**ASPEK HUKUM MEREK DALAM PRODUK HASIL USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEBAGAI SALAH SATU SARANA PENINGKATAN PEREKONOMIAAN MASYARAKAT**

PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM

UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG

UHA SUHAERUDIN

188040073

Konsentrasi Hukum Ekonomi

**Abstrak**

Permasalahan dalam bidang perdagangan yang sedang banyak mendapat sorotan adalah permaslahan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Permasalahan HKI merupakan permasalahan yang muncul dan timbul seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuaan. Budaya masyarakat Indonesia yang mengutamakan unsur kekeluargaan dan kebersamaan lebih mengutamakan kepentingan bersama demi kemajuan dan kesejahteraan bersama khususnya dalam bidang ekonomi, sehingga hal tersebut sangat mempengaruhi pandangan bangsa Indonesia terhadap pengunaan HKI. Dalam proses perundingan mengenai HKI negara yang maju lebih memperhatikan kepenting-kepentingan pemiliki HKI, sedangkan negara berkembang yang sedang dalam proses menuju negara maju seperti negara Indonesia tidak terlalu memperhatikan aspek HKI terlebih para pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.Negara Indonesia harus lebih memperhatikan dan lebih serius dalam pembangunan hukum di bidang HKI, terlebih kini bangsa Indonesia sudah menuju negara maju. Peran dan pengaruh HKI begitu besar dan penting dalam industrilisasi dan perdagangan khususnya produk-produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah yang melahirkan produk-produk asli Indonesia, maka negara indonesia sebagai salah satu anggota masyarakat internasional secara resmi telah mengesahkan keikutsertaan dan menerima persetujuaan pembentukan organisasi perdagangan dunia *(agreement establishing the word trade organization)*. Dengan demikiaan Indonesia terikat untuk melaksanakan persetujuaan tersebut, yang mana salah satu aspek yang terkandung dari pembentukan organisasi tersebut adalah persetujuaan aspek-aspek dagang HKI.

Penulisan tesis ini menggunakan metode pendekatan yuridis empiris yang bersifat deskriptif analitis, yaitu menguraikan secara jelas data di lapangan untuk kemudian dikaitkan dengan teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang kemudian dihubungkan dengan penelitian yang dilakukan. Sumber berasal dari studi kepustakaan, hasil wawancara dan hasil observasi lapangan.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan suatu merek mendapat perlindungan hukum apabila merek tersebut didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, sedangkan terhadap merek yang tidak didaftarkan (*unregistered marks*) tidak mendapat perlindungan hukum dan dianggap tidak memiliki hak ekslusif. Pelaksanaan pendaftaran Merek produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Tasikmalaya khususnya sangat minim sekali, persoalan dalam proses pendaftaran Merek yang terjadi menjadi alesan kuat juga dalam rendahnya angka pendaftaran Merek. Penyelesaiaan sengeketa dalam permasalahan Merek yang terjadi di dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terkadang banyak yang mengandung jalur non litigasi, terlebih kegiatan yang di lakukan dalam rangka melawan hukum terhadap perlindungan Merek itu masih bisa di selesaikan dengan jalur kekeluargaan.

**Kata Kunci** : Hak Kekayaan Intelektual, Perlindungan Merek, Umkm

# Abstract

# Pendahuluan

Permasalahan dalam bidang perdagangan yang sekarang ini sedang banyak mendapat sorotan adalah permaslahan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Permasalahan HKI merupakan permasalahan yang muncul dan timbul seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuaan.

Budaya masyarakat Indonesia yang mengutamakan unsur kekeluargaan dan kebersamaan lebih mengutamakan kepentingan bersama demi kemajuan dan kesejahteraan bersama khususnya dalam bidang ekonomi, sehingga hal tersebut sangat mempengaruhi pandangan bangsa Indonesia terhadap pengunaan HKI. Dalam proses perundingan mengenai HKI negara yang maju lebih memperhatikan kepenting-kepentingan pemiliki HKI, sedangkan negara berkembang yang sedang dalam proses menuju negara maju seperti negara Indonesia tidak terlalu memperhatikan aspek HKI terlebih para pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.

Melihat kenyataan tersebut di atas, negara Indonesia harus lebih memperhatikan dan lebih serius dalam pembangunan hukum di bidang HKI, terlebih kini bangsa Indonesia sudah menuju negara maju. Peran dan pengaruh HKI begitu besar dan penting dalam industrilisasi dan perdagangan khususnya produk-produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah yang melahirkan produk-produk asli Indonesia, maka negara indonesia sebagai salah satu anggota masyarakat internasional secara resmi telah mengesahkan keikutsertaan dan menerima persetujuaan pembentukan organisasi perdagangan dunia *(agreement establishing the word trade organization)* yang diundangkan dalam Undang-Undang No 7 tahun 1997 tentang Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia). Dengan demikiaan Indonesia terikat untuk melaksanakan persetujuaan tersebut, yang mana salah satu aspek yang terkandung dari pembentukan organisasi tersebut adalah persetujuaan aspek-aspek dagang HKI yang mana di dalamnya juga termasuk aspek perdagangan barang palsu *(Agreement on* *trade related aspect of intellectual property right including trade in countefeit goods/TRP’s )*. Dalam melaksanakan persetujuan TRIP’s dan juga dalam rangka membangun sistem hukum nasional di bidang HKI, maka negara indonesia harus mempersiapkan peraturan perundang-undangan di bidang HKI yang berkolerasi dengan aturan global. Selain itu, pemahaman HKI kepada para pelaku usaha yang ada di Indonesia amat penting mengingat budaya di Indonesia yang terkadang tidak terlalu mempermasalahkan HKI ini.

HKI secara umum dapat digolongkan kedalam dua kategori utama, yaitu hak cipta dan hak kekayaan industry. Ruang lingkup ( hak cipta) adalah karya cipta dalam bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra. Sedangkan ruang lingkup hak kekayaan industry adalah dalam bidang teknologi. HKI yang berupa hak kekayaan industry meliputi hak atas:[[1]](#footnote-1)

1. Paten dan Paten Sederhana.
2. Merek/Merek Dagang (Trade Mark) dan Indikasi Geografis.
3. Desain Industri (Industrial Design).
4. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST)
5. Rahasia Dagang (Trade Secret)
6. Perlindungan Varietas Tanaman (PVT)

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk barang atau jasa yang ada di dalam pasaran. Melalui merek, masyarakat sebagai konsumen akan dengan mudah mengenali suatu produk perusahaan tertentu. Merek biasanya dicantumkan pada barang atau pada kemasan atau bungkusan barang yang dijual atau dicantumkan secara tertentu pada hal-hal yang terkait dengan jasa yang dijual[[2]](#footnote-2).

Saat ini Indonesia telah mempunyai Undang-Undang Merek terbaru yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis yang di gadangkan demi terwujudnya perampingan dalam proses pelaksanaan perdagangan di dalam negeri dan global. Seiring dengan telah diratifikasinya *Konvensi Pembentukan WorldTrade Organization* (WTO) dan dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) Indonesia terus membenahi regulasi dan aturan demi terwujudnya perlindungan bagi merek-merek dalam negri.

Pelaksanaan perlindungan hukum dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dagang Dan Indikasi Geografis dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN menekankan wilayah ekonomi yang kompetitif, yaitu perluasan definisi merek dagang, pendaftaran merek dagang internasional berdasarkan Protokol Madrid, penyederhanaan periode prosedur pendaftaran merek, bimbingan dan pengawasan dari indikasi geografis, penggunaan media elektronik atau non-elektronik, serta sistem jaringan dokumentasi dan indikasi geografis yang diselenggarakan oleh perangkat elektronik dan/atau non-elektronik yang dapat diakses secara nasional dan internasional.[[3]](#footnote-3)

Indonesia merupakan negara yang kaya akan produk yang di hasilkan oleh UMKM, baik produk makanan, minuman, sandang ataupun produk-produk yang bermanfaat bagi kehidupan rakyat Indonesia. Dalam perjalanan ekonomi Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti kuat dari goncangan krisis ekonomi ataupun pengaruh pelambatan ekonomi yang diakibatkan pengaruh dari luar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku ekonomi nasional yang memliki peran sangat penting bagi ketahanan ekonomi negara maupun pertumbuhan ekonomi negara, hal ini di buktikan dengan adanya UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan yang bisa diserap masyarakat dari berbagai klaster dan juga mampu memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Di tengah tuntutan untuk mampu bersaing dengan produk-produk yang serupa dalam negri yang mana hal ini masih ada dalam proteksi dan pengaturan oleh pemerintah, produk Usaha Mikro Kecil Menengah pun harus mampu bersaing secara global dengan produk-produk atau merek yang berasal dari negara-negara luar.

