



S A S I

Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Pattimura Ambon

- *Efektifitas Eksekusi Peradilan Tata Usaha Negara Berdasarkan Undang-Undang Nomor 51 Tahun 2009*  
**Soeleman D. Baranyanan**
- *Memahami Third World Approaches To International Law (TWAIL)*  
**Dyah R. A. Daties**
- *Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Memperkuat Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia*  
**Teng Berlianty**
- *Tindakan Safeguard Dalam Pasar Bebas ASEAN Sebagai Upaya Perlindungan Industri Dalam Negeri*  
**Theresia L. Pesulima**
- *Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba*  
**Marselo V. G. Pariela**
- *Sanksi Pidana Tambahan Bagi Pelaku Kekerasan Seksual Anak*  
**Hb. Sujiantoro**
- *Tinjauan Aspek Hukum Terhadap Larangan Memberikan Sejumlah Uang Atau Barang Kepada Gelandangan Dan Pengemis*  
**Abd. Rachman A. Latif**
- *Studi Tentang Pemberian Remisi Kepada Pelaku Tindak Pidana Narkotika Pada Lapas Klas II A Ambon*  
**Denny Latumaerissa**
- *Kebijakan Formulasi Hukum Pidana Dalam Penanggulangan Tindak Pidana Perjudian Melalui Internet (Internet Gambling)*  
**Erwin Ubwarin**

## **PENGELOLA**

Penanggung Jawab	:	Dr. J. Tjiptabudy, SH. M. Hum	(Dekan)
Penasihat	:	1. J. D. Pasalbessy, SH. M.Hum	(PD I)
		2. Dr. A. D. Laturete, SH. MH	(PD II)
		3. N. Tianotak, SH. M.Hum	(PD III)
		4. O. Lawalata, SH. M.Hum	(PD IV)
Pemimpinan Redaksi	:	Ny. S. S. Kuahaty, SH. MH	
Wakil Pemimpin Redaksi	:	Ny. R. D. Daties, SH. MH	
Sekretaris Redaksi	:	E. S. Holle, SH. MH	
Redaksi Ahli	:	1. Prof. Dr. R. Z. Titahelu, SH. MS	
		2. Dr. H. Hattu, SH. MH	
		3. Dr. J. Leatemia, SH. MH	
		4. Dr. S. E. M. Nirahua, SH. M.Hum	
Redaktur Pelaksana	:	1. Ny. Y. A. Lewerissa, SH. MH	
		2. M. A. H. Labetubun, SH. L.LM	
		3. A. D. Bakarbessy, SH. LLM	
		4. S. Peilouw, SH. MH	

## ***EDITORIAL***

Pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, membawa dampak terhadap perubahan dalam masyarakat. Dinamika dan tuntutan masyarakat yang begitu cepat berubah, ternyata menimbulkan berbagai permasalahan hukum, termasuk masalah tanggungjawab pemerintah dalam memberikan perlindungan sesuai dengan tugas dan tanggungjawab serta kewenangannya. Dalam edisi “SASI” kali ini beberapa permasalahan hukum yang menjadi sorotan adalah Efektifitas Eksekusi Peradilan Tata Usaha Negara Berdasarkan Undang-Undang Nomor 51 Tahun 2009, Memahami *Third World Approaches To International Law ( TWAIL )*, Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Memperkuat Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia, Tindakan *Safeguard* Dalam Pasar Bebas ASEAN Sebagai Upaya Perlindungan Industri Dalam Negeri, Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba, Sanksi Pidana Tambahan Bagi Pelaku Kekerasan Seksual Anak, Tinjauan Aspek Hukum Terhadap Larangan Memberikan Sejumlah Uang Atau Barang Kepada Gelandangan Dan Pengemis, Studi Tentang Pemberian Remisi Kepada Pelaku Tindak Pidana Narkotika Pada Lapas Klas Iia Ambon, dan Kebijakan Formulasi Hukum Pidana Dalam Penanggulangan Tindak Pidana Perjudian Melalui Internet (*Internet Gambling*).

Pemikiran-pemikiran yang dikembangkan di atas sebenarnya didasarkan pada kajian-kajian yang terkait dengan upaya pengembangan dan pembangunan ilmu hukum kedepan, semoga tulisan-tulisan ini bermanfaat.

