

**IMPLEMENTASI PENDAFTARAN MEREK TERHADAP USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGRAJIN TAPIS LAMPUNG
(Studi Di UMKM *Griya Aisyah* Tapis Kota Bandar Lampung)**

(Skripsi)

Oleh

**MAHIRA AISYAH PRADAWI
NPM 1912011247**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

IMPLEMENTASI PENDAFTARAN MEREK TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGRAJIN TAPIS LAMPUNG (Studi Di UMKM *Griya Aisyah Tapis Kota Bandar Lampung*)

Oleh

MAHIRA AISYAH PRADAWI

Merek memiliki beragam peran penting bagi pelaku usaha baik dalam perdagangan maupun jasa. Fungsi pendaftaran merek adalah untuk memberikan bukti bagi pemilik merek yang sudah terdaftar. Permasalahan hukum dalam penelitian ini adalah pertama, bagaimana implementasi pendaftaran merek terhadap UMKM *Griya Aisyah Tapis* dan kedua apa faktor-faktor penghambat dalam pendaftaran merek terhadap UMKM *Griya Aisyah Tapis*.

Penelitian hukum yang digunakan adalah penelitian hukum normatif empiris dengan tipe penelitian deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara dan data sekunder yang terdiri dari bahan primer, sekunder, dan tersier. Pengolahan data dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa pertama, *Griya Aisyah* ikut serta dalam program yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang bertujuan untuk memfasilitasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam proses pendaftaran merek tanpa dikenakan biaya. Program ini bertujuan untuk mendukung pengembangan bisnis UMKM dan melindungi hak kekayaan intelektual mereka. Implementasi pendaftaran merek terhadap UMKM *Griya Aisyah Tapis* ini terbukti dengan adanya pendaftaran merek dagangnya pada tahun 2019 dengan dibuktikannya Nomor Pendaftaran IDM000732139 Kedua, adanya faktor penghambat yang dialami *Griya Aisyah* saat mengajukan permohonan pendaftaran merek, antara lain

kurangnya kesadaran mengenai arti penting merek, persyaratan yang ketat, mahalnya biaya pendaftaran merek, dan proses yang berbelit-belit peraturan baru mempermudah proses pendaftaran merek secara umum. Hal ini memberikan perlindungan hukum yang lebih baik, meningkatkan nilai ekonomi UMKM, dan memperkuat sektor UMKM secara keseluruhan.

Meskipun prosesnya tidak mudah, pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual memiliki manfaat penting, seperti perlindungan hukum terhadap penggunaan merek yang sah, hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut, dan membangun identitas merek yang kuat. Hal tersebut penting bagi pemohon untuk memahami persyaratan dan prosedur yang terlibat dalam pendaftaran merek serta mempersiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan secara teliti.

Kata Kunci: *Pendaftaran Merek, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Implementasi.*

**IMPLEMENTASI PENDAFTARAN MEREK TERHADAP USAHA
MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGRAJIN TAPIS LAMPUNG
(Studi Di UMKM *Griya Aisyah* Tapis Kota Bandar Lampung)**

Oleh

MAHIRA AISYAH PRADAWI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUKUM**

Pada

**Bagian Hukum Keperdataan
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **Implementasi Pendaftaran Merek Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengrajin Tapis Lampung (Studi Di UMKM Griya Aisyah Tapis Kota Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : *Mahira Aisyah Pradawi*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1912011247

Program Studi : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum



Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum.
NIP 196004211986032001

Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H.
NIP 199201172022032005

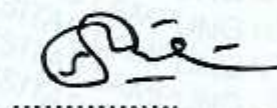
2. Kctua Bagian Hukum Keperdataan

Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.
NIP 196012281989031001

MENGESAHKAN

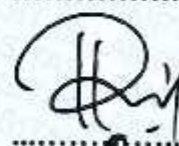
1. Tim Penguji

Ketua : **Lindati Dwiatin, S.H., M.Hum.**



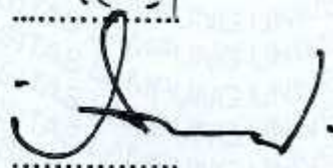
.....

Sekretaris/Anggota : **Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H.**



.....

Penguji
Bukan Pembimbing : **Yennie Agustin MR, S.H., M.H.**

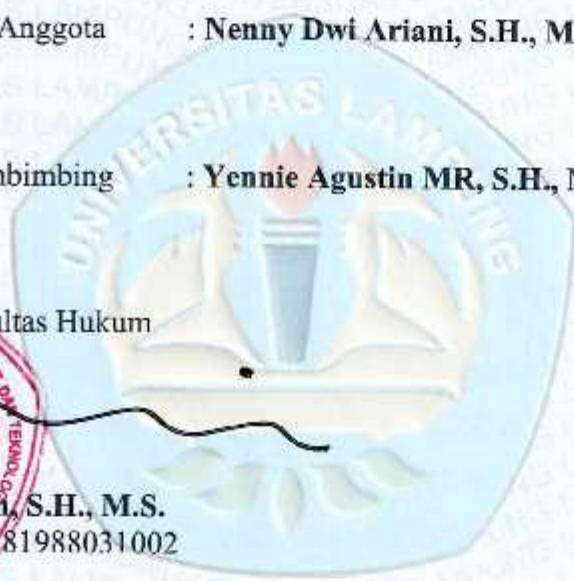


.....

2. Dekan Fakultas Hukum



Dr. M. Fakih, S.H., M.S.
NIP. 196412181988031002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **06 Juni 2023**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahira Aisyah Pradawi

NPM : 1912011247

Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Implementasi Pendaftaran Merek Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengrajin Tapis Lampung Di UMKM Griya Aisyah Tapis”** benar-benar hasil karya bukan plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Keputusan Rektor Nomor 3187/H26/2010.

Bandar Lampung, Juni 2023



Mahira Aisyah Pradawi
NPM. 1912011247

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 11 Juli 2000 dan merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari bapak Endang Suprayitno dan Ibu Dwi Astuti. Penulis melaksanakan pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Fitri Kota Bekasi (2005-2006), Sekolah Dasar (SD) Berstandar Nasional Pemurus Dalam 5 Kota Banjarmasin (2006-2012), Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 26 Kota Bekasi (2012-2015), Sekolah Menengah Atas (SMA) Swasta Daya Utama Kota Bekasi (2015-2018). Pada tahun 2019, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN.

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Kota Bekasi, Jawa Barat.

MOTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(Q.S. Al-Baqarah:286)

“Tujuan pendidikan itu untuk mempertajam pendidikan, memperkuat kemauan
serta memperhalus perasaan.”

(Tan Malaka)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji Syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, maka
dengan segala jerih payah dan kerja keras,
ku persembahkan sebuah karya ini kepada:

Ayahanda (Endang Suprayitno) dan Ibunda (Dwi Astuti)

tercinta yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang tiada henti.

dan Almamater tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillah rabbil'alamiin. Segala puji syukur hanyalah untuk Allah SWT, Tuhan seluruh alam yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Implementasi Pendaftaran Merek Terhadap Usaha Kecil dan Menengah Pengrajin Tapis Lampung di UMKM *Griya Aisyah Tapis*.”**, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari partisipasi, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. M. Fakhri, S.H., M.S. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Ibu Dewi Septiana, S.H., M.H., selaku Sekretaris Jurusan Hukum Perdata Universitas Lampung.
4. Ibu Lindati Dwiati, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing I yang telah mencurahkan segenap pemikirannya, memberikan bimbingan baik kritik maupun saran dan meluangkan waktunya sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan baik;
5. Ibu Nenny Dwi Ariani, S.H., M.H., selaku Pembimbing II yang telah mencurahkan segenap pemikirannya, memberikan bimbingan baik kritik maupun saran dan meluangkan waktunya sehingga proses penyelesaian skripsi ini dapat berjalan dengan baik;

6. Ibu Yennie Agustin MR, S.H., M.H., selaku Pembahas I yang telah banyak memberikan kritik, koreksi, dan masukan yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini;
7. Bapak Harsa Wahyu Ramadhan, S.H., M.H., selaku Pembahas II yang telah banyak memberikan kritik, koreksi, dan masukan yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini;
8. Bapak Bayu Sujadmiko, S.H., M.H., Ph.D., selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
9. Segenap dosen beserta staf dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Lampung yang telah banyak membantu dan memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada Penulis selama menyelesaikan studi;
10. Ibu Ernita Rahmawati selaku narasumber dan pemilik dari Griya Aisyah Tapis, terimakasih segala bantuan, pengetahuan dan informasi yang diberikan demi kelancaran penyelesaian skripsi ini;
11. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta Bapak Endang Suprayitno dan Ibu Dwi Astuti terimakasih atas segala kasih sayang, doa, tenaga dan dukungan selama ini yang tidak ada henti-hentinya.
12. Kakak dan adikku tersayang Muhammad Ino Fadhil dan Muhammad Ikhsan Ramadhan terimakasih sudah menjadi pemicu semangat dan memberikan motivasi agar skripsi ini cepat terselesaikan, semoga kelak kita bisa menjadi orang yang sukses agar dapat membahagiakan Ayah dan Ibu kelak.
13. Sahabat-sahabat seperjuanganku, Christine Serena, Dwi Syahna Putri, Suci Indahsari, Wenny Riza Ariani, Akhwan Putri Rakhma Meilia, Salsabila Haningraharjo, Chavyta Indrya, terimakasih atas segala bantuan dan semangat yang diberikan untuk kelancaran skripsi ini, semoga kelak kita semua bisa menjadi orang yang sukses.
14. Teman sedari KKN ku, Fitri Permata Aisyah, Agatha Sekar, Alfarizi Amar, Dea Okta Pabiola, Emir Allak, Asrho. Terimakasih atas pembelajaran, pengalaman dan motivasi yang baik;