Pentingnya pendaftaran merek terhadap pelaku usaha di Indoneisa belum secara menyeluruh disadari oleh kelas-kelas pelaku usaha. Di Indonesia terdapat kelas pelaku usaha seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mana secara persentase masih sedikit yang telah mendaftarkan merek ke Dirjen KI dibandingkan dengan pelaku usaha Non-UMKM. Sebagaimana data yang telah diuraikan sebelumnya yakni 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%.[[4]](#footnote-4)

Salah satu aspek penting bagi pelaku UMKM, yaitu memberi pelindungan kekayaan intelektual produknya, baik itu merek, paten, hak cipta, maupun desain industri. DJKI Kemenkumham mendata, selama kurun waktu 2019 sampai 2021 permohonan pendaftaran KI yang masuk hanya 76.294 permohonan. Padahal jumlah UMKM di Indonesia berjumlah sekitar 65,4 juta.[[5]](#footnote-5) Saat ini pelaku usaha UMKM di wilayah Indonesia khususnya di wilayah kota Tasikmalaya masih minim dalam melakukan proses pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual dalam bidang Merek, tercatat di dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian Dan Perdagangan kota Tasikmalaya masih jauh dari harapan produk-produk UMKM kota

Dari uraian permasalahan diatas penulis mengangkat hal tersebut sebagai bahan penulisan Tesis Strata 2 (S2). Oleh karena itu, penulis akan melakukan penulisan tesis dengan judul: “ASPEK HUKUM MEREK DALAM PRODUK HASIL USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEBAGAI SALAH SATU SARANA PENINGKATAN PEREKONOMIAAN MASYARAKAT “

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis mengidentifikasikan permasalahnnya sebagai berikut:

1. Bagaimana aturan merek dalam produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menangah (UMKM) sebagai salah satu sarana peningkatan perekonomiaan rakyat ?
2. Bagaiamana pelaksanaan merek dalam produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menangah (UMKM) sebagai salah satu sarana peningkatan perekonomiaan rakyat ?
3. Bagaimana penyelesaian permasalahaan merek dalam produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menangah (UMKM) sebagai salah satu sarana peningkatan perekonomiaan rakyat ?

**B. Metode Penelitian**

1. **Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah deskriftif analitis, deskripsi yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Biasanya penelitian deskriptif seperti ini menggunakan metode survei[[6]](#footnote-6).Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran secara rinci, menyeluruh, dan sistematis mengenai aspek hukum Merek serta perlindungan hukum atas Merek Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di kota Tasikmalaya serta di jelaskan pula bagaimana peranan produk UMKM sebagai sarana peningkatan perekonomiaan masyarakat.

1. **Metode Pendekatan**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan yuridis empiris Penelitian yuridis dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka yang merupakan data sekunder dan juga disebut penelitian kepustakaan. Penelitian empiris dilakukan dengan cara meneliti di lapangan yang merupakan data lapangan.[[7]](#footnote-7)

1. **Tahap Penelitian**
   * + 1. Penelitian kepustakaan, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara mengkaji bahan pustaka atau data sekunder.[[8]](#footnote-8) Data sekunder tersebut terdiri dari:
2. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mempunyai otoritas (*autoritatif*)[[9]](#footnote-9) secara umum dan/atau pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu berupa:
3. Undang-undang dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945
4. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,
5. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah
6. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan
7. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dagang dan Indikasi Geografis
8. Bahan hukum sekunder, yaitu semua publikasi tentang hukum yang merupakan dokumen yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, terdiri dari:
   1. Buku- Buku Teks Mengenai hukum,
   2. Tesis dan Disertasi,
   3. Jurnal-jurnal hukum,
   4. Artikel ilmiah online seputar hukum.
9. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dengan memberikan pemahaman dan pengertian atas bahan hukum lainnya, yang terdiri dari:
   1. Kamus Besar Bahasa Indonesia,
   2. Kamus Hukum
      * 1. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan adalah kegiatan mengumpulkan, meneliti, dan merefleksikan data primer yang diperoleh langsung dari lapangan untuk menunjang data sekunder.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi dokumen, yaitu penelitian terhadap data sekunder yang berhubungan dengan materi,
2. Studi lapangan dengan dilakukan melalui wawancara *interview* atau wawancara terhadap nara sumber yang memiliki kompetensi terkait masalah yang akan diteliti. Kegiatan ini bertujuaan untuk mengetahui lebih dalam lagi keaadaan yang seutuhnya di sekitar masyarakat dan di lingkungan yang berhubungan dengan hal yang sedang diteliti.
3. **Analisis Data**

Menganalisis data dilakukan dengan menggunakan metode Analisa kualitatif, Setelah data primer maupun sekunder terkumpul, lalu dipilah-pilah dan dikelompokan secara sistematis. Pengelompokan dilakukan berdasarkan kebutuhan yang disesuaikan dengan permasalahan yang diambil.

Data yang telah dikelompokan secara sistematis itu dianalisa dengan menggunakan metode analisa kualitatif. Analisa data kualitatif adalah suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan juga perilakunya yang nyata diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.[[10]](#footnote-10)

1. **Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di:

1. Kepustakaan
2. Perpustakaan Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung, yang beralamat di Jl. Sumatera No. 41 Bandung
3. Perpustakaan Sekolah Tinggi Hukum Galunggung Tasikmalaya, yang beralamat di Jl Lukmanul Hakin Tasikmalaya
4. Perpustakaan Sekolah Ilmu Adab dan Budaya ( STIABI ) Riyadlul ulum Tasikmalaya.
5. Lapangan
6. Kantor Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, Perindustrian Dan Perdagangan Kota Tasikmalaya.
7. Pelaku Usaha UMKM Produk Opak khas Tasikmalaya, Produk Bee Thai tea, Produk Bubur Ayam H. Zaenal Kalektoran
8. **Pembahasan** 
   * + 1. **Peraturan merek dalam produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menangah (UMKM) sebagai salah satu sarana peningkatan perekonomiaan rakyat.**

Peraturan perlindungan terhadap merek dagang secara universal tertuang dalam *Trade Related Aspect Of Intellectual Property Right* ( TRIP’s).Negara Indonesia merupakan salah satu negara anggota WTO dengan dasar Undang-undang No 7 Tahun 1994 tentang pengesahan *Agreement Establishing The World Trade Organization* (Persetujuaan Pembentukan Perdagangan Dunia). Selain itu juga, Indonesia meratifikasi Undang-Undang mengenai Hak Kekayaan Intelektual salah satunya yaitu Undang-Undang Tentang Merek Nomor 15 Tahun 2001 yang sekarang di ubah menjadi Undang-Undang Tentang Merek dan Indikasi Geografi Nomor 20 Tahun 2016.

Pasal 3 menyebutkan pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek diberikan hak eksklusif oleh negara untuk menggunakan merek ataupun pihak yang di beri ijin untuk menggunakan merek tersebut dalam jangka waktu yang di berikan oleh hukum.[[11]](#footnote-11) Sehingga dalam hal ini, pelaku usaha yang sudah mendaftarkan Merek produknya akan mendapatkan kepastian hukum berupa perlindungan hukum mengenai Merek apabila terjadi duplikat terhadap Merek produk tersebut.