***Redaksi***

## DAFTAR ISI

Editorial .....	i
Daftar Isi .....	ii
• Efektifitas Eksekusi Peradilan Tata Usaha Negara Berdasarkan Undang-Undang Nomor 51 Tahun 2009 <b>Soeleman D. Baranyanan</b> .....	1
• Memahami <i>Third World Approaches To International Law ( TWAIL )</i> <b>Dyah R . A. Daties</b> .....	13
• Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Memperkuat Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia <b>Teng Berlianty</b> .....	19
• Tindakan <i>Safeguard</i> Dalam Pasar Bebas ASEAN Sebagai Upaya Perlindungan Industri Dalam Negeri <b>Theresia L. Pesulima</b> .....	27
• Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba <b>Marselo V. G. Pariela</b> .....	35
• Sanksi Pidana Tambahan Bagi Pelaku Kekerasan Seksual Anak <b>Hb. Sujiantoro</b> .....	46
• Tinjauan Aspek Hukum Terhadap Larangan Memberikan Sejumlah Uang Atau Barang Kepada Gelandangan Dan Pengemis <b>Abd. Rachman A. Latif</b> .....	54
• Studi Tentang Pemberian Remisi Kepada Pelaku Tindak Pidana Narkotika Pada Lapas Klas II A Ambon <b>Denny Latumaerissa</b> .....	64
• Kebijakan Formulasi Hukum Pidana Dalam Penanggulangan Tindak Pidana Perjudian Melalui Internet ( <i>Internet Gambling</i> ) <b>Erwin Ubwarin</b> .....	73

Ketentuan Penulisan Jurnal SASI

## **KETENTUAN PENULISAN**

### **JURNAL SASI**

Jurnal SASI adalah jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Fakultas Hukum Universitas Pattimura, sebagai upaya mempublikasikan hasil-hasil pemikiran dan penelitian di bidang ilmu hukum dalam upaya pengembangan ilmu hukum, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Naskah Tulisan bertemakan hukum, bersifat ilmiah yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain.
2. Sistematika penulisan terdiri dari Abstrak, Pendahuluan, Pembahasan, Penutup, dan Daftar Pustaka
3. Naskah wajib mencantumkan abstrak dalam bentuk bahasa Inggris yang baik.
4. Diketik dengan menggunakan pengolah kata MS Word, spasi rangkap, setebal 10-15 halaman kuarto dalam bentuk naskah dan disket.
5. Margin kiri dan atas 4, margin kanan dan bawah 3. Menggunakan huruf Times New Roman 12.
6. Redaksi berhak menyingkat atau memperbaiki tulisan untuk keseragaman format tanpa mengubah maksud isinya. kandungan tulisan tetap menjadi tanggungjawab penulis.

**PENDAFTARAN MEREK PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN  
MENENGAH UNTUK MEMPERKUAT  
DAYA SAING MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASIA**

*Oleh: Teng Berlianty*

**ABSTRACT**

*The presence of MEA will be an economic area with a high level of competition and high, also a big threat associated with IPR that will be experienced by creative industries of Small and Medium Enterprises (MSME's). The growing growth of MSME's over the last 5 years has become the main capital for Indonesia in increasing domestic income.*

*To provide intellectual property rights protection for creative industries of domestic MSMEs, especially in the field of Brand in welcoming the economy of ASEAN people with the presence of overseas products circulating in Indonesia, will give the opportunity for the similarity of the brand both products and services, it is necessary attention / the firmness of the government in protecting the products of the small domestic creative industry because the small industry is still lulled and still lay with the importance of registration of HKI on its brand products. Generally they are satisfied with the achievements of products and brands that are built acceptable to consumers regardless of whether their products will be imitated or hijacked.*

**Keywords: Brand Registration, MSME's Product, MEA.**

**A. PENDAHULUAN.**

Tahun 2015 ASEAN membuat terobosan dengan melakukan integrasi ekonomi yang dilakukan dalam kerangka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) merupakan peluang bagi dunia usaha Indonesia, Keberhasilan UMKM yang merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan cukup dominan dalam perekonomian, akan sangat mempengaruhi pencapaian kesuksesan MEA.

Selain itu UMKM yang kuat tidak hanya menjamin keberhasilan proses

integrasi ekonomi tetapi juga kesejahteraan sosial bagi seluruh masyarakat ASEAN. Namun dibalik perannya yang strategis bagi perekonomian nasional kawasan, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Tantangan mana berupa masuknya produk-produk dan jasa dari sesama negara Asia Tenggara yang akan bersaing dalam pasar lokal dengan produk dan jasa domestik. Untuk menghadapi tantangan tersebut HKI menjadi media untuk memproteksi pengembangan-pengembangan yang dibuat oleh para pelaku industri kreatif, khususnya di Indonesia.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengambil peranan aktif dalam

perekonomian di Indonesia. Pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia pada tahun 1997, UMKM tetap bertahan bahkan peranannya semakin meningkat dan terlihat sangat jelas dalam perekonomian Indonesia. Pada saat itu bentuk usaha inilah yang paling cepat pulih dari krisis ekonomi dibandingkan dengan usaha-usaha skala besar yang banyak terpuruk pada saat itu. Dari data-data menunjukkan bahwa sektor UMKM memberikan kontribusi yang besar dalam perekonomian dan dalam mengatasi masalah pengangguran dan tenaga kerja di Indonesia. Selain itu UMKM juga memberikan kontribusi yang besar pada produk domestik dimana lebih dari separuh ekonomi kita didukung oleh produksi dari UMKM sebanyak 59,3%. Dari sekian banyak UMKM yang berkembang di Indonesia dan tidak hanya terbatas pada bidang-bidang usaha yang telah disebutkan sebelumnya tersebut. Keberadaan UMKM tidak terlepas dari keterkaitannya dengan hak kekayaan intelektual (HKI) khususnya Merek. Apalagi di era liberalisme perdagangan seperti MEA merek sangat penting dan dibutuhkan UMKM dalam menghadapi persaingan perdagangan dan melindungi produk itu sendiri.<sup>1</sup>