15. Rani Septia Wardani, Raenaldy Andreas selaku teman bertukar pikiran dan diskusi, terimakasih telah kebersamai proses penulisan skripsi ini sehingga diberikan kelancaran penulisan skripsi ini;
16. Arnitia Rahmatika, Benaz Alya Nurani Az Zahra, Astrid Apsyarini selaku sahabat dan saudara penulis yang senantiasa menemani suka dan duka;
17. Almamaterku tercinta beserta semua pihak yang tidak daapt disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan pahala yang besar di sisi Allah SWT dan akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Bandar Lampung, Juni 2023
Penulis

Mahira Aisyah Pradawi

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
SANWACANA	ix
DAFTAR ISI.....	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Tinjauan Umum Hak Kekayaan Intelektual.....	8
2.1.1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual.....	8
2.1.2. Sejarah Hak Kekayaan Intelektual.....	11
2.1.3. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual.....	11
2.1.4. Asas-Asas / Prinsip-Prinsip Hak Kekayaan Intelektual.....	16
2.2 Tinjauan Umum Tentang Merek.....	19
2.2.1. Perkembangan Hukum Merek di Indonesia dan Pengertian Merek.....	19
2.2.2. Ruang Lingkup Merek	23

2.2.3. Jenis Merek dan Bentuk Merek	23
2.2.4. Syarat dan Prosedur Pendaftaran Merek	25
2.2.5. Hak Atas Merek dan Pengalihan Hak Atas Merek	30
2.3. Tinjauan Tentang Pendaftaran Merek di Indonesia	30
2.4. Tinjauan Umum Arti Penting Merek Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan Peraturan Pelaksananya.....	35
2.5. Tinjauan Umum Tentang Usaha Mikro kecil dan Menengah.....	35
2.5.1. Pengertian Usaha Mikro kecil dan Menengah	39
2.5.2. Klasifikasi dan Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	40
2.5.3. Jenis dan Bentuk Usaha Kecil Menengah.....	41
2.6. Kerangka Pikir	42
III. METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian.....	44
3.2. Tipe Penelitian	44
3.3 Pendekatan Masalah.....	45
3.4. Data dan Sumber Data	46
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6. Pengolahan Data	48
3.7. Analisis Data.....	48
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Impelementasi Pendaftaran Merek Terhadap UMKM Griya Aisyah Tapis Berdasarkan Permenkumham Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Pendaftaran Merek	49
4.2 Faktor-Faktor Penghambat Pendaftaran Merek Terhadap UMKM Griya Aisyah Tapis	53
V. SIMPULAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	64

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hak Kekayaan Intelektual atau dikenal dengan HKI merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights*. Berdasarkan substansinya, HKI berhubungan erat dengan benda tidak berwujud serta melindungi karya intelektual yang lahir dari cipta, rasa, dan karya manusia. Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak eksklusif (wewenang/kekuasaan) untuk berbuat sesuatu atas kekayaan intelektual tersebut, yang diatur oleh norma-norma atau hukum-hukum yang berlaku. Maksudnya, hak tersebut bersifat khusus dan hanya dimiliki oleh orang yang terkait langsung dengan kekayaan intelektual yang dihasilkan. Melalui hak tersebut, pemegang hak dapat mencegah orang lain untuk membuat, menggunakan atau berbuat sesuatu tanpa izin. Para ahli berpendapat bahwa hak eksklusif merupakan *reward* atas karya intelektual yang dihasilkan oleh seseorang. Dengan hak eksklusif, orang-orang didorong untuk terus berkreasi dan berinovasi sehingga ciptaan dan inovasi tersebut dapat bermanfaat untuk masyarakat.¹

Salah satu prinsip umum dalam Kekayaan Intelektual (KI) adalah untuk melindungi karya kreatif yang dihasilkan oleh individu melalui pendaftaran. Secara umum, pendaftaran merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan hak kekayaan intelektual. Beberapa jenis KI yang mensyaratkan pendaftaran meliputi merek, paten, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu, dan

¹ Toni Suryo Utomo, 2010, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global*, Yogyakarta:Graha Ilmu, hlm 13.

perlindungan varietas tanaman. Namun, Hak Cipta dan Rahasia Dagang, dua jenis KI lainnya, tidak memerlukan pendaftaran untuk mendapatkan perlindungan.

Perlindungan hukum terhadap merek diberikan melalui proses pendaftaran merek yang menganut sistem konstitutif, maksudnya bahwa hak atas merek diperoleh karena adanya proses pendaftaran yaitu pendaftaran merek pertama yang berhak atas merek. Merek sebagai salah satu bentuk karya intelektual memiliki peran penting untuk kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa.

Definisi merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi dan Geografis, sebagaimana diatur dalam pasal 1 Angka (1) adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/ atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Proses berpikir di atas tentunya berkaitan pada pertimbangan dan harapan bahwa merek yang digunakan atau dilekatkan dalam usahanya itu akan membentuk citra sendiri bagi konsumennya. Sekali dinyatakan merek tertentu dalam pemasaran maka akan terbayang identitas, citra dengan segenap mutu pelayanan suatu perusahaan jasa atau barang tertentu. Merek itulah sebagai citra yang sekaligus membedakan dengan perusahaan jasa atau barang lainnya.

Fungsi pendaftaran merek adalah untuk memberikan bukti bagi pemilik merek yang sudah terdaftar. Sebagai dasar penolakan terhadap suatu merek yang identik secara keseluruhan atau yang pada dasarnya sama, merek tersebut telah dimohonkan oleh pihak lain untuk pendaftaran barang atau jasa yang sejenis. Sebagai dasar untuk mencegah pihak lain menggunakan seluruh atau sebagian besar merek yang sama dalam peredaran barang atau jasa sejenis.

Semakin berkembangnya zaman yang memasuki era digital, maka terciptalah bisnis modern dimana tidak dapat terlepas dari merek dagang karena merek merupakan identitas dari produk yang telah diperdagangkan. Sebagai identitas, merek merupakan suatu tanda pembeda antara produk barang atau jasa sejenis yang diperdagangkan oleh para pelaku usaha. Dengan adanya merek maka konsumen akan dimudahkan untuk mengingat suatu produk maupun untuk menentukan pilihan kepada suatu produk. Sama halnya dengan UMKM, meskipun skala bisnis yang dijalankan di dalam UMKM bukanlah suatu skala yang besar tetapi pada umumnya seluruh UMKM memiliki suatu merek, akan tetapi belum seluruhnya mendaftarkan merek tersebut pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

UMKM merupakan sebuah industri yang berkembang pesat dan telah menjadi pendorong laju pertumbuhan ekonomi, penopang kegiatan ekonomi lokal, pencipta pasar baru dan inovasi, serta dapat membuka lapangan pekerjaan.² UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.³

Adanya batasan dalam jumlah karyawan merupakan salah satu ciri dan definisi dari UMKM. UMKM sendiri dibatasi pada omzet dan jumlah aset dari usaha yang didirikan. Hal tersebut tercantumkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Banyaknya bidang HKI sendiri masih belum dimanfaatkan oleh pihak UMKM. Terbukti dari sedikitnya

² Lie Liana dan Kis Indriyaningrum, Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Program-program Berbasis Knowledge Management, *Jurnal Dinamika Ekonomi*, Vol.1 No.1, (Juli, 2008).

³ Haryo Limanseto, *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. Diakses pada 9 Desember 2022.

pihak UMKM yang mendaftarkan usahanya ke dalam HKI. Terkait pendaftaran merek UMKM ini masih terdapat kendala yaitu dalam pembiayaan dan dalam prosesnya memerlukan waktu yang lebih lama dibanding dengan mengurus izin dikarenakan pendaftaran merek harus dilakukan secara hati-hati karena hal ini menyangkut pemberian hak.

Terkait hal diatas, adanya Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek ini memberikan dukungan upaya dalam kemudahan berusaha dan peningkatan ekosistem investasi sehingga diperlukan percepatan waktu proses penyelesaian permohonan pendaftaran merek.