Merek adalah salah satu bidang Hak Kekayaan Intelektual yang memiliki perlindungan hukum bagi para pemiliknya. Merek adalah wujud karya kreatifitas yang memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan proses perdagangan barang atau jasa. Hal ini terjadi karena suatu Merek dapat digunakan untuk membedakan suatu barang dengan barang lain yang bentuknya sejenis. Pemalsuan suatu Merek dagang dengan barang yang sama dan sejenis biasanya di lakukan dengan penurunan kualitas dari barang yang asli dengan merek tersebut. Hal tersebut di lakukan untuk memperoleh keuntungan secara cepat dan tentunya hal ini bisa merugikan pelaku usaha yang menggagas merek tersebut. Dengan memperhatikan hal tersebut di atas diperlukan suatu perlindungan Merek barang-barang yang diproduksi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan undang-undang yang berlaku.

Saat ini Indonesia telah mempunyai Undang-Undang Merek terbaru yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis yang di gadangkan demi terwujudnya perampingan dalam proses pelaksanaan perdagangan di dalam negeri dan global. Perubahan-perubahan regulasi yang terjadi dalam pelaksanaan perlindungan merek adalah demi terwujudnya perlindungan hukum atas karya-karya produk dalam negri serta untuk mengikuti perubahan-perubahan ketentuan dalam perdagangan internasional. Pelaksanaan regulasi dan aturan dalam merek bertujuaan memberikan pelayanan bagi para pengusaha atau pedagang agar dalam mengembangkan usahanya, mereka memperoleh perlindungan hukum atas tenaga, pikiran, waktu dan biaya yang telah mereka korbankan dalam rangka membangun suatu reputasi perusahaan dalam wujud merek. Adanya pengaturan tentang merek diharapkan dapat mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Dengan merek, produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya, serta keterjaminan bahwa produk itu original.[[12]](#footnote-12)

Indonesia merupakan negara yang kaya akan produk yang di hasilkan oleh UMKM, baik produk makanan, minuman, sandang ataupun produk-produk yang bermanfaat bagi kehidupan rakyat Indonesia. Dalam perjalanan ekonomi Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti kuat dari goncangan krisis ekonomi ataupun pengaruh pelambatan ekonomi yang diakibatkan pengaruh dari luar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku ekonomi nasional yang memliki peran sangat penting bagi ketahanan ekonomi negara maupun pertumbuhan ekonomi negara, hal ini di buktikan dengan adanya UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan yang bisa diserap masyarakat dari berbagai klaster dan juga mampu memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Di tengah tuntutan untuk mampu bersaing dengan produk-produk yang serupa dalam negri yang mana hal ini masih ada dalam proteksi dan pengaturan oleh pemerintah, produk Usaha Mikro Kecil Menengah pun harus mampu bersaing secara global dengan produk-produk atau merek yang berasal dari negara-negara luar.

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip first to file.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.

Perlindungan atas Merek atau Hak atas Merek adalah hak ekslusif yang diberikan negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam daftar umum merek. Untuk jangka waktu tertentu ia menggunakan sendiri Merek tersebut ataupun memberi izin kepada seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau Badan Hukum untuk menggunakannya. Perlindungan atas Merek Terdaftar yaitu adanya kepastian hukum atas Merek Terdaftar, baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan sebagai alat bukti bila terjadi sengketa pelanggaran Merek Terdaftar.[[13]](#footnote-13)

Prinsip perlindungan dalam Hukum terhadap produk UMKM, sebagai berikut:[[14]](#footnote-14)

1. Prinsip ekonomi dalam UUD 1945

Prinsip ini seperti dirumuskan oleh The Founding Father atau pembentuk UUD 1945 yang telah memikirikan dengan matang bangunan ekonomi bagi bangsa Indonesia melalui prinsip ekonomi guna mencapai tujuan nasional, yaitu masyarakat yang adil dan makmur. Artinya, kemakmuran rakyat dapat diperoleh melalui kegiatan ekonomi yang betul-betul sehat dan jauh dari praktik-praktik persaingan usaha yang tidak sehat.

1. Prinsip perlindungan kepentingan

Perlu dikemukakan bahwa prinsip perlindungan kepentingan nasional yang diterapkan berarti ada kepentingan umum yang tidak boleh bersifat kontraproduktif terhadap asas kebebasan kontrak. Artinya, demi kepentingan umum dan nasional ruang gerak kebebasan berkontrak.Artinya, demi kepentingan umum dan nasional ruang gerak kebebasan berkontrak bagi para pelaku usaha tidak semakin sempit dalam kegiatan bisnis.

1. Prinsip perlindungan hukum dalam hukum internasional dan hukum perdata

Aspek hukum nasional yang berupaya meningkatkan kemampuan daya saing produk barang dan jasa dalam negeri, perekonomian nasional juga harus memperhatikan prinsip perlindungan hukum internasional. Perlindungan ini akan mempengaruhi reputasi ekonomi dan perlakuan Negara lain terhadap kegiatan pemasaran produk-produk Indonesia, baik di dalam maupun luar negri.

Perlindungan hukum Internasional dan hokum perdata internasional dalam kerangka perdagangan antar Negara melalui berbagai sarana transportasi dan komunikasi saling mengerti berdasarkan perjanjian internasional dan prinsip pacta sun servanda, yaitu perjanjian yang telah disepakati berlaku sebagai undang-undang bagi pihak menyelenggaraan perjanjian

1. Prinsip perlindungan bagi golongan ekonomi yang lemah

Berbagai ketentuan yang mengatur pengembangan UMKM selama ini menujukkan perhatian pemerintah terhadap pengusaha kecil. Diantara ketentuan tersebut adalah UU No.9 Tahun 1995 sebagai upaya perlindungan untuk pengusaha kecil, sehingga pembinaan pasar bagi usaha kecil harus merupakan suau sistem terpadu, karena pengembangannya tergantung dari interaksi unsur organisasi dari para pengusaha kecil dan komponen pendukung dari kebijakan ekonomi pemerintah, usaha menengah dan usaha besar yang dapat saling membantu dan mempengaruhi.

Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak banyak membahas terkait dengan Merek UMKM di Indonesia. Penyebutan terkait dengan merek UMKM tertuang di dalam konsideran huruf a UU Merek 2016 yang berisikan “bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dan industri dalam negeri.

Berdasarkan konsideran tersebut, dapat diketahui bahwa fokus dari UU Merek 2016 adalah memberikan kepastian hukum dan perlindungan terutama kepada konsumen dan pelaku usaha dalam negeri dan menjaga suatu persaingan usaha yang sehat. Hanya saja, persaingan usaha yang sehat hanya bisa dapat terjadi apabila para industri besar tidak memanfaatkan posisi dominannya untuk menekan industri UMKM melainkan mereka harus bisa bersinergi dalam menjalankan suatu roda perekonomian secara bersama-sama tanpamelakukan monopoli.

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 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 dari 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.

Adapun menurut Feryy Susanto lingkup perlindungan hukum merek dapat diuraikan sebagai berikut:[[15]](#footnote-15)

1. Yang dilindungi hanya merek terdaftar UU Merek 2016 menganut system konstitutif sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (5) yang melandaskan doktrin prior in filling: “Hak atas merek adalah hak ekslusif 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.”

Doktrin prior in filling (pendaftaran pertama) menggantikan doktrin prior user (pemakaian pertama) yang dianut oleh UU Merek Tahun 1961 yang tercantum pada Pasal 2 ayat (1):

“Hak khusus untuk memakai suatu merek guna memperbedakan barang-barang hasil perusahaan atau barang-barang perniagaan seseorang atau suatu badan dari barang orang lain diberikan kepada barang siapa yang untuk pertama kali memakai merek itu untuk keperluan tersebut di Indonesia.”

Dengan demikian Undang-Undang No.20 Tahun 2016 hanya melindungi merek terdaftar (registered marks), sedangkan terhadap merek yang tidak didaftarkan (unregistered marks) tidak mendapat perlindungan hukum dan dianggap tidak memiliki hak ekslusif, meskipun telah memakainya bertahun-tahun. Faktor pertama bukanlah merupakan syarat yang sah untuk menciptakan hak khusus, ketentuan ini merupakan elemen pokok dalam sistem konstitutif ditegakkan atas landasan doktrin first to file.[[16]](#footnote-16)

1. Perlindungan melekat sejak tanggal penerimaan Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar berlaku surut terhitung sejak tanggal penerimaan pendaftaran (filling date) sebgaimana diatur dalam Pasal 35 UMM. Sedangkan tanggal penerimaan pendaftaran ini hanya dapat diperoleh apabila seluruh persyaratan administrasi yang diatur dalam Pasal 4, Pasal 5-10 yang telah diperbaharui[[17]](#footnote-17).