Dengan adanya MEA, tujuan yang ingin dicapai adalah adanya aliran bebas barang, jasa, dan tenaga kerja terlatih (*skilled labour*), serta aliran investasi yang lebih bebas, oleh karena itu perlindungan merek terhadap produk UMKM sangat diperlukan untuk membuat daya saing yang kuat dalam menghadapi MEA. Dimulai dari produk penggunaan merek dagang ataupun merek jasa untuk kepentingan pemasaran.

Pemerintah mencoba meningkatkan kesadaran usaha mikro kecil menengah (UMKM) terhadap pentingnya masalah hak kekayaan intelektual (HKI). Apalagi untuk UMKM yang bergerak dalam bidang

industri kreatif, ini dimaksudkan untuk melindungi UMKM untuk berkembang pesat. Sangat penting bagi UMKM ataupun perusahaan lain untuk memanfaatkan HKI dalam pengembangan usahanya. Secara global, potensi HKI yang ada dalam kegiatan usaha UMKM salah satunya adalah merek dagang atau merek jasa.

Tanpa kita sadari produk-produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia banyak yang bernilai ekonomi tinggi dan memiliki keunikan terutama apabila sudah masuk dalam pasar luar negeri. Karena kita kurang peka dan tidak memberikan perlindungan produk yang kita miliki, pada akhirnya banyak dari produk-produk Indonesia yang memiliki nilai tradisional yang ide-ide dan desainnya dicuri oleh pihak luar. Mungkin kita tidak menyadari bahwa perlindungan merek membawa nilai ekonomi yang tinggi apabila sudah masuk dalam dunia perdagangan serta bisa meningkatkan daya saing dalam menghadapi MEA. Suatu produk yang dilindungi merek hanya dapat diproduksi oleh si pemilik atau pemegang hak atas produk tersebut (*eksklusif*). Apabila ada pihak lain yang memproduksinya tentunya harus seijin pemegang haknya, disinilah letak nilai ekonomi yang dilindungi oleh HKI. Dimana pihak lain yang ingin memproduksi barang yang sama berkewajiban mendapatkan lisensi terlebih dahulu dari si pemegang hak dan membayar royalti atas penggunaan tersebut.

Tindakan produksi atas suatu produk yang telah dilindungi merek tanpa seizin pemegang hak merupakan pelanggaran dan pembajakan yang dapat membawa akibat hukum.

## B. PEMBAHASAN

### 1. Pentingnya Perlindungan Merek Pelaku UMKM di Era MEA

Merek adalah tanda berupa gambar,

<sup>1</sup> [https://www.academia.edu/25322170/Perlindungan\\_Produk\\_UMKM\\_Dalam\\_HKI\\_Untuk\\_Memperkuat\\_Daya\\_Saing](https://www.academia.edu/25322170/Perlindungan_Produk_UMKM_Dalam_HKI_Untuk_Memperkuat_Daya_Saing). Diakses tanggal 24 Oktober 2016

nama, kata, huruf, angka-angka, susunan atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Salah satu fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk sehingga dapat dibedakan dari produk lain yang serupa atau yang mirip, dengan membuat merek yang memiliki ciri khusus dan berbeda dari yang lain, maka sebuah produk akan semakin mudah untuk dikenali. Biasanya, konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu akan membeli atau memakai kembali produk tersebut di masa yang akan datang.

Merek juga dapat menjadi sebuah investasi yang sangat berharga. Sebuah merek yang sudah memiliki reputasi sangat baik akan memiliki nilai yang sangat besar, seperti merek *Coca-Cola* yang memiliki *brand value* lebih dari 56 Milyar USD, atau bahkan merek *Apple* yang memiliki *brand value* tertinggi di dunia yaitu 124 milyar USD di tahun 2014. Sebuah merek yang telah memiliki reputasi yang bagus juga akan dengan mudah meningkatkan *value* dari sebuah produk. Sebuah kaos yang diberi logo merek *Nike* pasti akan berharga lebih mahal daripada kaos tanpa logo, walaupun sebenarnya kedua kaos tersebut terbuat dari bahan yang sama.