Kain tapis merupakan salah satu ciri khas budaya Lampung yang semakin berkembang. Selain itu dalam pemakaiannya kain Tapis juga melambangkan status sosial pemakainya. Makna simbolis kain Tapis terdapat pada kesatuan utuh bentuk motif yang diterapkan, serta bidang warna kain dasar sebagai wujud kepercayaan yang melambangkan kebesaran Pencipta Alam.⁴ Kain tapis juga bentuk salah satu usaha dari UMKM yang dapat menghasilkan berbagai kerajinan tangan seperti baju, selendang, peci, tempat tisu bahkan tas dapat dibuat dengan kain tapis sendiri. Hal ini dapat membantu kebutuhan hidup sebagian masyarakat Lampung khususnya bagi para ibu rumah tangga sebagai usaha sampingan. Kerajinan kain tapis Lampung ini juga merupakan salah satu pendapatan yang dapat dijadikan sebagai acuan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah Lampung itu sendiri.

Seiring perkembangan zaman kain tapis telah berkembang menjadi mode yang kreatif dan modern dan bernilai mutu ekonomi tinggi mulai dari aksesoris, busana, dan interior yang unik dan berkualitas. Kain tapis terjadi peningkatan dalam penjualannya yaitu dengan mengikuti berbagai ajang pameran kriya seperti Jakarta International Expo dan pameran lainnya, ini

⁴ Nenny Dwi Ariani, Kontribusi Pemerintah Daerah Dalam Melindungi Kain Tapis Lampung, *Jurnal Meta-Yuridis*, Vol.4 No.1 (Maret, 2021).

menunjukkan perkembangan yang sangat positif. Hal ini tidak terlepas dari perhatian dan dukungan dari Pemerintah Daerah Provinsi Lampung dan mitra UMKM pengrajin Lampung dalam memajukan tapis di bumi Ruwa Jurai.⁵

Berdasarkan uraian di atas, maka cukup alasan dan dasar pertimbangan penulis untuk meneliti tentang pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha UMKM dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul betapa pentingnya melakukan pendaftaran merek terhadap pelaku usaha UMKM yang dituangkan dalam bentuk skripsi berjudul **“Implementasi Pendaftaran Merek Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengrajin Tapis Lampung (Studi Di UMKM Griya Aisyah Tapis Kecamatan Langkapura Kota Bandar Lampung)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi dua pokok permasalahan yang akan dibahas oleh peneliti ini yaitu:

1. Bagaimana Implementasi pendaftaran merek terhadap UMKM *Griya Aisyah Tapis*?
2. Apa faktor-faktor penghambat dalam pendaftaran merek terhadap UMKM *Griya Aisyah Tapis*?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini terdiri dari ruang lingkup keilmuan dan ruang lingkup objek kajian. Ruang lingkup bidang ilmu dalam penelitian ini adalah hukum keperdataan tentang hukum kekayaan intelektual, khususnya hukum merek. Sedangkan ruang lingkup objek kajian penelitian ini mengenai Implementasi Pendaftaran Merek Terhadap UMKM Pengrajin

⁵ Dinas Kominfotik Provinsi Lampung, <https://lampungprov.go.id/detail-post/promosikan-kain-tapis-gubernur-arinal-djunaidi-buka-festival-kemilau-tapis-lampung-tahun-2021>. Diakses pada 9 Desember 2022

Tapis Lampung (Studi Di UMKM *Griya Aisyah* Tapis Kota Bandar Lampung).

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Penelitian ini diajukan untuk melengkapi persyaratan akademis dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Lampung.

2. Tujuan Khusus

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis implementasi pada Pendaftaran Merek terhadap UMKM Pengrajin Tapis Lampung (Studi Di UMKM *Griya Aisyah* Tapis Kota Bandar Lampung).
- b. Menganalisis dan mengetahui faktor-faktor penghambat dalam pendaftaran merek terhadap UMKM *Griya Aisyah* Tapis.

1.5. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang pendaftaran merek dagang, khususnya ilmu di bidang Hukum Perdata yang terkait dengan Hukum Kekayaan Intelektual.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini pun memberikan kegunaan praktis pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Sebagai upaya pengembangan kemampuan dan pengetahuan hukum bagi penulis, masyarakat luas dan pelaku usaha apabila ingin mendaftarkan merek dagangnya.
- b. Sebagai bahan informasi dan literatur bagi pihak yang memerlukan khususnya bagi mahasiswa bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung yang membutuhkan referensi sehingga dapat digunakan sebagai bahan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan hukum dengan bahasan hukum kekayaan intelektual.
- c. Sebagai salah satu syarat akademis bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Hak Kekayaan Intelektual

2.1.1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Pada dasarnya HKI merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia dan memiliki manfaat ekonomi yang berbentuk nyata biasanya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.⁶

Hak kekayaan intelektual adalah hak yang timbul bagi hasil olah pikir otak yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Hak Kekayaan Intelektual adalah hak kebendaan, hak atas sesuatu benda yang bersumber dari hasil kerja otak dan hasil kerja rasio. Hasil kerja otak itu kemudian dirumuskan sebagai intelektualitas. Orang yang optimal memerankan kerja otaknya disebut sebagai orang yang terpelajar, mampu menggunkan rasio, mampu berpikir secara rasional dengan menggunakan logika, karena itu hasil pemikirannya disebut rasional dan logis.⁷

Definisi yang bersifat lebih umum dikemukakan oleh Jill Mc Keough dan Andrew Stewart mendefenisikan HKI sebagai “Sekumpulan hak yang diberikan oleh hukum untuk melindungi investasi ekonomi dari usaha-usaha

⁶ Abdulkadir Muhammad, 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm 15.

⁷OK. Saidin, 2010, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta:Rajawali Press, hlm.9

yang kreatif”. Defenisi HKI yang tidak jauh berbeda juga dikemukakan oleh *United Nations Conference On Trade And Development (UNCTAD)* dan *International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD)*. Menurut kedua lembaga tersebut, HKI merupakan hasil-hasil usaha manusia kreatif yang dilindungi oleh hukum.

Esensi dari Hak Kekayaan Intelektual ini sendiri didasarkan pada suatu pandangan yang sangat mendasar di mana karya-karya intelektual yang dihasilkan oleh manusia, di dalam proses pembuatannya tentunya memerlukan suatu skill ataupun keahlian khuss danjuga keuletan dan tentunya memerlukan banyak daya upaya juga pengorbanan. Kepemilikan hak atas hasil kreasi intelektual ini sangat abstrak dibandingkan dengan hak kepemilikan benda yang terlihat, tetapi hak-hak tesebut mendekati hak-hak benda, lagipula kedua hak tersebut bersifat mutlak. Selanjutnya, terdapat analogi bahwa setelah benda yang tak berwujud itu keluar dari pikiran manusia, menjelma dalam suatu ciptaan kesusastraan, ilmu pengetahuan, kesenian atau dalam bentuk pendapat. Jadi, berupa berwujud (*lichemelijke zaak*) yang dalam pemanfaatannya (*exploit*) dan reproduksinya dapat merupakan sumber keuntungan uang. Inilah yang membenarkan penggolongan hak tersebut ke dalam hukum harta benda yang ada.

Dapat dikatakan bahwa Hak Kekayaan Intelektual adalah pengakuan dan penghargaan pada seseorang atau badan hukum atas penemuan atau ciptaan karya intelektual mereka dengan memberikan hak-hak khusus bagi mereka baik yang bersifat sosial maupun ekonomis.⁸

Hak kekayaan disini menyangkut pengertian “pemilikan” (*ownership*) yang menyangkut lembaga sosial dan hukum, keduanya selalu terkait dengan pemilik dan suatu benda yang dimiliki. Secara luas konsep “kepemilikan” dan “kekayaan” apabila dikaitkan dengan “hak”, maka ditinjau dari segi hukum, dikenal hak yang menyangkut kepemilikan dan hak yang menyangkut kebendaan. Jika ditelusuri lebih jauh, hak milik intelektual

⁸ Suyud Margono dan Amir Angkasa, 2002, *Komersialisasi Aset Intelektual - Aspek Hukum Bisnis*, Jakarta:Grasindo, hlm 24.

sebenarnya merupakan bagian dari benda, yaitu benda tidak berwujud (benda immateril). Benda dalam kerangka hukum perdata dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori. Salah satu diantara kategori itu adalah pengelompokan benda ke dalam klasifikasi benda berwujud dan tidak berwujud. Untuk hal ini dapatlah dilihat batasan benda yang dikemukakan oleh pasal 499 KUHPerdata yang berbunyi: menurut paham undang-undang yang dimaksud dengan benda ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik.

Hukum memberikan batasan kepada pemiliknya untuk menikmati maupun untuk menguasai atas benda atau hak yang merupakan miliknya tersebut. Pengaturan hak kekayaan intelektual selalu memuat pembatasan terhadap penguasaan atau penggunaan tersebut antara lain: ⁹

- 1) Batas-batas yang diadakan oleh peraturan perundang-undangan
- 2) Batas-batas tata kesusilaan dan ketertiban umum, ketentuan ini mengisyaratkan bahwa hak kekayaan intelektual tidak boleh bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum termasuk pula penggunaan tanda yang bertentangan agama dan moral.
- 3) Pencabutan hak milik untuk kepentingan masyarakat, asal saja pencabutan hak milik dilakukan berdasarkan undang-undang dan dengan pembayaran ganti rugi yang banyak

Objek yang diatur di dalam Hak Kekayaan Intelektual adalah hal yang lahir dari karya pikir seseorang. Apabila orang lain dibiarkan untuk memanfaatkan suatu karya secara sebebas-bebasnya maka manfaat dari karya itu hanya akan dinikmati orang lain, sedangkan pemiliknya tidak memperoleh hal yang sebanding.¹⁰

⁹Mastur, 2008, *Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Untuk Mengurangi Tingkat Persaingan Usaha (Studi Merek Genteng Sokka Kabupaten Kebumen)*, Tesis Progam Studi Magister Ilmu Hukum Universitas DiponegoroSemarang, hlm 35.