Selain perlindungan merek barang dan jasa, dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2016 diatur juga perlindungan terhadap indikasi geografis, yaitu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, yaitu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang karena faktor lingkungan geografis, termasuk faktor alam atau faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan. Selain itu juga diatur mengenai indikasi asal.

Suatu merek mendapat perlindungan hukum apabila merek tersebut didaftarkan di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Karena disebutkan dalam perjanjian TRIPs dan dalam Pasal 1 ayat 5 UU Merek 2016 bahwa merek terdaftar memiliki hak eksklusif untung melarang pihak ketiga yang tanpa izin dan sepengatahuan pemilik merek tersebut untuk memakai merek yang sama untuk barang dan/atau jasa yang telah didaftarkan terlebih dahulu.

Adapun yang dimaksud dengan hak khusus yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar meliputi:[[18]](#footnote-18)

1. Menciptakan hak tunggal (*sole or single right*) Hukum atau Undang-Undang memberi hak tersendiri kepada pemilik merek. Hak itu terpisah dan berdiri sendiri secara utuh tanpa campur tangan pihak lain;
2. Mewujudkan hak monopoli (*monopoly right*) Siapapun dilarang meniru, memakai, dan mempergunakan dalam perdagangan barang dan jasa tanpa izin pemilik merek.
3. Memberi hak paling unggul (*superior right*) Hak superior merupakan hak yang diberikan doktrin hak paling unggul bagi pendaftar pertama. Oleh Karena itu, pemegang hak khusus ataus suatu merek menjadi unggul dari merek orang lain untuk dilindungi.

Kebutuhan akan perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik merek meliputi penggunaan atau eksploitasi merek menurut M. Yahya Harahap mencakup:[[19]](#footnote-19)

1. Melindungi penggunaan hak ekslusif merek, meliputi:
2. Menggunakan tanda merek sebagai logo, label, atau gambar dalam surat menyurat, pada barang atau jasa, pada kemasan (packaging) dalam advertensi atau promosi;
3. Menikmati secara ekslusif manifestasi yang lahir dari merek, meliputi goodwill, atau well-known, reputasi tinggi (high reputation), indikasi sumber asal/geografis, sentuhan cultural (cultural attachment), dan sentuhan keakraban (familiar attachment).
4. Melindungi hak ekslusif menggunakan merek sebagai alat eksploitasi memperoleh keuntungan dalam perdagangan, meliputi:
5. Memasarkan barang atau jasa dalam perdagangan nasional, regional, global
6. Menyimpan barang yang dilindungi merek, asal tidak bertentangan dengan ketentuan monopoli atau spekulasi untuk menaikkan harga
7. Menyuplai barang
8. Melindungi hak memperluas wilayah dan segmen pemasaran, sesuai dengan system pasar atau perdagangan bebas dan dilakukan sesuai dengan prinsip persaingan bebas, jujur, dan sehat
9. Melindungi pengalihan atau transfer dalam bentuk:
10. Transfer berdasarkan title umum sesuai dengan ketentuan hukum waris
11. Transfer dalam segala bentuk transaksi yang dibenarkan oleh undang undang
12. Dalam bentuk lisensi, memberi izin kepada orang lain atau badan hukum untuk menggunakanya

Demikian gambaran lingkup perlindungan hukum yang harus diberikan dan diterapkan terhadap hak ekslusif sebagai hak milik berdasar pada landasan sifat hak milik atas merek yang bersifat absolut, hukum harus memberi jaminan perlindungan penuh bagi siapa saja yang menganggu setiap kegiatan yang dilakukan pemilik sepanjang tindakan itu masih dalam batas-batas lingkup hak khusus dan lingkup perlindungan yang diberikan Undang-Undang.

Peraturan Merek dalam produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentunya tidak terlepas daripada hukum inti yang mengaturnya yaitu Undang- Undang No 20 Tahun 2016 Tentan Merek Dagang dan Indikasi Geografis. Tentunya, hal inipun tidak terlepas daripada perkembangan aturan internasional yang menjadi acuan aturan di dalam negri demi terwujudnya persaingan ekonomi yang sepadan dengan perkembangan perdagangan di luar negri.

* + - 1. **Pelaksanaan merek dalam produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menangah (UMKM) sebagai salah satu sarana peningkatan perekonomiaan rakyat**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Hj Teti selaku Kepala seksi bidang koperasi dan UMKM di Dinas Koperasi UMKM Perindag Kota Tasikmalaya memaparkan bahwa dalam mendapatkan Hak atas Merek produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ada 2 cara, khususnya langkah dan cara ini bisa di lakukan oleh para pemiliki produk UMKM di kota Tasikmalaya. Beberapa cara yang bisa di lakukan oleh para pemliki produk UMKM di kota tasikmalaya di anataranya :

1. Program recomendasi dari dinas Koperasi UMKM Perindag Kota Tasikmalaya, program ini di tujukan kepada produk UMKM yang terpilih dan mendapatkan fasilitas dalam rangka mengajukan Hak atas Mereknya.

Kelebihan dari program ini pelaku usaha yang memiliki produk tidak di kenakan biaya yang tinggi karena disubsidi oleh intansi terkait, akan tetapi dalam persyaratanya sangat banyak dan cukup banyak di banding dengan mendaftarkan merek dengan swadaya atau atas inisiatif sendiri.

1. Program mandiri yang di lakukan oleh pelaku usaha secara langsung atau menggunakan jasa pihak ke 3 dalam mendaftarkan Merek Produknya. proses dalam program ini lebih cepat daripada program recomendasi dari pemerintah, akan tetapi untuk biaya lebih besar daripada program recomendasi.

Kesadaran para pelaku usaha di kota Tasikmalaya dalam mendaftarkan Merek produknya sangat minim sekali, hal ini disebabkan beberapa faktor yang bersumber dari pelaku usaha itu sendiri. Dari jumlah produk UMKM di kota Tasikmalaya yang begitu banyaknya hanya sekitar 30 % yang sudah dan sedang dalam proses mendaftarkan mereknya. Dalam wawanacara yang di lakukan penulis kepada Kepala seksi bidang koperasi dan UMKM di Dinas Koperasi UMKM Perindag Kota Tasikmalaya ada beberapa faktor yang melatar belakangi pada pelaku usaha di kota Tasikmalaya tidak mendaftarkan Mereknya. Diantaranya sebagai berikut :

1. Masyarakat masih belum merasakan bahwa mendaftarkan Merek terhadap produknya merupakan hal yang wajib dilakukan, terlebih pelaku usaha yang baru memulai usahanya dan produknya belum terlalu laku dipasaran.
2. Proses dalam pembuatan Merek bukan hal yang mudah bagi para pelaku usaha UMKM di kota Tasikmalaya, terkhusus pelaku usaha yang kurang faham terhadap teknologi. Para pelaku usaha di kota Tasikmalaya merasakan kesusahan dalam proses pendaftaran Merek mulai daripada persyaratan yang sulit dan proses waktu yang sangat lama dalam proses pendafatarannya.
3. Kurangnya kesadaran dari pada pelaku usaha, terlebih para pelaku usaha yang memiliki produk kuran begitu di terima di pasar ( belum terkenal ) sehingga hal ini merupakan alasan yang paling kuat para pelaku usaha tidak mendaftarkan Merek produknya .
4. Kecenderungan di kota Tasikmalaya yang mendaftarakan Merek produknya adalah para pelaku usaha UMKM yang mempunyai koneksi atau kedekatan dengan program-program dinas atau kementrian terkait dalam proses pendafataran Merek. Selain itu juga, para pelaku usaha yang sudah memiliki Merek produk terkenal atau laku di pasaran biasanya cenderung kuat mendaftarkan Mereknya walupun proses dan biaya dalam melaksanakan pendaftaran Merek lumayan tinggi.