Perlindungan HKI khususnya merek, pada awalnya merupakan bentuk perlindungan yang diberikan oleh negara atas ide atau hasil karya warga negaranya dan oleh karena itu maka merek pada pokoknya bersifat teritorial kenegaraan<sup>2</sup> Pengertian yang demikian membuat pengusaha dari negara maju merasakan suatu kehilangan atau kerugian saat berhubungan dengan pengusaha dari negara berkembang. Rasa tidak aman ini kemudian ditekankan pada pemerintahan negara mereka yang pada akhirnya upaya untuk melaksanakan perlindungan yang seragam mengenai HKI bagi negara-negara di dunia ini, maka kemudian TRIPS dimasukkan ke dalam WTO-GATT. Dengan perlindungan HKI terhadap produk UMKM diharapkan UMKM-UMKM di Indonesia bisa bersaing dalam menghadapi persaingan pasar bebas MEA karena kita tahu bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh

UMKM juga mempunyai nilai yang tinggi di perdagangan internasional sehingga perlindungan produk melalui HKI tersebut bisa melindungi setiap produk dari peniruan atau pencurian dari pihak lain atau pihak asing.

Berlakunya MEA pada Tahun 2015 sebagai awal era perubahan sistem perdagangan di negara-negara ASEAN, maka produk-produk dari ASEAN akan dengan mudah dipasarkan di seluruh negara-negara ASEAN. Hal ini memiliki dampak untuk dunia industri dan perdagangan di Indonesia. Akan semakin banyak produk-produk yang sama dan kemungkinan besar juga memiliki nama yang mirip atau bahkan sama. Selain itu, dengan perkembangan internet yang begitu pesat juga telah membuka pintu gerbang perdagangan global. Kita dapat menjual produk-produk lokal ke luar negeri atau sebaliknya hanya dengan menggunakan website atau bahkan media sosial.

Pentingnya perlindungan Merek karena untuk mendorong agar pelaku industri mikro kecil dan menengah memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Artinya, produk yang mereka hasilkan tidak bisa ditiru oleh pihak-pihak lain. Perlindungan hukum terhadap pemilik merek diperlukan agar pemilik hak dapat menggunakan atau mengeksploitasi hak merek dengan rasa aman. Pada gilirannya rasa aman itulah kemudian menciptakan iklim atau suasana yang memungkinkan orang dapat berkarya guna menghasilkan karya atau temuan temuan berikutnya. Sebaliknya dengan perlindungan hukum itu pula pemilik hak dapat diminta untuk mengungkapkan bentuk, jenis dan cara kerja serta manfaat daripada kekayaan dengan cara aman karena ada jaminan hukum dan bagi masyarakat dapat menikmati atau menggunakan atas dasar ijin, atau bahkan untuk mengembangkannya, karena perlindungan dan pengakuan hanya diberikan khusus pada orang yang memiliki kekayaan, maka hal itu dapat dikatakan sebagai hak eksklusif.<sup>3</sup>

Kualitas produk unggulan UMKM seharusnya diikuti dengan tingginya kesadaran untuk melindungi merek yang terkandung di dalam produk unggulan Indonesia tersebut. Perlindungan Merek sangatlah penting untuk mencegah pencurian merek atas produk. Merek

<sup>2</sup> Gunawan Widjaja, *Rahasia Dagang*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 20.

<sup>3</sup> Sunaryati Hartono, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Bina Cipta, Bandung, 1982, hlm. 7.

sebagai alat pembeda berperan penting dalam pemasaran produk, dengan mendaftarkan merek, dapat mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama sehingga dapat merugikan pemilik hak atas merek. Hak merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, jangka waktu hak adalah 10 tahun dan dapat diperpanjang selama merek masih digunakan. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya; desain logo, atau desain huruf. Ada hak cipta dalam seni. Oleh karena itu dalam merek bukan hak cipta dalam bidang seni itu yang dilindungi, tetapi mereknya itu sendiri sebagai pembeda.<sup>4</sup>

Komponen yang berperan dalam upaya perlindungan produk merek UMKM dalam menghadapi MEA, diantaranya:

a) Peran Pemerintah,

Perangkat kebijakan pemerintah pusat yang dapat dijadikan sebagai landasan bagi fasilitas UMKM sebenarnya sudah cukup lengkap dan memadai. Pemerintah kini memiliki Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM sebagai landasan berpijak bagi proses fasilitasi yang berkesinambungan. Ketentuan dalam undang-undang ini merupakan kemajuan dari produk perundangan sebelumnya, yaitu Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 yang terbatas hanya mengatur tentang usaha kecil. Namun yang masih diperlukan selanjutnya adalah agar semangat UU No. 20 Tahun 2008 untuk memfasilitasi pengembangan UMKM dapat diteruskan dengan kebijakan-kebijakan yang konkrit.

Keberhasilan fasilitas dan pemberdayaan terhadap usaha koperasi dan UMKM sangat tergantung kepada responsivitas Pemerintah Daerah dalam memberikan alokasi anggaran dan mengaktifkan kegiatan yang terkait dengan ekonomi kerakyatan. Pendekatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk membina UMKM meliputi banya aspek yang terkait dengan lingkungan bisnis, aspek inovasi yang menyangkut pengembangan produk, serta aspek informasi serta pengetahuan yang akan menentukan kelestarian (*sustainability*) dari usaha maupun produk

yang dihasilkan.