¹⁰ Haris Munandar dan Sally Sitanggang, 2008, *Mengenal Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, Merek, dan Seluk-Beluknya*, Jakarta:Erlangga, hlm 4.

2.1.2. Sejarah Hak Kekayaan Intelektual

Berkembangnya perdagangan internasional dan adanya gerakan perdagangan bebas mengakibatkan makin terasa kebutuhan terhadap perlindungan HKI yang sifatnya tidak lagi timbal balik, tetapi sudah bersifat antar negara secara global. Pada akhir abad ke-19, perkembangan pengaturan HKI mulai melewati batas-batas negara. Tonggak sejarahnya diawali dengan dibentuknya *Paris Convention for The Protection of Industrial Property* (disingkat Paris Convention atau Konvensi Paris) yang merupakan suatu perjanjian internasional mengenai perlindungan terhadap hak kekayaan perindustrian yang diadakan pada tanggal 20 Maret 1883 di Paris. Tidak lama kemudian pada tahun 1886, dibentuk pula sebuah konvensi untuk perlindungan di bidang hak cipta yang dikenal dengan *International Convention for the Protection of Literary and Artistic Works* (disingkat *Bern Convention* atau Konvensi Bern) yang ditandatangani di Bern.

Untuk mengelola kedua konvensi itu, melalui Konferensi Stockholm tahun 1967 telah diterima suatu konvensi khusus untuk pembentukan organisasi dunia untuk Hak Kekayaan Intelektual (*Convention Establishing the World Intelektual Property Organization/WIPO*) dan Indonesia menjadi anggotanya bersama dengan ratifikasi Konvensi Paris.

Sementara itu, *General Agreement on Tariff and Trade* (GATT) dibentuk pada tahun 1947. Pada awalnya GATT diciptakan sebagai bagian dari upaya penataan kembali struktur perekonomian dunia dan mempunyai misi untuk mengurangi hambatan berupa bea masuk (*tariff barrier*) maupun hambatan lainnya (*non-tariff barrier*). Setelah sistem ini berjalan selama 40 tahun, akhirnya dengan ditandatanganinya naskah akhir Putaran Uruguay timbul kesepakatan untuk membentuk organisasi internasional yang mempunyai wewenang substantif dan cukup komprehensif yaitu *World Trade Organization* (WTO) yang akan menggantikan GATT sebagai organisasi internasional.¹¹ WTO yang akan mengelola seluruh persetujuan dalam

¹¹ H.S. Kartadjoemena, 1997, *GATT WTO dan Hasil Uruguay Round*, Jakarta: UI-Press, hlm 18.

Putaran Uruguay bahkan persetujuan GATT serta hasil-hasil putaran setelah itu.

Pada Putaran Uruguay, negara-negara maju berhasil membentuk koalisi yang bertujuan untuk memasukkan perlindungan HKI kedalam sistim GATT, dimana usulan itu menunjukkan bahwa negara-negara maju terutama Amerika Serikat ingin memasukkan isu HKI ke dalam kerangka GATT yang disebabkan terutama karena Amerika Serikat telah mengalami berbagai kerugian akibat terjadinya pelanggaran HKI dalam perdagangannya dengan negara lain.

Kemudian atas desakan Amerika Serikat dan beberapa negara maju, topik perlindungan HKI di negara-negara berkembang muncul sebagai suatu isu baru dalam sistem perdagangan internasional. HKI sebagai isu baru muncul di bawah topik *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Right* (TRIPs). Perjanjian tersebut merupakan sesuatu yang kompleks, komprehensif, dan ekstensif.¹² TRIPs merupakan kesepakatan internasional paling lengkap berkenaan dengan perlindungan HKI.¹³

Indonesia kemudian meratifikasi perjanjian TRIPs ini melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang *Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization* (Pengesahan Organisasi Perdagangan Dunia) yang diundangkan pada tanggal 2 November tahun 1994.

Persetujuan TRIPs ditujukan untuk mendorong terciptanya iklim perdagangan dan investasi yang lebih kondusif dengan:

- a. Menetapkan standar minimum perlindungan HKI dalam sistim hukum Nasional negara-negara anggota WTO;
- b. Menetapkan standar bagi administrasi dan penegakan HKI;
- c. Menciptakan suatu mekanisme yang transparan;
- d. Menciptakan suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan apat diprediksi untuk menyelesaikan sengketa HKI di antara para anggota WTO;

¹² *Ibid.* hlm. 253.

¹³ Agus Sardjono, 2006, *Hak Kekayaan Intelektual*, Bandung:Alumni, hlm 149.

- e. Memungkinkan adanya mekanisme yang memastikan bahwa sistem HKI nasional mendukung tujuan-tujuan kebijakan publik yang telah diterima luas;
- f. Menyediakan mekanisme untuk menghadapi penyalahgunaan sistem HKI.

Selain ciri-ciri pokok tersebut, persetujuan TRIPs pun mengandung unsur-unsur yang perlu diperhatikan dari segi peraturan perundang-undangan nasional tentang HKI, yaitu:

- a. Memuat norma-norma baru;
- b. Memiliki standar yang lebih tinggi;
- c. Memuat ketentuan penegakan hukum yang taat

Berpijak dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa kesepakatan TRIPs tidak lepas dari desakan dari negara-negara maju untuk melindungi kepentingan mereka di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual. Ketika negara-negara berkembang tidak memberikan perlindungan terhadap HKI, maka investor dari negara-negara maju enggan untuk datang membawa teknologi mereka dan menanamkan modalnya ke negara-negara berkembang. Bahkan bagi Amerika Serikat perlindungan HKI menjadi salah satu syarat penting untuk meningkatkan investasi.¹⁴

Hak Kekayaan Intelektual sebagai sebuah “hak” tidak dapat dilepaskan dari persoalan ekonomi. Diakui bahwa HKI merupakan sebuah rezim yang sama sekali berbeda dengan karakteristik dari pengetahuan tradisional di negara-negara berkembang. Pada perkembangannya berkaitan dengan perdagangan dunia yang semakin mengglobal, HKI lebih bersifat rezim individualis untuk memonopoli teknologi guna melindungi investasi (modal). HKI tidak dapat dilepaskan dari kepentingan pemilik modal. Tidak ada riset untuk tujuan mencapai *new invention* yang tidak memerlukan biaya besar. Pelaksanaan hasil riset (berupa invensi yang *patenable*) pun memerlukan modal yang tidak sedikit. Dengan demikian antara HKI, khususnya paten, dan modal layaknya seperti dua sisi mata uang yang sama, sehingga

¹⁴ Agus Sardjono mengutip William C. Revelos, *Paten Enforcemen Difficulties in Japan: Are There Any Satisfactory Solution for United States*, hlm. 150.

perlindungan HKI cenderung ditafsirkan sebagai perlindungan pemilik modal.¹⁵

Prinsip HKI yang demikian tentu memiliki perbedaan dengan prinsip kepemilikan masyarakat tradisional di banyak negara berkembang yang lebih bersifat komunal. Menurut Agus Sardjono, referensi yang digunakan oleh pembuat Undang Undang Hak Cipta di Indonesia bukan sistem nilai atau norma yang bersumber dari masyarakat Indonesia pada umumnya, sebab masyarakat Indonesia pada umumnya tidak terbiasa atau tidak memahami sistem yang bercorak individualistik-kapitalistik sebagaimana rezim HKI tersebut. Masyarakat Indonesia pada umumnya mempunyai karakter atau corak komunalistik dan spritualistik, yang sangat berbeda dengan dasar filosofi sistem HKI. Itulah sebabnya menjadi sangat mudah untuk ditebak bahwa referensi yang digunakan untuk menyusun perundang-undangan HKI Indonesia adalah hasil Konvensi Internasional seperti *Paris Convention*, *Berne Convention*, dan lainlainnya. Itulah sebabnya rezim HKI hingga hari ini dianggap sebagai rezim yang asing bagi sebagian besar warga masyarakat Indonesia. Bahkan mungkin masih banyak sarjana hukum Indonesia yang tidak memahami sistem HKI itu sendiri.¹⁶

2.1.3. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual

Hak kekayaan intelektual merupakan bagian dari benda yang tidak berwujud (benda immateril), benda dalam hukum perdata dapat diklasifikasikan kedalam berbagai kategori. Salah satu di antara kategori itu ialah pengelompokan benda ke dalam klasifikasi benda berwujud dan benda tidak berwujud. Untuk hal ini dapatlah dilihat batasan benda yang terdapat pada Pasal 499 KUHPperdata. Untuk pasal ini, kemudian Mahadi mengungkapkan, seandainya dikehendaki rumusan lain dari pasal ini dapat diturunkan kalimat, yaitu: yang dapat menjadi objek hak milik adalah benda dan benda itu terdiri dari barang dan hak. Barang yang dimaksudkan oleh Pasal 499

¹⁵ *ibid.* hlm. 147.