Pentingnya pendaftaran merek terhadap pelaku usaha di Indoneisa belum secara menyeluruh disadari oleh kelas-kelas pelaku usaha. Di Indonesia terdapat kelas pelaku usaha seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mana secara persentase masih sedikit yang telah mendaftarkan merek ke Dirjen KI dibandingkan dengan pelaku usaha Non-UMKM. Sebagaimana data yang telah diuraikan sebelumnya yakni 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%.[[20]](#footnote-20)

Kesadaran pelaku UMKM untuk melindungi kekayaan intelektual masih rendah, tidak sedikit ditemukan pelaku UMKM kurang memperhatikan aspek legalitas maupun regulasi. Untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif, ada banyak aspek yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM. Salah satu aspek penting bagi pelaku UMKM, yaitu memberi pelindungan kekayaan intelektual produknya, baik itu merek, paten, hak cipta, maupun desain industri. DJKI Kemenkumham mendata, selama kurun waktu 2019 sampai 2021 permohonan pendaftaran KI yang masuk hanya 76.294 permohonan. Padahal jumlah UMKM di Indonesia berjumlah sekitar 65,4 juta.[[21]](#footnote-21) Saat ini pelaku usaha UMKM di wilayah Indonesia khususnya di wilayah kota Tasikmalaya masih minim dalam melakukan proses pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual dalam bidang Merek, tercatat di dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian Dan Perdagangan kota Tasikmalaya masih jauh dari harapan produk-produk UMKM kota Tasikmalaya dalam mendaftarkan Mereknya ke Dirjen HAKI.

Beberapa produk UMKM kota Tasikmalaya yang sudah mendaftarkan mereknya diantaranya adalah : (1). Produk Makanan Olahan khas Tasikmalaya yang berbahan dasar pisang dengan Merek yang di daftarkan adalah *“ Saletak”* dengan Nomer IDM000820689 (2). Produk makanan olahan khas Tasikmalaya dengan rempah-rempah khas dengan Merek “ Bubur Ayam Zenal Kalektoran” dengan Nomer IDM000704986 (3). Produk Minuman yang berbahan dasar susu dan teh dengan racikan dan olahan beberapa toping yang di daftarkan dengan Merek “ Bee Bee Thai Tea” dengan Nomer JID2020028796. Produk-produk UMKM di atas merupakan produk yang sudah mendaftarkan Mereknya dengan tujuan tidak ada pihak-pihak yang dapat menggunakan Merek tersebut tanpa seijin pemilik HKI Merek tesebut. Adanya beberapa Merek UMKM yang terdaftar menandakan produk UMKM tersebut unggul dibidangnya sehingga demi menjaga keaslian produk di daftarkan pada Dirjen Haki.

Secara keseluruhan, tahap-tahap tersebut tidak berbeda dengan tahapan yang diatur dalam Undang-Undang Merek yang lama. Hanya saja ada satu tahap yang di balik dan bertujuan untuk memberikan keefektifan proses pendaftaran merek kedepannya. Tahap-tahap tersebut sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah seperti berikut:

1. Permohonan

Hal pertama yang dilakukan dalam pendaftaran merek adalah mengajukan permohonan, dimana dalam permohonan pendaftaran merek terdapat syarat dan tata cara permohonan sebagai berikut:

* 1. Permohonan pendaftaran merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.
  2. Dalam Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 harus mencantumkan:
     1. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan
     2. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon
     3. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna
     4. nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas
     5. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa
  3. Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
  4. Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya.
  5. Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
  6. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada nomor 4 berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari merek tersebut.
  7. Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada nomor 4 berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
  8. Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan pendaftarannya.
  9. Ketentuan lebih lanjut mengenai biaya Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 5 diatur dengan Peraturan Pemerintah.
  10. Dalam hal Permohonan diajukan oleh lebih dan satu Pemohon yang secara bersama-sama berhak atas merek tersebut, semua nama Pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat Pemohon.
  11. Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 ditandatangani oleh salah satu dari Pemohon yang berhak atas merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para Pemohon yang mewakilkan.
  12. Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 yang salah seorang Pemohonnya atau lebih warga negara asing dan badan hukum asing yang berdomisili di luar negeri wajib diajukan melalui Kuasa.
  13. Dalam hal Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 diajukan melalui Kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas merek tersebut.
  14. Permohonan untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu Permohonan.
  15. Permohonan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.
  16. Permohonan dan hal yang berkaitan dengan administrasi merek yang diajukan oleh Pemohon yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia wajib diajukan melalui Kuasa.
  17. Pemohon sebagaimana dimaksud pada nomor 1 wajib menyatakan dan memilih alamat Kuasa sebagai domisili hukum di Indonesia.

2.Pemeriksaan Formal

Kemudian setelah melakukan permohonan pendaftaran merek terdapat pemeriksaan formal berupa pemeriksaan kelengkapan persyaratan pendaftaran merek. Dalam hal terdapat kekurangan kelengkapan persyaratan pendaftaran merek, dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal penerimaan, kepada Pemohon diberitahukan agar kelengkapan persyaratan tersebut dipenuhi dalam jangka waktu paling lama 2 (dua) bulan terhitung sejak tanggal pengiriman surat pemberitahuan untuk memenuhi kelengkapan persyaratan.

1. Pengumuman Menteri

Mengumumkan permohonan dalam Berita Resmi Merek dalam waktu paling lama 15 (lima belas) hari terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan selama 2 (dua) bulan dan diterbitkan dalam Berita Resmi Merek melalui sarana elektronik dan/atau non-elektronik. Selama jangka waktu pengumuman diperbolehkan adanya keberatan dan sanggahan.Keberatan dapat diajukan jika terdapat alasan yang cukup disertai bukti bahwa Merek yang dimohonkan pendaftarannya adalah merek yang berdasarkan Undang-Undang tidak dapat didaftar atau ditolak. Salinan surat yang berisikan keberatan dikirimkan kepada Pemohon atau Kuasanya dalam waktu paling lama 14 (empat belas) hari terhitung sejak tanggal penerimaan keberatan. Pemohon atau Kuasanya berhak mengajukan sanggahan terhadap keberatan kepada Menteri.Sanggahan diajukan secara tertulis dalam waktu paling lama 2 (dua) bulan terhitung sejak tanggal pengiriman salinan keberatan yang disampaikan oleh Menteri.

1. Pemeriksaan Substantif

Setelah pengumuman dilanjutkan ke tahap pemeriksaan substantif yang dilakukan oleh pemeriksa terhadap permohonan pendaftaran merek.Adanya keberatan dan sanggahan menjadi pertimbangan dalam pemeriksaan substantif ini. Pada titik inilah Undang-Undang Merek yang baru menghapuskan pemeriksaan kembali yang dianggap kurang efektif untuk menangani proses pendaftaran merek yang tentunya juga memerlukan waktu yang lebih lama

Jika tidak terdapat keberatan dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal berakhirnya pengumuman dapat dilakukan pemeriksaan substantif terhadap permohonan, tetapi dalam hal terdapat keberatan dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal berakhirnya batas waktu penyampaian sanggahan dapat dilakukan pemeriksaan substantif terhadap permohonan. Pemeriksaan substantif diselesaikan dalam jangka waktu paling lama 150 (seratus lima puluh) hari.

Apabila pemeriksa memutuskan permohonan dapat didaftar, Menteri mendaftarkan merek tersebut, memberitahukan pendaftaran merek tersebut kepada Pemohon atau Kuasanya, menerbitkan sertifikat merek, dan mengumumkan pendaftaran merek tersebut dalam Berita Resmi Merek, baik elektronik maupun non-elektronik. Apabila pemeriksa memutuskan permohonan tidak dapat didaftar atau ditolak, Menteri memberitahukan secara tertulis kepada Pemohon atau Kuasanya dengan menyebutkan alasannya dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal pengiriman surat pemberitahuan. Pemohon atau Kuasanya dapat menyampaikan tanggapannya secara tertulis dengan menyebutkan alasannya. Apabila Pemohon atau Kuasanya tidak menyampaikan tanggapan, Menteri menolak Permohonan tersebut, tetapi jika Pemohon atau Kuasanya menyampaikan tanggapan dan pemeriksa memutuskan tanggapan tersebut dapat diterima, Menteri menerbitkan sertifikat merek. Pemohon atau Kuasanya menyampaikan tanggapan dan pemeriksa memutuskan tanggapan tersebut tidak dapat diterima, Menteri menolak permohonan tersebut.