Inovasi produk merupakan hal yang sangat penting bagi UMKM agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar berskala internasional yang memiliki modal kuat, jaringan yang luas dan volume produksi yang massal. Oleh karena itu, pemerintah dapat memberikan insentif dan dukungan yang luas bagi inovasi produk serta system pemasaran bagi pelaku usaha UMKM yang sangat spesifik.

Sebagai upaya perlindungan produk merek UMKM dalam menghadapi MEA, pemerintah memiliki intervensi yang cukup kuat sebagai pendukung perlindungan merek UMKM tersebut yaitu dengan membentuk regulasi yaitu Permen Nomor 36 Tahun 2012 tentang Penguatan Sistem Inovasi Daerah. Permen ini dibuat dalam rangka peningkatan kapasitas pemerintah daerah dan daya saing daerah agar sistem inovasi daerah tersusun secara terarah dan berkesinambungan.

Pemerintah sebagai Pembina merupakan upaya perlindungan produk UMKM dengan cara melakukan pendekatan ke masyarakat dapat melalui sosialisasi mengenai pentingnya menciptakan kualitas produk Merek UMKM yang baik dan memenuhi standar, hal ini sangat berpengaruh apabila pasar bebas ASEAN telah memenuhi persaingan, dan sebagai bentuk pertahanan pada sektor UMKM itu sendiri, pemerintah juga dapat melakukan pembinaan dengan cara membekali masyarakat dengan ilmu pengetahuan, dan pembekalan mengenai isu-isu global yang kerap terjadi sekarang agar masyarakat pelaku UMKM dapat lebih mawas diri dalam bertindak, dan berperilaku sesuai hukum.

b) Peran UMKM,

UMKM dapat maju dan berkembang apabila kelompok usaha ini dapat di pandang dan ditanggapi sebagai kelompok bisnis murni. Artinya UMKM dapat tumbuh dan berkembang harus sepenuhnya dikarenakan kreatifitas atau inovasi dari pengusaha/pemilik, sebagai upaya untuk melindungi produk hasil UMKM tersebut sendiri. UMKM memiliki wewenang untuk memberi pelatihan terhadap sumber daya

<sup>4</sup> OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual: Intellectual Property Rights*. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 78.

manusia yang bekerja, membekali pengetahuan HKI khususnya Merek, berjalan sesuai prosedur dan tetap berpedoman pada aturan yang ada. UMKM harus menanamkan kesadaran mereknya dengan cara mendaftarkan ke badan hukum yang berwenang, supaya produk merek UMKM menjadi produk yang memiliki standar kualitas, UMKM yang wajib memfasilitasi dalam hal pemasaran seperti promosi produk, hal ini supaya produk UMKM menjadi lebih dikenal dan dapat meminimalisir adanya peniruan produk, dalam kegiatan promosi, diharapkan produk yang dipromosikan merupakan produk yang sudah siap dalam hal sudah melalui sertifikasi, pengujian, merek dan hal-hal lainnya yang bersangkutan dengan HKI pada umumnya.

## 2. Dilema Kesadaran Pelaku UMKM dalam proses Pendaftaran Merek

Memasuki era perdagangan bebas MEA, belum banyak industri mikro kecil dan menengah yang mengetahui tentang HKI. Sangat perlu pelaku UMKM yang mendaftarkan HKI khususnya Merek dagang maupun merek jasa sebagai salah satu kebutuhan dalam menghadapi MEA, dengan mendaftarkan produk UMKM dalam HKI khususnya merek maka ketika perdagangan bebas MEA produk UMKM tersebut tidak bisa ditiru ataupun dicuri oleh pihak lain karena sudah dilindungi hak kekayaan intelektualnya.

Di Indonesia sendiri, sistem pendaftaran merek adalah "First to File", dimana merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya ke Ditjen HKI. Oleh sebab itulah semakin penting untuk mendaftarkan merek sejak awal, sehingga merek terlindungi oleh hukum terutama dalam menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN dan perdagangan global.

Pendaftaran Merek dalam Pasal 3 UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek guna mencegah pihak-pihak lain untuk memasarkan produk-produk yang identik atau mirip dengan merek yang dimiliki. Hak eksklusif Menurut OK Saidin bahwa, "orang lain tidak dapat memakai merek yang sama itu untuk jenis

barang yang serupa.<sup>5</sup>

Tanpa adanya pendaftaran merek, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi sesuatu yang sia-sia karena perusahaan pesaing dapat memanfaatkan merek yang sama atau merek yang mirip untuk membuat dan memasarkan produk yang identik. Jika seorang pesaing menggunakan merek yang identik atau mirip, pelanggan dapat menjadi bingung sehingga memungkinkan pelanggan membeli produk yang salah atau produk tiruannya. Hal ini tidak saja mengurangi keuntungan perusahaan dan membuat bingung pelanggannya, tetapi dapat juga merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan, khususnya jika produk pesaing kualitasnya lebih rendah