¹⁶ Agus Sardjono, 2009, *Membumikan HKI di Indonesia*, Bandung: Nuansa Aulia, hlm 16

KUHPerdata tersebut adalah benda materil (*stoffelijk voorwerp*), sedangkan hak adalah benda immateril. Uraian ini sejalan dengan klasifikasi benda berdasarkan Pasal 503 KUHPerdata, yaitu penggolongan benda ke dalam kelompok benda berwujud (bertubuh) dan benda tidak berwujud (tidak bertubuh).¹⁷

Penggolongan Hak Kekayaan intelektual dapat digolongkan dalam dua lingkup: ¹⁸

- a. Hak Cipta (*Copy Rights*) Berdasarkan Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. Bahwa hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*). Adapun dalam lingkup Hak Kekayaan Industri mencakup:
 - 1) Merek (*Trade Mark*)
 - 2) Paten (*Patens*)
 - 3) Rahasia Dagang (*Trade Secret*)
 - 4) Desain Industri (*Industrial Design*)
 - 5) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design Topographics of Integration Circuits*)
 - 6) Perlindungan Varietas Tanaman (*Plant Variety*)

Dapat diketahui bahwa penggolongan hak kekayaan intelektual digolongkan dalam dua ruang lingkup, Hak Cipta (*Copy Rights*) dan Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*) yang terdiri dari Merek (*Trade Mark*), Paten (*Patens*), Rahasia Dagang (*Trade Secret*), Desain Industri (*Industrial Design*), serta Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (*Layout Design Topographics of Integration Circuits*), kemudian Perlindungan Varietas

¹⁷ O.K. Saidin, 2015, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta:Raja Grafindo Persada, hlm .34

¹⁸ Pipin Syarifin, 2004, *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*, Bandung:Pustaka Bani Quraisy, hlm 11-12.

Tanaman (*Plant Variety*). Mengingat merek digunakan dalam dunia usaha perdagangan dan industri, sehingga hak atas merek digolongkan dalam ruang lingkup hak kekayaan industri (*Industrial Property Rights*). Di bawah pengawasan Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI.

2.1.4. Asas-Asas / Prinsip-Prinsip Hak Kekayaan Intelektual

Pada hakikatnya, mempelajari hukum tidak dapat dipisahkan dengan asas-asas yang menjadi landasan berdirinya suatu hukum. Asas hukum bukan peraturan hukum, namun tidak ada hukum yang dapat dipahami tanpa mengetahui asas-asas hukum yang ada didalamnya.¹⁹

Untuk menyeimbangkan kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat, ada 4 (empat) prinsip dalam sistem HKI yaitu prinsip-prinsip HKI:²⁰

1. Prinsip Ekonomi (*the economic argument*) Prinsip ekonomi, yakni hak intelektual berasal dari kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan dalam berbagai bentuk yang akan memberikan keuntungan kepada pemilik yang bersangkutan.

2. Prinsip Keadilan (*the principle of natural justice*)

Berdasarkan prinsip ini, hukum memberikan perlindungan kepada pencipta erupa suatu kekuasaan untuk bertindak dalam rangka kepentingan yang disebut hak. Pencipta yang menghasilkan suatu karya berdasarkan kemampuan intelektualnya wajar jika diakui hasil karyanya.

3. Prinsip Kebudayaan (*the cultural argument*)

Berdasarkan prinsip ini, pengakuan atas kreasi karya sastra dari hasil ciptaan manusia diharapkan mampu membangkitkan semangat dan minat untuk mendorong melahirkan ciptaan baru. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan, seni dan sastra sangat

¹⁹ Satjipto Rahardjo, 2006, *Ilmu Hukum*, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, hlm 47.

²⁰.Sunaryati Hartono, 1982, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Bandung:Bina Cipta, hlm 124.

berguna bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban dan martabat manusia. Selain itu, HKI juga akan memberikan keuntungan baik bagi masyarakat, bangsa maupun negara.

4. Prinsip Sosial (*the social argument*)

Berdasarkan prinsip ini, sistem HKI memberikan perlindungan kepada pencipta tidak hanya untuk memenuhi kepentingan individu, persekutuan atau kesatuan itu saja melainkan berdasarkan keseimbangan individu dan masyarakat. Bentuk keseimbangan ini dapat dilihat pada ketentuan fungsi sosial dan lisensi wajib dalam undang-undang hak cipta Indonesia.

Berikut ini beberapa teori- teori terkait perlindungan Hak Kekayaan Intelektual:

a. Mahzab Hukum Alam / Hukum Kodrat

Dasar pemikiran diberikannya perlindungan hukum kepada seorang kreator terhadap kreasinya bermula dari teori hukum kodrat yang menekankan pada faktor manusia dan penggunaan akal sehat seperti yang dikenal dalam sistem hukum sipil (*civil law system*).²¹

Wacana perlindungan hak atas Merek dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual sering dikaitkan dengan masalah moral. Oleh karena itu, pengambilan dengan tidak memberikan kompensasi bagi pemiliknya adalah suatu tindakan yang tidak dapat dibenarkan karena melanggar ajaran moral yang baik

b. Pengakuan secara universal terhadap Hak Kekayaan Intelektual diatur di dalam Pasal 27 *Declaration of Human Rights*, yang menyatakan bahwa:

Everyone has the right freely to participate in the cultural life of the community, to enjoy the arts and to share in scientific advancement and its benefits; Everyone has the rights to protection of the moral and material interest resulting from any scientific, literary or artistic production of which he is the author”.

²¹ Antonius Cahyadi, E. Fernando M. Manullang, 2008, *Pengantar Ke Filsafat Hukum*, Jakarta:Kencana, hlm 42.

c. Menurut Pasal 28 huruf f Ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bahwa “setiap orang berhak mempunyai hak milik pribadi dan hak milik tersebut tidak boleh diambil alih secara sewenang-wenang oleh siapapun”.

d. Doktrin Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

Alasan mendasar perlunya diberikan perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual, seperti yang dikemukakan oleh David I Brainbridge, menyatakan bahwa:

“The basic reason for intellectual property is that a man should own what he produces, that is, what he brings into being. If what he produces can be taken from him, he is no better than a slave. Intellectual property is, therefore, the most basic form of property because a man uses nothing to produce it other than his mind”

Berdasarkan uraian tersebut, menjadi sangat beralasan untuk mengakui pemberian hak terhadap Hak Kekayaan Intelektual sebagai bentuk *alter-gonya* (refleksi kepribadiannya), atau perwujudan kualitas rasa, karsa, dan daya nalarnya. Karena itu, masyarakat sepantasnya memberi apresiasi kekayaan intelektual seseorang yang sedang dinikmatinya tanpa harus khawatir dirampas oleh orang yang tidak berhak.²²

Hak apapun yang diakui oleh hukum dan diberikan kepada perseorangan tidak boleh diberikan semata-mata untuk memenuhi kepentingan perseorangan saja, tetapi juga kepada kesatuan itu diberikan dan diakui oleh hukum. Hal ini disebabkan dengan diberikannya hak tersebut sebagai pemenuhan kepentingan seluruh masyarakat. Setiap negara memiliki penekanan yang berbeda-beda terkait Hak Kekayaan Intelektualnya. Berbeda sistem hukum, sistem politiknya, dan landasan filosofisnya, maka berbeda pula pandangan terhadap prinsip tersebut. Sejarah kemerdekaan suatu negara juga mempengaruhi prinsip yang dianutnya. Negara berkembang dan negara

²² Eddy Damian, 2014, *Hukum Hak Cipta, Edisi Keempat, Cetakan Ke-1, Bandung:Alumni*, hlm 27.

bekas jajahan, dengan negara yang maju industrinya sangat berbeda pula cara pandang persoalan prinsip Hak Kekayaan Intelektual itu.²³

2.2 Tinjauan Umum Tentang Merek

2.2.1. Perkembangan Hukum Merek di Indonesia dan Pengertian Merek

Pengaturan hukum merek di Indonesia sudah ada semenjak zaman Pemerintahan Hindia Belanda yang dituangkan dalam Reglement *Industrielem Eigendom* (Reglemen Milik Perindustrian) dengan s.1912 Nomor 542. Reglemen ini hanya terdiri dari 27 pasal yang merupakan duplikat Undang-Undang Merek Belanda (*Markenwet*).²⁴

Tanggal 5 Agustus 1984, Indonesia meratifikasi Konvensi Paris Versi London atau *London Act* 1984 yang lazim disebut Uni Paris versi London. Karenanya, Indonesia harus menerima dan mengakui bergaia ketentuan terutama menyangkut hak perlingungan terhadap merek asing yang masuk ke Indonesia “ Serta Prinsip “ hak prioritas atau “ *priority right*”.²⁵

Indonesia mulai membentuk Undang-Undang Merek pada tahun 1961 yaitu Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (disebut juga Undang-Undang Merek). Undang-Undang Merek yang baru ini merupakan pengganti dan pembaharuan dari Hukum Merek yang diatur dalam Reglemen. Pertimbangan lahirnya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek ini adalah untuk melindungi khalayak ramai dari tiruan barang-barang yang memakai suatu merek yang sudah dikenalnya sebagai merek barang-barang yang bermutu baik. Selain itu, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek ini juga bermaksud melindungi pemakai pertama dari suatu merek di Indonesia. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 mengenal pengolongan barang-barang dalam 35 kelas yang sejalan dengan klasifikasi internasional berdasarkan

²³ Haris Munandar dan Sally Sitanggang, 2011, *Mengenal HAKI-Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta:Erlangga, hlm 32.