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.[[22]](#footnote-22)

Manfaat perlindungan Hak Kekayaan Intelektual khususnya di bidang merek terhadap UMKM antara dapat meningkatkan nilai tambah bagi produk serta pengusaha termasuk perolehan atas hak istimewa yang dipegang oleh UMKM.Penumbuhan kesadaran masyarakat terhadap hak kekayaan intelektual dalam UMKM perlu diupayakan terus menerus agar terciptanya produk UMKM yang mampu bersaing dalam pasar bebas.

1. **penyelesaian permasalahaan merek dalam produk hasil Usaha Mikro Kecil dan Menangah (UMKM) sebagai salah satu sarana peningkatan perekonomiaan rakyat**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku ekonomi nasional yang memliki peran sangat penting bagi ketahanan ekonomi negara maupun pertumbuhan ekonomi negara, hal ini di buktikan dengan adanya UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan yang bisa diserap masyarakat dari berbagai klaster dan juga mampu memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Di tengah tuntutan untuk mampu bersaing dengan produk-produk yang serupa dalam negri yang mana hal ini masih ada dalam proteksi dan pengaturan oleh pemerintah, produk Usaha Mikro Kecil Menengah pun harus mampu bersaing secara global dengan produk-produk atau merek yang berasal dari negara-negara luar.

Perlu di dorong proteksi atau perlindungan yang lebih luas dalam rangka memberikan pelindungan secara hukum demi terwujudnya perkembangan dan kemajuaan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Kekuatan daya saing serta kemampuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perlu lebih di perhatikan dan di tingkatkan sehingga dapat memanfaatkan sistem perdagangan bebas yang berlangsung saat ini. Sitem perdagangan bebeas bisa dimanfaatkan sebagai peluang dalam memperkenalkan produk-produk unggulan yang di keluarkan oleh Usaha Mikro Kecik dan Menenngah ( UMKM ) di pasar global, bahkan ikut serta berperan secara nyata dalam sistem tersebut. Namun, tidak seluruh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu memanfaatkan situasi pasar yang global dan luas ini karena peluang pasar yang global dan luas tersebut tentunya tidak hanya memberikan peluang tapi juga memberikan ancaman. Kendati peluang pasar menjadi lebih terbuka, tidak serta merta keuntungan datang bagi usaha yang ada di dalam negeri karena dalam hal ini liberalisme perdaganganpun akan membawa ancaman ketika sistem perdagangan yang ada di dalam negri belum siap. Sehingga untuk mengantisipasi ancaman yang datang dari perdagangan global, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut kreatif dan inovatif serta berani mengambil langkah yang cukup hebat dengan meningkatkan hasil produk barang baik dari segi kualitasnya ataupun strategi pemasarannya.

Kebutuhan adanya perlindungan hukum atas merek semakin berkembang dengan pesat setelah banyaknya orang melakukan peniruan.Terlebih pula setelah dunia perdagangan semakin maju, serta alat transportasi yang semakin baik, juga dengan dilakukannya promosi maka wilayah pemasaran barang pun menjadi lebih luas lagi.Keadaan seperti itulah menambah pentingnya merek untuk membedakan asal usul dan kualitasnya, juga menghindari peniruan.**[[23]](#footnote-23)**

Terdapat tiga bentuk pelanggaran merek yang perlu diketahui, yaitu: (a) pembajakan merek; (b) pemalsuan merek; (c) peniruan label dan kemasan suatu produk. Pembajakan merek terjadi ketika suatu merek, biasanya merek terkenal asing yang belum terdaftar kemudian didaftarkan oleh pihak yang tidak berhak. Akibatnya permohonan pendaftaran pemilik merek yang asli ditolak oleh kantor merek setempat karena dianggap serupa dengan merek yang sudah terdaftar.[[24]](#footnote-24)

Pada prakteknya penerapan hak atas merek ini sering tidak sesuai dengan apa yang ditentukan oleh undang-undang. Sehingga hal ini menimbulkan kerugian bagi pemilik merek. Tindakan yang dapat menimbulkan kerugian ini merupakan tindakan pelanggaran terhadap merek. Negara memiliki tanggung jawab melakukan perlindungan atas penerapan hak atas merek tersebut. Secara umum dikenal sebagai melanggar hukum suatu perbuatan curang (unfair competition) ketika memirip-miripkan barang milik sendiri dengan barang milik orang lain (to pass off one’s own goods as being those of a competitor) pelanggaran merek jenis ini termasuk bagian dari persaingan curang (unfair competition). Penyelesaian segketa merek yaitu diantaranya: [[25]](#footnote-25)

* + 1. Gugatan

Pemilik merek terdaftar atau penerima lisensi terdaftar dapat menggugat pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa sejenis berupa gugatn ganti rugi dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut disamping itu, gugatan juga dapat diajukan oleh pemilik merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan . Gugatan dimaksud (baik yang diajukan oleh pemilik merek terdaftar atau penerima lisensi terdaftar maupun yang diajukan oleh pemilik merek terkenal) diajukan kepada pengadilan niaga

* + 1. Penetapan Sementara

Penetapan sementara diajukan secara tertulis kepada pengadilan niaga dalam wilayah hukum tempat terjadinya pelanggaran merek dengan melampirkan bukti kepemilikan merek, bukti adanya penunjukan awal yang kuat terjadinya pelanggaran merek dan keterangan yang jelas mengenai barang dan/atau dokumen yang diminta ,dicari dan dikumpulkan dan diamankan untuk keperluan pembuktian. Dalam mengajukan permohonan penetapan sementara, permohonan juga harus menyerahkan jaminan berupa uang tunai dan/atau jaminan bank yang sebanding dengan niali barang yang akan dikenai penetapan sementara.

* + 1. Ketentuan Pidana

Ketentuan pidana yang terkait dengan pelaggaran penggunaan merek dalam UU No 20/2016 doatur dalam Bab XVIII tentang ketentuan pidana. Besarnya sanksi pidana pada UU ini sedikit lebih berat apabila dibandingkan dengan ketentuan yang ada pada UU sebelumnya. Dalam UU ini dinyatakan bahwa:

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sma pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan , dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Setiap orang yang dengantanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaanpada pokoknya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
3. Setiap orang yang melanggar ketentuan sebgaimana ketentuan angka (1) dan (2) diatas, yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling lama banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) d. Setiap orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut merupakan hasil tindak pidana sebgaimana ketentuan angka (1), (2), (3) diatas, dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (1) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Dalam proses penyelesaian sengketa Merek banyak masyarakat yang acuh tak acuh akan adanya peraturan yang mengatur tentang kehadiran Merek. Peraturan akan dapat berjalan seoptimal mungkin apabila antara masyarakat mau bersinergi dalam menjalakan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan indikasi Geografis, terlebih menyadari peran penting bahawa perbuatan memalsukan merek itu salah. Seyogianya dunia bisnis akan terus berkembang pesat begitupun bisnis dalam produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diamana pelaku usaha akan berlomba-lomba untuk membuat inovasi yaitu dengan cara memalsukan suatu merek.

Penyelesaian sengketa Merek di kota Tasikmalaua khususnya pada UMKM menurut ibu Hj Teti selaku kepela seksi bidang koperasi dan UMKM di Dinas Koperasi UMKM Perindag Kota Tasikmalaya tidak sampai ke jalur hukum, menurutnya ketika ada sengketa dalam Merek antara pelaku Usaha hanya di selesaikan melalui jalur kekeluargaan ataupun penyelesaaian dengan jalur non litigasi. Menurut beliapun dalam penyelesaiaan sengketa ini para pelaku usaha terkesan acuh sehinga tidak ada proses dalam penyelesaian hukum ketika ada kasus seperti itu.