Konsultan HKI, Benny Mulyawan menyatakan, saat ini waktu yang tepat untuk memilikinya. "Sejauh ini banyak pelaku industri kecil yang belum memahami pentingnya HKI. Saat inilah waktu yang tepat untuk memiliki sertifikasi hak Merek, dalam penerapan MEA," selanjutnya, bukan sekadar kepemilikan hak Merek, tetapi untuk menghindari sengketa antara industri satu dengan industri lain, tentang produk yang memiliki kemiripan merek.<sup>6</sup> Contohkan kasus sengketa HKI di Pengadilan Niaga Jakarta sepanjang 2014 terdapat 100 kasus yang ditangani. Sedangkan di Surabaya sekitar 15 perkara yang disengketakan.<sup>7</sup>

Hal ini menunjukkan masih banyak pelaku usaha UMKM yang belum memahami pentingnya Perlindungan HKI khususnya Merek di Indonesia. Di banding negara-negara lain di Asia Tenggara, dimana hampir seluruh industrinya sudah memilikinya, sedangkan Indonesia jauh tertinggal di banding Singapura yang sudah mempersiapkan diri jelang MEA, tentang pentingnya perlindungan HKI khususnya Merek.

HKI bukan siapa yang menggunakan suatu merek produk, tetapi siapa pelaku usaha yang terlebih dahulu mendaftarkan hak Merek.

<sup>5</sup> OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual: Intellectual Property Rights*. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 476

<sup>6</sup> <http://www.encycity.co/banyak-umkm-belum-paha-mi-pentingnya-haki/>. Diakses Tanggal 24 Oktober 2016

<sup>7</sup> *Ibid*

Untuk mendaftarkan merek, pemilik merek dapat datang sendiri ke Ditjen HKI atau melalui konsultan HKI, yaitu seorang konsultan yang telah lulus pelatihan dan ujian yang diselenggarakan oleh Ditjen HKI. Apabila pemilik merek ingin mendaftarkan mereknya sendiri, maka pemilik merek cukup datang ke kantor Ditjen HKI untuk meminta formulir pendaftaran dan menyiapkan berkas-berkas lampirannya seperti Copy KTP, etiket merek dan Surat pernyataan Kepemilikan Merek. Tetapi sering sekali StartupHKI sebagai konsultan HKI menemukan bahwa merek-merek yang didaftarkan tidak memenuhi syarat, sama atau mirip dengan merek-merek lain yang sudah terdaftar. Selain itu banyak sekali aplikasi pendaftaran merek yang salah dalam menentukan kelas barang/jasa dan jenis produknya sehingga kemungkinan besar pendaftaran merek tersebut akan ditolak oleh Ditjen HKI.

Disinilah peran penting konsultan HKI yang mampu memberikan panduan dan analisis terlebih dahulu terhadap merek yang akan didaftarkan. Dengan melalui konsultan HKI, pendaftaran merek akan lebih terjamin dan kemungkinan besar diterima oleh Ditjen HKI. Karena proses pendaftaran merek sendiri cukup lama yaitu 14-18 bulan dan bahkan bisa lebih, sehingga akan sangat merugikan apabila akhirnya merek yang kita daftarkan ditolak oleh ditjen HKI.

Lamanya proses pendaftaran merek tersebut terkadang membuat pemohon tidak sabar dan sering komplain kepada konsultan HKI. Hal ini yang dialami StartupHKI sebagai konsultan HKI *online* pernah menerima telepon dari seseorang yang mendaftarkan merek di sebuah firma HKI lain yang cukup besar. Dia meminta bantuan kepada StartupHKI agar mengambil alih proses pendaftaran merek tersebut dan mempercepat prosesnya, karena proses pendaftaran mereknya sudah sejak tahun 2013 dan dijanjikan akan selesai pada bulan Maret 2015. Dalam hal ini, StartupHKI tidak mengambil kesempatan tersebut karena berbagai macam pertimbangan baik untuk kepentingan StartupHKI sendiri ataupun untuk Pemohon.<sup>8</sup>

Sebagai komitmen untuk meningkatkan

kesadaran terhadap perlindungan merek, Salah satu penyedia jasa pendaftaran dan konsultasi HKI *online* adalah startupHKI.com, yang fokus terhadap jasa pelayanan HKI bagi para pebisnis pemula atau yang biasa disebut *start-up*. Pendiri *startupHKI.com* Fahrian Agam mengatakan jasa yang dibentuk sejak awal tahun ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam proses pendaftaran merek dan HKI lainnya. Pasalnya, proses pendaftaran HKI masih terbilang cukup rumit.<sup>9</sup> Namun, banyak pelaku usaha yang enggan mendaftarkan mereknya karena menilai prosesnya ribet, dan mereka harus datang langsung ke kantor HKI. Padahal, bagi mereka waktu sangat berharga dan lebih memilih memanfaatkan waktu tersebut untuk menjalankan bisnisnya.<sup>10</sup>

Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya yang berdasarkan undang-undang merek harus didaftarkan ke Dirjen Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum Dan HAM RI untuk memperoleh sertifikat Hak Merek sehingga ada perlindungan hukum. Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar berdasarkan Undang-Undang Merek No 15 Tahun 2001 menganut sistem konstitutif yang didasarkan pada prinsip pendaftar pertama atau *First To File* dalam arti yang pertama yang mendaftarkan adalah yang mendapatkan perlindungan bukan yang pertama yang memiliki atau yang menggunakan merek.

