setiap negara menilai suatu persyaratan tertentu dimana merek kolektif dilindungi atau mungkin ditolak pendaftarannya jika merek kolektif tersebut bertentangan dengan kepentingan umum.

Di Indonesia, merek kolektif diatur dalam Pasal 46 sampai dengan Pasal 51 UndangUndang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan penggunaan merek kolektif adalah untuk menyederhanakan penyelesaian permintaan pendaftaran. Misalnya, jika sepuluh pengusaha masing-masing memproduksi jenis barang atau jasa, maka mereka harus mengajukan permintaan pendaftaran untuk melindungi setiap barang atau jasa yang dimaksud. Padahal masing-masing barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan tersebut mempunyai karakteristik yang sama, maka dalam hal tersebut dimungkinkan untuk menggunakan satu merek saja. Terhadap semua jenis barang atau jasa, cukup diajukan satu permintaan pendaftaran merek untuk mereka gunakan secara kolektif. Dengan demikian, para pengusaha khususnya pelaku UMKM dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga untuk memproses permintaan pendaftaran merek.

**D. SIMPULAN**

a. Merek merupakan salah satu hak yang dilindungi dari hak kekayaan intelektual. Merek sejak lama digunakan sebagai alat untuk membedakan barang dan jasa yang di produksi oleh suatu perusahaan lain yang sejenis, atau digunakan untuk memberikan tanda dari produk yang dihasilkan dengan maksud menunjukan asal-usul dari suatu produk.

b. Upaya dalam memberikan perlindungan merek terhadap industri UMKM adalah dengan cara mendaftarkan merek UMKM. Sehingga, dikarenakan kriteria pelaku usaha industri UMKM memiliki keterbatasan baik dari modal, aset maupun hasil penjualan tahunan jika dibandingkan dengan pelaku usaha Non-UMKM, oleh karenanya pemerintah memberikan kemudahan bagi pelaku industri UMKM untuk mendaftarkan merek, yaitu melalui kebijakan biaya registrasi merek UMKM yang lebih murah dibandingkan merek Non-UMKM, melakukan kerasama antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, memberikan insentif pembiayaan pendaftaran pendaftaran merek UMKM, serta pendaftaran merek kolektif industri UMKM.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku:**

Djumhana, Muhammad dan Djubaedillah, R. (2003). *Hak Milik Intelektual Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Hadjon, P. M. (2007). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Peradaban.

Hidayah, K. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Setara Press.

Lindsey, T. (2005). *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Alumni.

Margono, Suyud dan Angkasa, amir. (2002). *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*. Jakarta: Gramedia Widiasarna Indonesia.

Miru, A. (2007). *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Muhammad, A. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Soekanto, S. (2005). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.

Sutedi, A. (2009). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.

Tutik, T. T. (2008). *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana.

**Artikel Jurnal/Karya ilmiah**

Indrawati, S., dan Setiawan, B. (2020). Extension of Legal Awareness for the Protection of UMKM Product in Kebumen Regency through Trademark Registration. *Surya Abdimas*, *4*, 37–43.

Nabila, U. (2020). Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Melalui Peogram Sabtu Minggu Di Kota Serang. *JURNAL ILMU ADMINISTRSI NEGARA (AsIAN)*, *8*.

Njatrijani, R. (2020). QUO VADIS UMKM JAWA TENGAH DI MASA PANDEMI COVID 19? *Diponegoro Private Law Review*, *7*.

Putra, A. H. (2018). Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, *5*.

Saputra, M. B. B., dkk. (2021). The Roles of Local Governments in Accommodating the Registration of SME’s Product Trademarks. *Amnesti Jurnal Hukum*, *3*.

Sardjono, Agus, D. (2013). Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha UKM Batik. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan*.

Sianipar, R. (2019). PERLINDUNGAN HUKUM USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERDASARKAN UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA NO.20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (Studi Pada Kaos Medan Bah Di Kota Medan). *Repositori USU*.

Sujatmiko, A. (2011). Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek. *Jurnal Media Hukum*, *18*.

Sulastri, dkk. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware). *Jurnal Yuridis*, *5*.

**Undang-Undang dan Peraturan**

Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.