Berbeda dengan beberapa produk yang sudah hits ataupun sudah memiliki pasar yang sangat bagus di wilayah kota Tasikmalaya, keberadaan Merek sangat penting dan berarti sekali sehingga ketika ada seseorang yang mengcopy atau menyamai Merek itu perlu di selesaikan sengketanya. Produk yang menjadi bahan penilitiaan pada pembhasan ini adalah produk “ Saletak”, menurut penjelasan ownernya produk yang bermerek saletak sampai sejauh ini belum ada yang mengcopy ataupun menduplikat baik dari segi logo ataupun dari segi penamaan. Akan tetapi, berbeda dengan Merek dari produk “ Bee bee thai tea “ yang mana banyak melihat dan memperhatikaan beberapa produk Thai tea di kota Tasikmalaya yang mengcopy Merek ataupun logo pada Merek Bee bee thai tea. Dalam wawancara eksklusif yang di lakukan penulisa kepada owner dari Bee bee thai tea beliau memafarkan bahwa motivasi pendorong produknya di daftarkan Merek yaitu supaya kualitas dan produknya sangat eksklusif sehingga tidak bisa di copy atau di tiru oleh sembarang orang tanpa ada persetujuaan dari owner yang bersangkutan.

Kasus yang terjadi di waktu yang dekat ini, produk bee bee thai tea menghadapi 2 kali sengketa dalam Merek. Walaupun sengketa Merek ini tidak terlalu besar kasusnya akan tetapi sangat beresiko sekali bagai perkembangan outlet dan cabang- cabang produk bee bee thai tea yang tersebar di kota Tasikmalaya. Penyelesaian sengketa Merek yang terjadi pada Merek Bee bee thai tea ini di lakukan secara kekeluargaan yang mana hal ini di lakukan dengan pendekatan dan pemahaman kepada orang yang melakukan pelanggaran Merek pada produk Bee bee thai tea.

Selain itu juga, Pemilik produk bubur ayam H. Zaenal Kelektoran mendaftarkan Mereknya karena termotivasi daripada duplikasi Merek yang di lakukan produk lain terhadap produk yang di miliki. Bubur ayam H zaenal Kelektoran dalam perjalanannya belum pernah menemukan sengketa Merek yang begitu sama dan menyerupai sehingga ketika ada pelaku usaha lain yang bergelut di bidang yg sama walaupun terkadang membawa embel-embel H zaenal Kelektoran tidak terlalu di permasalahkan.

Sengketa Merek di kota Tasikmalaya dalam produk UMKM yang cukup dramatis adalah pada produk kerupuk “ Si Geboy” , Merek produk ini di dahului oleh produk kerupuk yogyakarta yang nama dan Mereknya sama percis dengan produk kerupuk dari Tasikmalaya. Dalam perjalananya kurupuk si geboy baru mendaftarkan mereknya ketika produk kerupuk si geboy dari yogyakarta sudah bangkrut dan tidak di perpanjang registrasi Mereknya ke Dirjen HKI. Sehingga hari ini yang sah memiliki produk kerupuk dengan Merek “ Si Geboy “ adalah pelaku usaha kerupuk yang ada di kota Tasikmalaya.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. **Buku**

Abdulkadir Muhammad, Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual, PT.Citra Aditya, Bandung, 2007.

Afrillyanna Purba, dkk, TRIPs-WTO Dan Hukum HKI Indonesia Kajian Perlindungan Hak Cipta Seni Batik Tradisional Indonesia, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005)

Asian Law Group Pty Ltd, *Intellectual Property Rights (Elementary) 2001*, Indonesia Australia: AusAID, 2001.

Agus Sardjono, *Pengetahuan Tradisional*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2009..

Altherton & Klemmack (Irawan Soehartono), *Metode Penelitian Sosial – Suatu Tehnik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya,* Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999..

Agus Sardjono, Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha UKM Batik Di Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta, Jurnal Hukum dan Pembangunan. Volume 4, Oktober-Desember 2013.

Adrian Sutedi, Hak Atas Kekayaan Intelektual, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Bambang Sunggono, Merek dan Sejarahnya, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada,2003).

Casavera, 8 Kasus Sengketa Merek di Indonesia, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009

Endang Purwaningsih, Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights Kajian Hukum terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual dan Kajian Komparatif Hukum Paten, Ghalia Indonesia,Bogor, 2005, hal.10.

Erna Wahyuni, dkk, Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek, YPAPI, Yogyakarta, 2002, hal.2.

Ferry Susanto L, Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar menurut Ketentuan Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Magister Ilmu Hukum Universitas Sumatera Utara Medan, 2001, hal.46

Gunawan Suryomurcito, Perlindungan Merek, Makalah Pada Pelatihan Masyarakat HKI V, Kerja Sama Fakultas Hukum Universittas Airlangga dengan Perhimpunan Masyarakat HKI Indonesia (IIPS), Surabaya 7-26 Agustus.

Harsono Adisumarto, Hak Milik Perindustrian, Akademika Pressindo, Jakarta, 1990.

H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual* *(Intellectual Property Rights),* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.

Insan Budi Maulana, Ridwan Khairandy dan Nur Jihad, *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Pusat Studi Hukum UII, 2000.

Iswi Haryani, Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010).

Kartika Surya Utami, *Perlindungan Hukum Atas Merek Terdaftar di Indonesia menurut undang-undang merek Nomor 15 Tahun 2001*, Digilib UNS, Surakarta, 2011.

Khoirul Hidayah, Hukum Hak Kekayaan Intelektual, Malang: Setara Press, 2017.

M. Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Merek Nomor 19 tahun 1992,* Bandung, Citra Adityabakti, 1996.

Mochtar Kusumaatmadja, Konsep-Konsep Hukum Dalam Pembangunan (Kumpulan Karya Tulis) Penerbit Alumni, Bandung, 2002.

Muhamad Djumahana, R. Djubaedillah. Hak Milik Intelektual. Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia,PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, hal.161

Munandar, dkk, Mengenal HAKI, Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek, dan seluk beluknya, Erlangga Esensi, Jakarta, 2009, hal.50.

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

Putu Eka Krisna Sanjaya, Dewa Gde Rudy, *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Terkenal Di Indonesia,* Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2018.

Rachmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual – Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia,* Bandung: PT Alumni, 2003.

Romli Atmasasmita, Teori Hukum Integratif: Rekonstruksi terhadap Teori Hukum Pembangunan dan Teori Hukum Progresif, Genta Publishing, Yogyakarta, 2012.

R. Soekardono, Hukum Dagang Indonesia, Jilid I, Dian Rakyat, Jakarta, 1983.

Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.

Saidin, Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right),(Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada,2003).

Shidarta, Karakteristik Penalaran Hukum Dalam Konteks Ke-Indonesiaan,Penerbit CV Utomo, Jakarta, 2006.

Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Pengantar*, Rajawali Press, Jakarta, 2001.

Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif – Suatu Tinjauan Singkat,* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1991.

Suyud Margono, Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual, Nuansa Aulia, 2010.

Sudargo Gautama, Hak Merek Dagang Menurut Perjanjian TRIPs-GATT dan UndangUndang Merek RI, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994.

Sudargo Gautama dan Rizawanto Winata, *Hukum Merek Indonesia*, PT,Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.

Usman, Rachmadi, *Hukum Hak atas kekayaan intelektual,* PT.Alumni, Bandung, 2003.

Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia,* Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996.

Yunie Herawati, Konsep Keadilan Sosial dalam Bingkai Sila Kelima Pancasila, Fakultas Teknologi Mineral UPN “Veteran” Yogyakarta, 2012, Volume 18, Nomor 1.

Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Rahmi Jened, Implikasi Persetujuan TRIPs Bagi Perlindungan Merek di Indonesia Yuridika, Surabaya, 2000.

Hariyani, Iswi, Prosuder Mengurus HAKI Yang Benar, Penerbit Pustaka Yustisia, hal.119

Tambunan, Tulus. Perekonomian Indonesia Beberapa Masalah Penting Jakarta : Ghalia Indonesia,2003. Hal 67.