UMKM pada umumnya dalam mendaftarkan mereknya guna memperoleh sertifikat hak merek sering mengalami kendala, adalah sebagai berikut :

1. Tidak terselenggaranya pelayanan di bidang pendaftaran merek secara profesional dan efektif yang menyebabkan panjangnya jalur birokrasi dalam pengurusan merek, keadaan tersebut berkaitan erat dengan motivasi yang dapat diberikan kepada UMKM untuk mendaftarkan merek dagangnya agar mendapatkan perlindungan di bidang hukum merek. Seperti kita ketahui perlindungan suatu hukum merek bukanlah suatu pemberian yang dapat terjadi begitu saja tanpa adanya inisiatif atau keinginan mendaftarkan merek. Keinginan UMKM untuk mendapatkan hak

8

<http://startuphki.com/en/dilema-proses-pendaftaran-merek-yang-sangat-lama-dan-penyuapan/>.  
Diakses Tanggal 24 Oktober 2016

9

<http://startuphki.com/startup-hki-bantu-umkm-daftarkan-merek/>. Diakses Tanggal 24 Oktober 2016

<sup>10</sup> *Ibib*

merek akan surut apabila dihadapkan pada jalur birokrasi yang panjang, selain kenyataan yang ada bahwa dalam kegiatan sehari-hari UMKM tidak terlalu berpengaruh dengan slogan merek. Permohonan yang diajukan kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual melalui Kantor Departemen Hukum Dan HAM Provinsi setempat yang hanya bertugas sebagai perantara, tidak berhak mengkoreksi salah atau benarnya permohonan karena koreksi atau pemeriksaan berkas ada pada tim di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Dalam proses ini terlihat jalur birokrasi yang panjang, apalagi berkas yang diajukan di tolak, maka akan dikembalikan berdasarkan pada jalur diterima pada awal pendaftaran, yaitu melalui Kanwil Hukum dan HAM. Proses yang berbelit-belit dan lama tidak akan memberikan kesadaran pentingnya hak merek bagi UMKM, karena dampak secara langsung yang dialami tidak memberikan faedah yang positif. Proses permohonan yang birokratis dan lama menyurutkan minat mendaftarkan merek oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

2. Biaya administrasi yang telah ditetapkan ternyata cukup memberatkan di samping itu pembayaran administrasi langsung dibayarkan dan diterima oleh Direktorat HKI, meskipun permohonannya belum tentu disetujui.
3. Tidak sampainya informasi yang tepat, akurat dan jelas mengenai pentingnya hak merek, keadaan ini akan memberikan penafsiran yang keliru terhadap peranan perlindungan merek dalam memberikan perlindungan bagi produk UMKM. Jalur pendistribusian informasi yang tidak sampai tersebut ke sasaran, sehingga kesadaran untuk melakukan pendaftaran merek juga tidak akan ada. Meskipun program atau kegiatan pelayanan, penyuluhan dan pembinaan terhadap Usaha Kecil Menengah (UMKM) digariskan dengan jelas, tetapi dalam pelaksanaannya dari program atau kegiatan tersebut tidak sampai kepada seluruh UMKM dan masyarakat.
4. Konsep pola pikir UMKM yang tradisional, bahwa merek yang tercantum pada produknya adalah merek sejak dulu merupakan turun temurun dari orang tua sehingga apabila ada kesamaan dengan merek lain bila

didaftarkan akan ditolak dan UMKM tidak mau mengganti dengan merek alternatif lain. Keadaan yang terlalu tradisional dengan pasaran lokal yang apa adanya telah membentuk pola pikir sederhana tetapi seiring perkembangan perekonomian dan arus informasi yang pesat. pola pikir ini akan berubah bila arus informasi lebih didekatkan lagi kepada pelaku usaha tersebut.

5. Banyaknya merek yang hampir sama atau serupa yang didaftarkan pelaku UMKM sehingga sulit diproses sertifikatnya, sehingga pemrosesan sertifikatnya tidak bisa dilakukan. Padahal penerapan dan perlindungan merek bagi produk UMKM berdampak signifikan terhadap kegiatan yang lebih kondusif. Selain itu, perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) juga dapat merangsang kreativitas dan inovasi produk UMKM karena pada dasarnya setiap UMKM memiliki merek.