²⁴ Yahya Harahap, 1996, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, hlm 54.

²⁵ *Ibid*, hlm, 55

persetujuan pendaftaran merek Nice, Prancis pada tahun 1957 yang diubah di Stockholm tahun 1961 dengan penyesuaian kondisi di Indonesia.

Tanggal 28 Agustus 1992 diundangkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek yang berlaku efektif pada tanggal 1 April 1993. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek ini menggantikan dan memperharui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek tersebut dibuatlah berbagai surat keputusan administrative yang terkait dengan prosedur pendaftaran merek. Berkaitan dengan kepentingan reformasi Undang-undang Merek, Indonesia turut serta meratifikasi perjanjian Internasional Merek *World Intellectual Property Organization* (WIPO).

Pengaturan tentang ketentuan merek yang terbaru dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang mulai berlaku sejak tanggal 1 Agustus 2001 sehingga terjadi perubahan secara menyeluruh pada peraturan tentang ketentuan merek sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mengantisipasi perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang telah mendukung kegiatan di sektor perdagangan semakin meningkat secara pesat, mempertahankan iklim persaingan usaha yang sehat, serta menampung beberapa aspek dalam persetujuan TRIP's yang belum di muat dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek.

Pada bagian ' menimbang' dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, terdapat tiga (3) hal yang menjadi dasar pertimbangan dibentuknya yaitu sebagai berikut.

- a. bahwa di dalalam era globalisasi perdagangan globak, sejalan dengan konvensi-konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat:
- b. bahwa untuk hal tersebut diatas diperlukan pengaturan yang memadai tentang Merek guna memberikan peningkatannya layanan bagi masyarakat;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut pada huruf a dan huruf b , serta memperhatikan pengalaman dalam melaksanakan Undang-Undang nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 14 Tahun 1997 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.

Ketiga dasar dari pertimbangan tersebut melahirkan satu Undang-undang Merek (Undang-undang No 15 Tahun 2001) yang telah mencakup seluruh pengaturannya sekaligus menggantikan Undang-undang Merek yang lama .

Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis yang disetujui menjadi Undang-Undang pada 27 Oktober 2016. Meluasnya globalisasi di bidang perdagangan barang dan jasa menuntut perlindungan Merek bagi produk nasional di Negara tujuan Ekspor, mekanisme pendaftaran Merek Internasional menjadi system yang dapat dimanfaatkan dalam melindungi merek nasional di dunia Internasional , dengan adanya Undang-undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis ini dapat memberikan perlindungan berdasarkan standar perlindungan dalam konvensi internasional . Bukan saja Merek, namun juga indikasi geografis dapat dilindungi dengan Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis dapat mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi kreatif serta proses perdagangan produk Indonesia ditingkat Internasional.²⁶

Selain itu, Undang-undang Merek dan Indikasi Geografis sebagai media dalam menghadapi pula perkembangan teknologi informasi serta komunikasi. Di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terus meningkat berdampak pada kegiatan di sektor perdagangan. Tak saja di bidang barang, namun juga jasa yang berkembang amat pesat.

Setiap orang atau organisasi perusahaan yang ada akan sangat peduli akan pentingnya simbol dan nama yang digunakan di dalam menjalankan bisnis dan pemasaran barang dan jasa. Dalam pangsa pasar, nama-nama dan simbol-simbol yang dikenali sebagai merek (*trademark*), nama usaha

²⁶ Hukum Online , *UU Merek dan Indikasi Geografis Resmi.*, <http://hukumonline.com/>. Diakses pada 12 Febuari 2023 pada pukul 14;54

(*business name*), dan nama perusahaan (*company name*). Merek (*trademark*) sebagai Hak Kekayaan Intelektual, pada dasarnya ialah hal untuk mengidentifikasi asal barang atau jasa.

Berikut ini beberapa definisi tentang merek:

a. Pasal 15 Ayat (1) TRIPs

“Any sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings, shall be capable of constituting a trademark. Such signs, in particular words, shall be eligible for registration as trademarks. Where signs are not inherently capable of distinguishing the relevant goods or services, Members may take registrability depend on distinctiveness acquired through use. Members may require, as a condition of registration, that signs be visually perceptible.”

Tanda-tanda atau kombinasi dari tanda-tanda yang mampu membedakan barang atau jasa suatu usaha dari usaha lain harus dijadikan merek dagang. Tanda-tanda tersebut di dalam kata – kata tertentu, termasuk nama pribadi, surat, angka, unsur figuratif dan kombinasi warna serta setiap kombinasi tanda-tanda tersebut harus memenuhi persyaratan untuk pendaftarannya sebagai merek dagang. Negara peserta dapat menambahkan persyaratan pendaftaran bahwa tanda-tanda yang didaftar harus secara visual jelas dirasa atau dimengerti

b. Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”

c. Putwosutjipto

Merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.²⁷

2.2.2. Ruang Lingkup Merek

Ruang lingkup merek meliputi Merek dan indikasi geografis. Merek sebagaimana diatur dalam Undang-undang Merek Undang-undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan indikasi geografis meliputi merek dagang dan merek jasa. Walaupun dalam Undang-Undang Merek digunakan istilah merek dagang dan merek jasa, sebenarnya yang dimaksudkan dengan merek dagang adalah merek barang, karena mereka yang digunakan pada barang dan digunakan sebagai lawan dari merek jasa

Adapun lingkup merek diantaranya:

1. Tanda yang diberi perlindungan Merek

Pada umumnya segala tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa dapat dimintakan perlindungannya.

2. Merek yang tidak dapat didaftar

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- b. Tidak memiliki daya pembeda;
- c. Tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas.

d. Telah menjadi milik umum; atau

Contohnya adalah tanda tengkorak di atas dua tulang yang bersilang yang secara umum dikenal sebagai tanda bahaya; oleh karenanya tanda ini tidak dapat digunakan sebagai Merek.

²⁷ H.M.N.Purwosutjipto, 1984, *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta:Djambatan, hlm 82.

e. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Contoh: Merek *Kopi* atau gambar kopi untuk jenis barang kopi atau untuk produk kopi.

3. Merek yang ditolak

a. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis. Yang dimaksud dengan *persamaan pada pokoknya* adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara Merek yang satu dengan Merek yang lain, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek-merek tersebut.

b. Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. Pengertian Merek Terkenal dilakukan dengan memperhatikan pengetahuan umum masyarakat mengenai Merek tersebut di bidang usaha yang bersangkutan, reputasi Merek tersebut yang diperoleh karena promosi yang gencar dan besar-besaran, investasi di beberapa negara di dunia yang dilakukan pemilik Merek disertai bukti pendaftaran Merek tersebut di beberapa negara. Apabila perlu, Pengadilan Niaga dapat memerintahkan lembaga independen untuk melakukan survei guna memperoleh kesimpulan mengenai terkenal tidaknya Merek yang dipermasalahkan.

c. Memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Indikasi Geografis yang sudah dikenal.

Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan. Tanda yang digunakan sebagai indikasi geografis dapat berupa etiket atau label yang dilekatkan pada barang yang

dihasilkan. Tanda tersebut dapat berupa nama tempat, daerah atau wilayah, kata, gambar, huruf, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Dalam pengaturan indikasi geografis selalu di dalam konteks pengaturan merek. namun demikian, antara indikasi geografis dan merek ada perbedaan yang jelas. Berbeda dengan merek yang perlindungan semata-mata karena kreasi daya cipta manusia (faktor manusia) yang berada di lingkungan perdagangan dan jasa, maka indikasi geografis (*geographical indication*) dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam.

Untuk memperoleh perlindungan Pemohon Indikasi Geografis harus mengajukan Permohonan kepada Menteri. Pemohon merupakan lembaga yang mewakili masyarakat di kawasan geografis tertentu yang mengusahakan suatu barang dan/jata produk berupa sumber daya alam, barang kerajinan tangan atau hasil industri. pemerintah daerah provinsi atau kabupaten/kota.

Permohonan hanya dapat didaftar apabila Indikasi Geografis tersebut telah memperoleh pengakuan dari pemerintah negaranya dan/atau terdaftar sesuai dengan ketentuan yang berlaku di negara asalnya.