Rachman Fitriati, Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif,(Jakarta : Yayasan Obor Indonesia,2015), hal 3.

Suhardi,Hukum Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia,(Jakarta : PT.Akademia,2012), hal 5.

Kenneth James,Aspek-aspek Financial Usaha Kecil dan Menengah,(Jakarta : PT.Pustaka LP3ES,1993), hal.19.

Titik Sartika Partomo,Ekonomi Koperasi, (Bogor : Ghalia Indonesia,2009), hal.9.

B.N Marbun,Kekuatan & Kelemahan Perusahaan Kecil,(Jakarta : PT. Pustaka Binaman Presindo,1986), hal.3.

Randy R.W dan Riant Nugroho Dwijowijoto, Manajemen Pemberdayaan : Sebuah Pengantar dalam Panduan untuk Pemberdayaan Masyarakart, (Jakarta : Elex MediaComputindo,2007), hal 116-117

Mukti Fajar ND,UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi,(Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2016),Hlm.131-133.

Gunawan Sumodiningrat dan Ari Wulandari, Menuju Ekonomi Berdikari ( Yogyakarta: Media Presindo, 2015),hlm.93

Ema Wahyuni,dkk,Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek, , (Yogyakarta: YPAPI, 2002),hlm.2

1. **Peraturan Undang-Undang**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Kitab Undang- undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah

Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dagang dan Indikasi Geografis

1. **Sumber Lain**

Dani Danuar Tri U., Darwanto, *“Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*”, Diponegoro Journal of Economics, Volume 2 Nomor 4, 2013, hlm.2

Adi Purwadi, Aspek Hukum Perdata Pada Perlindungan Konsumen, Yuridika, Majalah Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Nomor 1 dan 2, Tahun VII, Jan-Feb-Maret.

AndrewBethlehn,UpayaPerlindunganHukumTerhadapMerekIndustriUMKMdiIndones a, Jurnal Law and Justice No.1 Vol.3 1 April 2018, hal.4.

Sulasno, *Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap UMKM Sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan*, Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 2 No. 2. Desember 2018. Hlm 173-186

Tomy Pasca Rifai, *Kesiapan* *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi*, Fiat justisia, 2018, volume 10 No 4.

Umrottus Sa’adah, *“Jati Diri Bangsa Dan Potensi Sumber Daya Konstruktif Sebagai Aset Ekonomi Kreatif Di Indonesia”,* Jurnal Economia, Vol. 11, No. 2, Oktober 2015, hal.150-160.

Yulia, *Modul Hak atas Kekayaan Intelektual*, Unimal Press, Kampus Bukit Indah Lhokseumawe, 2015, Hal 5.

Candra Purnama, *Perlindungan Hukum Produk UMKM Melalui HKI (Hak Kekayaan Intelektual),* dinkop\_umkm.jatengprov.go.id., diunduh pada 9 Maret Pkl. 15.00

Spyros M. Maniastis, Historical Apects Of Trademark, Bahan ajar pada pelatihan dalam Rangka Kerja Sama Masyarakat Uni Eropa dan Asia di Bidang Hak Kekayaan Intelektual

<https://statistik.dgip.go.id/statistik/production/merek_umkm.php>, diakses pada tanggal 8 Agustus 2021.

<https://kemenkumham.go.id/berita/perlindungan-kekayaan-intelektual-bagi-umkm>, diakses pada tanggal 8 Agustus 2021

Badan Pusat Statistik, “Launching Publikasi Ekonomi Kreatif 2016”, https://www.bps.go.id/KegiatanLain/view/ id/171, diakses tanggal 29 Agustus 2021

Mary Pangestu, “Globalisasi, Kekuatan Ekonomi Baru dan Pembangunan Berkelanjutan: Implikasi Terhadap Indonesia, dalam Regulasi Salah Satu Kunci Perkembangan Ekonomi Kreatif”, Pidato Pengukuhan Mary Pangestu sebagai Guru Besar Tidak Tetap Universitas Indonesia, http://www.hukumonline.com/ berita/baca/lt55c7efefc3c72/ regulasi--salah-satu-kunciperkembangan-ekonomi-kreatif, diakses tanggal 30 Agustus 2021

1. Iswi Haryani, *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*, (Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010) hlm.18 [↑](#footnote-ref-1)
2. Insan Budi Maulana, Ridwan Khairandy dan Nur Jihad, *Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual*, Yogyakarta: Pusat Studi Hukum UII, 2000, hlm 91. [↑](#footnote-ref-2)
3. Tomy Pasca Rifai, *Kesiapan* *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi*, Fiat justisia, 2018, volume 10 No 4. [↑](#footnote-ref-3)
4. https://statistik.dgip.go.id/statistik/production/merek\_umkm.php, diakses pada tanggal 8 Agustus 2021. [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://kemenkumham.go.id/berita/perlindungan-kekayaan-intelektual-bagi-umkm>, diakses pada tanggal 8 Agustus 2021 [↑](#footnote-ref-5)
6. Altherton & Klemmack (Irawan Soehartono), 1999, *Metode Penelitian Sosial – Suatu Tehnik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya,* Bandung: Remaja Rosda Karya, hlm. 63. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ronny Hanitijo Soemitro, 1990, *Metodologi Penelitian Hukum dan Yurimetri,* Jakarta: Ghalia Indonesia, hal. 9. [↑](#footnote-ref-7)
8. Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Pengantar*, Rajawali Press, Jakarta, 2001, hlm. 14. [↑](#footnote-ref-8)
9. Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hal. 47. [↑](#footnote-ref-9)
10. Soerjono Soekanto, 1991, *Penelitian Hukum Normatif – Suatu Tinjauan Singkat,* Jakarta: PT

    RajaGrafindo Persada, hlm. 12. [↑](#footnote-ref-10)
11. Kartika Surya Utami, *Perlindungan Hukum Atas Merek Terdaftar di Indonesia menurut undang-undang merek Nomor 15 Tahun 2001*, Digilib UNS, Surakarta, 2011. [↑](#footnote-ref-11)
12. H. OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual* *(Intellectual Property Rights),* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, hlm 329. [↑](#footnote-ref-12)
13. Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 92 [↑](#footnote-ref-13)
14. H.Ade Komarudin, *Politik Hukum Integratif UMKM*, RMBooks, 2014. [↑](#footnote-ref-14)
15. Ferry Susanto L, *Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar menurut Ketentuan Undang-Undang No.20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis*, Magister Ilmu Hukum Unoversitas Sumatera Utara Medan, 2001, hlm.46 [↑](#footnote-ref-15)
16. *Ibid* [↑](#footnote-ref-16)
17. *ibid* [↑](#footnote-ref-17)
18. Sudargo Gautama, *Hak Merek Dagang Menurut Perjanjian TRIPs-GATT dan UndangUndang Merek RI*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1994, hlm.19. [↑](#footnote-ref-18)
19. Muhammad Djumhana dan R. Djubaedilah, Op.Cit, 207 [↑](#footnote-ref-19)
20. https://statistik.dgip.go.id/statistik/production/merek\_umkm.php, diakses pada tanggal 8 Agustus 2021. [↑](#footnote-ref-20)
21. <https://kemenkumham.go.id/berita/perlindungan-kekayaan-intelektual-bagi-umkm>, diakses pada tanggal 8 Agustus 2021 [↑](#footnote-ref-21)
22. Agus Sardjono, *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha UKM Batik Di Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta*, Jurnal Hukum dan Pembangunan. Volume 4, Oktober-Desember 2013. [↑](#footnote-ref-22)
23. Erna Wahyuni, dkk, *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*, YPAPI, Yogyakarta, 2002, hlm.2. [↑](#footnote-ref-23)
24. hariyani, iswi, *prosuder mengurus haki yang benar, penerbit pustaka* yustisia, hal.119 [↑](#footnote-ref-24)
25. kadek sumarni dkk, *implementasi penyelesaian sengketa merek secara litigasi di wilayah kota denpasar*, e-journal komunitas yustisia universitas pendidikan ganesha program studi ilmu hukum (volume 3 no 2 tahun 2020) [↑](#footnote-ref-25)