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, dapat diidentifikasi beberapa hal, antara lain:

- 1) Kepemilikan sertifikat merek di kalangan UMKM masih sedikit, karena jumlah pendaftar merek dagang dari kalangan tersebut baru mencapai sekitar 5 % dari seluruh UMKM yang jumlahnya mencapai sekitar 40 juta. Kondisi tersebut disebabkan antara lain :
  - a. Pemahaman UMKM terhadap Hak Merek masih rendah/dangkal;
  - b. Kegiatan penyuluhan/sosialisasi dari instansi yang berwenang masih terbatas/sedikit.
- 2) Bagi UMKM yang telah memperoleh penyuluhan/sosialisasi HKI, minat pendaftaran UMKM terhadap merek dagang cukup besar, terlebih bagi UMKM yang produknya berorientasi ekspor bila dibandingkan dengan UMKM yang produknya hanya untuk pemenuhan kebutuhan dalam negeri,
- 3) Beberapa faktor penghambat dalam pengurusan sertifikat merek, antara lain;
  - a. Biaya pendaftaran yang mahal;
  - b. Prosedur pendaftaran yang berbelit-belit dan lama;
  - c. Tidak tahu prosedur pendaftaran ;
  - d. Tempat pendaftaran jauh;
  - e. Tidak sesuai dengan budaya masyarakat ;

- 4) Kegiatan kepada UMKM yang dilakukan oleh instansi Pemerintah baik Pusat maupun Daerah, antara lain :
  - a. Sosialisasi, bimbingan teknis dan konsultasi HKI yang dilakukan oleh Ditjen HKI Departemen Kehakiman dan HAM dan Kanwil Kehakiman dan HAM, Kementerian Perindustrian dan Perdagangan serta Klinik Konsultasi HKI Perguruan Tinggi;
  - b. Program Insentif Perolehan HKI dan subsidi pendaftaran HKI, yang dilakukan oleh Kementerian Negara Ristekdikti (meskipun masih terfokus pada Lembaga pendidikan dan kajian), dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan di beberapa Propinsi,
  - c. Bantuan pendaftaran HKI bagi UMKM dari Dinas Koperasi sangat terbatas.
- 5) Dari aspek sumber daya aparatur yang melaksanakan tugas di bidang pembinaan HKI, tersebar di berbagai instansi pemerintah dengan pemahaman teknis yang berbeda-beda belum mampu melaksanakan sosialisasi secara optimal,
- 6) KADIN sebagai wadah dan wahana komunikasi, informasi, konsultasi, advokasi bagi pengusaha, dengan terbatasnya tenaga yang ada juga belum mampu secara optimal melakukan pembinaan HKI kepada UMKM, disamping ada anggapan bahwa permasalahan HKI belum merupakan prioritas UMKM ,
- 7) Anggaran pembinaan HKI masing-masing instansi Pembina bersumber dari APBN dengan jumlah bervariasi dan di beberapa daerah juga didukung dari APBD yang jumlahnya masih sedikit, belum mendukung secara penuh kegiatan pembinaan HKI kepada UMKM,
- 8) Koordinasi antar instansi Pembina HKI terutama pembinaan HKI kepada UKM secara umum belum berjalan dengan baik, meskipun sebenarnya sudah ada MoU atau kerjasama secara nasional

### C. PENUTUP

Pada kenyataannya tidak mudah membangun kesadaran pelaku usaha untuk

mendaftarkan merek produk UMKM yang dimiliki, padahal pendaftaran merek bukan kewajiban karena justru UMKM sendiri yang membutuhkan. Sebagian besar pelaku UMKM saat ini tidak mendaftarkan mereknya karena menilai merek tidak memiliki dampak signifikan kepada peningkatan penjualan produk. Padahal, dengan memiliki merek maka produk yang dimiliki tidak akan bisa ditiru oleh perajin atau produsen lain sehingga cukup penting untuk membangun daya saing usaha, jauh dari sekadar persoalan penjualan.

Selain itu, kepemilikan Merek sangat diperlukan oleh pelaku UMKM karena pada kebijakan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang telah diberlakukan pada tahun 2015, maka Merek terdaftar akan memberikan perlindungan untuk suatu produk UMKM agar tidak diklaim oleh negara lain

### DAFTAR PUSTAKA

- .Gunawan Widjaja, *Rahasia Dagang*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001.
- Sunaryati Hartono, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Bina Cipta, Bandung, 1982.
- OK. Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual: Intellectual Property Rights*. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2015.
- <http://www.encycity.co/banyak-umkm-belum-pah-ami-pentingnya-haki/>. Diakses Tanggal 24 Oktober 2016
- <http://startuphki.com/en/dilema-proses-pendaftar-an-merek-yang-sangat-lama-dan-penyuapan/>. Diakses Tanggal 24 Oktober 2016
- <http://startuphki.com/startup-hki-bantu-umkm-d-aftarkan-merek/>. Diakses Tanggal 24 Oktober 2016
- [https://www.academia.edu/25322170/Perlindungan\\_Produk\\_UMKM\\_Dalam\\_HKI](https://www.academia.edu/25322170/Perlindungan_Produk_UMKM_Dalam_HKI)

\_Untuk\_Memperkuat\_Daya\_Sain  
08