2.2.3. Jenis Merek dan Bentuk Merek

Jenis merek dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua), yaitu:

- a. Merek dagang,
- b. Merek jasa, dan
- c. Merek Kolektif

Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Contohnya Coca-Cola, Sanyo, dan Honda. Sedangkan merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan jasa-jasa

lainnya yang sejenis. Contohnya Bank of America, Asuransi Bumiputera, dan Hotel Hilton.

Selain merek dagang dan merek jasa, ada pula yang dinamakan merek kolektif (*collective marks*). Namun merek kolektif ini bukanlah jenis merek, melainkan sebuah pilihan dalam menggunakan merek, yaitu bisa dilakukan secara individual maupun secara kolektif. Merek kolektif didefinisikan sebagai merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama dan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Biasanya merek kolektif dimiliki oleh anggota dari sebuah perkumpulan atau asosiasi.

Pengklasifikasian merek juga didasarkan pada bentuk atau wujudnya. Bentuk dan wujud itu menurut Suryatin dimaksudkan untuk membedakannya dari barang sejenis milik orang lain. Oleh karena adanya perbedaan itu, maka terdapat beberapa jenis merek, yaitu:

1. Merek lukisan (*beel mark*)
2. Merek kata (*word mark*)
3. Merek bentuk (*form mark*)
4. Merek bunyi-bunyian (*klank mark*)
5. Merek judul (*title mark*)

Merek diklasifikasikan dalam tiga jenis, yaitu:²⁸

1. Merek kata yang terdiri dari kata-kata saja.
Misalnya: Good Year, Dunlop, sebagai merek untuk ban mobil dan ban sepeda.
2. Merek lukisan adalah merek yang terdiri dari lukisan saja yang tidak pernah atau, setidaknya-tidaknya jarang sekali dipergunakan.
3. Merek kombinasi kata dan lukisan, banyak sekali dipergunakan.
Misalnya: rokok putih merek “Escort” yang terdiri dari lukisan iring-iringan kapal laut dengan tulisan di bawah “Escort”.

²⁸ OK. Saidin, 2015, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, hlm 266.

Bentuk merek adalah bentuk yang menyatakan wujud merek yang digunakan pada barang atau jasa. Ada berbagai macam bentuk merek yang dapat digunakan untuk barang atau jasa. Berikut ini diuraikan berbagai contoh bentuk merek.²⁹

a. Merek yang berbentuk lukisan atau gambar

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud lukisan atau gambar antara barang atau jasa yang satu dan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Merek ini disebut merek lukisan. Contohnya merek cat “kuda terbang”, yaitu lukisan atau gambar kuda bersayap yang terbang.

b. Merek yang berbentuk kata

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam bunyi kata antara barang atau jasa yang satu dan mbarang atau jasa yang lain yang sejenis. Merek ini disebut merek kata. Contohnya Rexona untuk deodoran dan Mitsubishi untuk mobil.

c. Merek yang berbentuk huruf atau angka

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud huruf atau angka antara barang atau jasa yang satu dan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Merek ini disebut merek huruf atau angka. Contohnya merek ABC untuk sirup atau kecap.

d. Merek yang berbentuk nama

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud nama antara barang atau jasa yang satu dan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Merek ini disebut merek nama. Contohnya merek Anna Sui untuk parfum.

e. Merek yang berbentuk kombinasi

Bentuk ini mempunyai daya pembeda dalam wujud lukisan/gambar dan kata barang atau jasa yang satu dan barang atau jasa yang lain yang sejenis. Merek ini berbentuk lukisan/gambar dan kata menjadi satu

²⁹ Abdulkadir Muhammad, 2010, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, hlm 408.

kesatuan yang disebut merek kombinasi. Contohnya merek Pizza Hut untuk restoran pizza.

2.2.4. Syarat dan Prosedur Pendaftaran Merek

Sebuah merek dapat disebut sebagai merek bila memenuhi syarat mutlak berupa adanya pembeda cukup (*capable of distinguishing*). Maksudnya tanda yang dipakai tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi suatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda ini, maka merek itu harus dapat memberikan penentuan atau “*individualisering*” pada barang atau jasa yang bersangkutan.

Suatu merek agar memenuhi tujuannya, serta untuk mendapatkan perlindungan hukum maka perlu didaftarkan. Dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, terdapat ketentuan tentang merek yang tidak dapat didaftar dan yang ditolak, yaitu sebagai berikut:

- a. Merek tidak dapat didaftarkan sebagaimana diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Merek, apabila mengandung salah satu unsur seperti:
 - (1) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
 - (2) Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
 - (3) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
 - (4) Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
 - (5) Tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
 - (6) Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

b. Merek harus ditolak sebagaimana diatur dalam Pasal 21 Ayat (2) Undang-

Undang Merek, apabila:

- (1) Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- (2) Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
- (3) Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Ketentuan dalam Pasal 21 tersebut dimaksudkan untuk melindungi merek terkenal. Adapun kriteria merek terkenal, yaitu selain memperhatikan pengetahuan umum masyarakat, penentuannya juga didasarkan pada reputasi merek yang bersangkutan yang diperoleh karena promosi dan telah dibuktikan dengan pendaftaran. Perlindungan merek terkenal ini didasarkan kepada pertimbangan bahwa peniruan merek terkenal milik orang lain pada dasarnya dilandasi itikad tidak baik, terutama untuk mengambil kesempatan dari ketenaran merek tersebut.

Berdasarkan ketentuan persyaratan suatu merek agar dapat didaftarkan tersebut, sesuatu dapat dikategorikan dan diakui sebagai merek, bila:³⁰

- a. Mempunyai fungsi pembeda (*distinctive, distinguish*);
- b. Merupakan tanda pada barang dagang atau jasa (unsur-unsur: gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut);
- c. Tidak memenuhi unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum;

³⁰ Muhamad Djumhana dan Djubaedillah, 2003, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia)*, Bandung:PT. Citra Aditya Bakti, hlm 169.

- d. Bukan menjadi milik umum;
- e. Tidak merupakan keterangan, atau berkaitan dengan barang, atau jasa yang dimintakan pendaftaran.

2.2.5. Hak Atas Merek dan Pengalihan Hak Atas Merek

Pengertian hak atas merek dalam Pasal 1 Ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas merek diberikan kepada pemilik merek yang beritikad baik, pemakaiannya meliputi pula barang ataupun jasa.

Sesuai dengan ketentuan bahwa merek itu diberikan pengakuannya oleh negara, maka pendaftaran atas mereknya merupakan suatu keharusan apabila ia menghendaki agar menurut hukum dipandang sah sebagai orang yang berhak atas merek. Bagi orang yang mendaftarkan mereknya terdapat suatu kepastian hukum bahwa dialah yang berhak atas merek itu. Sebaliknya, bagi pihak lain yang mencoba mempergunakan merek yang sama atas barang atau jasa lainnya yang sejenis oleh Kantor Merek akan ditolak pendaftarannya.³¹

Pihak yang berhak atas suatu merek dengan demikian adalah:³²

1. Orang yang mempunyai barang-barang tersebut, karena ia memiliki suatu perusahaan yang menghasilkan barang produksi.
2. Suatu perusahaan dagang, suatu badan usaha, yang memperdagangkan barang-barang dengan merek bersangkutan.

³¹ *Ibid*, hlm 175.

³² Sudargo Gautama, 1977, *Hukum Merek Indonesia*, Bandung:Alumni, hlm. 60.

Sistem hak atas merek yang dianut oleh negara-negara di dunia pada umumnya ada dua macam, yaitu:³³

- a. Sistem Konstitutif, yaitu suatu sistem dimana hak atas suatu merek tercipta karena adanya pendaftaran dari yang bersangkutan. Kelebihan dari sistem konstitutif ini adalah lebih menjamin kepastian hukum, karena dengan terdaftarnya merek seseorang di Kantor Merek, maka pendaftar dianggap sebagai pemilik merek yang sah.
- b. Sistem Deklaratif, yaitu suatu sistem dimana hak atas merek timbul karena pemakaian pertama oleh pihak pemilik merek, walaupun merek tersebut tidak didaftarkan oleh pemilik merek. Sistem ini mempunyai kelemahan karena tidak diketahui kapan suatu merek dipakai seseorang. Sehingga apabila terjadi sengketa antara dua pihak dimana yang satu pihak mengklaim bahwa beliau adalah pertama kali memakai merek tersebut, sedangkan pihak lain juga mengklaim hal yang sama, maka hal ini akan menyulitkan pembuktiannya.

Sama dengan hak milik intelektual lainnya, hak merek juga dapat beralih dan di alihkan, ini suatu bukti bahwa UU Merek dan Indikasi Geografis Tahun 2016 telah mengikuti prinsip-prinsip hukum benda yang dianut oleh seluruh Negara di dunia dalam penyusunan undang-undang mereknya. Berikut ini di terangkan cara-cara beralih dan dialihkannya hak atas merek.

Hak atas merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena:³⁴:

1. Pewarisan
2. Wasiat
3. Hibah
4. Perjanjian
5. Sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan

³³ Iman Sjahputra dan Heri Herjandono, 1997, *Hukum Merek Baru Indonesia (Seluk Beluk Tanya Jawab Merek Teori dan Praktek)*, Jakarta: Harvarindo, hlm. 26.

³⁴ Ahmad Miru, 2013, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta:Raja Grafindo Persada, hlm 59.

Pewarisan, wasiat, hibah dan perjanjian merupakan istilah yang lazim digunakan dan telah dimenegrti maksud dari istilah tersebut, sedangkan yang dimaksud dengan sebab-sebab lain yuang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan, yakni sepanjang tidak bertentangan dengan Undang-undang Merek. Misalnya kepemilikan merek beralih karena pembubaran badan hukum yang semula merupakan pemilik merek. Dengan demikian, dengan pembubaran badan hukum, kepemilikan merek dapat beralih kepada orang-orang tertentu yang memiliki modal pada hukum tersebut.

Pengalihan hak atas merek wajib dimohonkan pencatatannya kepada Direktorat Jendral untuk dicatat dalam Daftar Umum Merek, dan permohonan pencatatan pengalihan hak atas merek tersebut disertai dengan dokumen yang mendukung³⁵. Dokumen yang dimaksud antara lain Serifikat Merek dan Bukti lainnya yang mendukung pemilikan hak tersebut. Pencatatan ini dimaksudkan agar akibat hukum dari pengalihan Hak atas Merek terdaftar berlaku terhadap pihak-pihak yang bersangkutan dan berlaku terhadap pihak ketiga. Yang dimaksud dengan “pihak-pihak yang bersangkutan” disini adalah pemilik merek dan penerima pengalihan hak atas merek. Adapun yang dimaksud dengan pihak ketiga adalah penerima lisensi, karena pengalihan hak atas merek terdaftar yang tidak dicatat dalam Daftar Umum Merek tidak berakibat hukum pada pihak ketiga. Namun, tujuan yang penting dari adanya kewajiban untuk mencatatkan pengalihan hak atas merek adalah untuk memudahkan pengawasan dan mewujudkan kepastian hukum.³⁶

Pencatatan pengalihan hak atas merek tersebut tetap dikenai biaya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Disamping pengalihan hak atas merek terdaftar itu sendiri, pengalihan hak atas merek terdaftar dapat disertai dengan pengalihan nama baik, reputasi, atau lain-lainnya yang terkait dengan merek tersebut. Pengalihan Hak Atas Merek Terdaftar hanya dicatat oleh Direktorat Jendral apabila disertai

³⁵ *Ibid*, hlm. 61.

³⁶ *Ibid*, hlm. 63.

pernyataan tertulis dari penerima pengalihan bahwa merek tersebut akan digunakan bagi perdagangan barang/jasa.

Permintaan pencatatan pengalihan hak atas merek terdaftar diajukan dengan menyebutkan:

- a. Nomor dan merek terdaftar yang dialihkan ;
- b. Nama, kewarganegaraan dan alamat lengkap pemilik merek terdaftar dan penerima hak atas merek terdaftar yang dimintakan pencatatan pengalihannya;
- c. Nama badan hukum dan Negara tempat badan hukum tersebut didirikan serta tunduk kepada hukum negara tersebut jika pemilik merek atau penerima hak adalah badan hukum;
- d. Nama dan alamat lengkap kuasa di Indonesia yang dipilih sebagai alamatnya di Indonesia, jika permintaan pencatatan pengalihan hak diajukan oleh pemilik atau penerima hak yang bertempat tinggal atau berkedudukan tetap di luar wilayah Negara Republik Indonesia

Berbeda dengan pengalihan hak atas merek barang, pengalihan hak atas merek jasa yang terdaftar memiliki persyaratan tambahan. Hal itu disebabkan hak atas merek jasa terdaftar yang tidak dapat dipisahkan dari kemampuan, kualitas, atau keterampilan pribadi pemberi jasa bersangkutan, hanya dapat dialihkan dengan ketentuan harus ada jaminan terhadap kualitas pemberian jasa.³⁷

Maksud ketentuan diatas adalah pengalihan hak atas merek jasa hanya dapat dilakukan apabila jaminan, baik dari pemilik merek maupun pemegang merek atau penerima lisensi untuk menjaga kualitas jasa yang di perdagangkannya

³⁷ HKI.CO.ID." Merek" diakses dari <https://www.hki.co.id/merek.html>. Diakses pada 12 febuari 2023 , pada pukul 02.23.

2.3. Tinjauan Tentang Pendaftaran Merek di Indonesia

Dalam pendaftaran merek dikenal dua sistem pendaftaran yaitu sistem deklaratif dan sistem konstitusi.³⁸ Di Indonesia, hak merek diperoleh melalui pendaftaran. Pengajuan pendaftaran merek dapat dimintakan untuk lebih satu kelas barang dan/atau jasa dengan menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang dimintakan. Merek hanya dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan pemiliknya atau kuasanya. Dalam pendaftaran merek, saat ini dikenal dua macam sistem pendaftaran, yaitu:

1. Sistem deklaratif (*passief stelsel*)

Sistem deklaratif (pasif) mengandung pengertian bahwa pendaftaran itu bukanlah menerbitkan hak, melainkan hanya memberikan dugaan atau sangkaan hukum (*rechtsvermoeden*) atau *preemption Luis* bahwa pihak yang mereknya terdaftar itu adalah pihak yang berhak atas merek tersebut dan sebagai pemakai pertama dari merek yang didaftarkan.³⁹ Melalui sistem tidak diselidiki siapa sebenarnya pemilik asli yang bersangkutan, hanya diperiksa apakah sudah lengkap permohonannya dan apakah tidak ada pihak pemilik merek serupa yang lebih dahulu melakukan pendaftaran.

2. Sistem konstitutif (aktif) atau atributif

Dalam sistem konstitutif maka pihak yang berhak atas suatu merek adalah pihak yang telah mendaftarkan mereknya. Pihak pendaftar adalah pihak satu-satunya yang berhak atas suatu merek dan pihak lain harus menghormati haknya. Terhadap merek yang telah dikenal luas dalam perdagangan dan di masyarakat (*welknown trademark*) tetapi tidak didaftarkan akan tetap diberikan perlindungan hukum.

Sejak Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU Merek) disahkan oleh Pemerintah, maka Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek, dinyatakan tidak berlaku. Hal tersebut membawa konsekuensi bahwa semua hal terkait

³⁸ Endang Purwaningsih, 2012, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Lisensi*, Bandung :Penerbit Mandar Maju, hlm 57.

³⁹ *ibid*, hlm 254

merek termasuk pendaftaran merek, tunduk pada regulasi baru tersebut. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UU Merek dijelaskan bahwa merek merupakan tanda yang ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Sedangkan pada Pasal 1 angka 6 dijelaskan, yang dimaksud dengan hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

2.4. Tinjauan Umum Arti Penting Merek Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan Peraturan Pelaksananya

Dalam era perdagangan bebas, mau tak mau pengusaha besar maupun kecil di Indonesia harus mencari peluang pasar dan menjaga pasar yang telah dimiliki dari serangan kompetitor lain.⁴⁰ Pada dasarnya industri usaha kecil dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat sehingga harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam meningkatkan usahanya.

Untuk itu dibutuhkan pengembangan yang tepat bagi usaha kecil menengah, melalui perbaikan kinerja yang mampu meningkatkan daya saing dan pemasaran yang sesuai dengan karakteristik UMKM dengan segala keterbatasannya. Usaha-usaha dalam skala kecil ini biasanya mengalami kendala baik dalam modal maupun pengembangan usaha.

Berkaitan dengan hal itu, penggunaan merek dapat menjadi salah satu solusi bagi pengusaha untuk meningkatkan usahanya. Merek pada suatu produk

⁴⁰ Insan Budi Maulana, 1997, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten & Hak Cipta*, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, hlm 58.

dapat dikatakan sebagai sebuah tanda atau lambang yang mampu memberi kesan pada penglihatan. Setiap merek sebagai tanda dari suatu produk harus mempunyai ciri khusus. Tujuan ciri khusus tersebut adalah untuk membedakan setiap tanda produk yang dimiliki seseorang dari tanda atau cap produk orang lain. Dengan menggunakan merek dan mendaftarkan merek tersebut, para pengusaha akan mendapatkan hak eksklusif atas merek tersebut dan menjadi pemilik sah sehingga dapat mencegah kemungkinan adanya persaingan curang dengan memanfaatkan pemakaian merek yang tanpa hak dari pemilik yang sebenarnya.

Pemanfaatan merek sebagai identitas dan penanda produk dianggap dapat menjadi salah satu solusi, tidak hanya untuk membantu para konsumen dalam membedakan produk, melainkan juga untuk mengenali pengrajin asal dari produk tersebut, yang dengan karakteristik dan kekhasan produknya masing-masing.⁴¹ Merek juga sebagai penunjuk kualitas atas suatu produk yang akan memudahkan konsumen untuk menentukan pilihannya. Tidak dapat dibayangkan jika suatu produk tidak memiliki merek, tentu tidak akan dikenal atau dibutuhkan oleh konsumen. Oleh karena itu, suatu produk apakah produk itu baik atau tidak tentu akan memiliki merek. Bahkan tidak menutup kemungkinan, merek yang telah dikenal luas oleh konsumen karena mutu dan harganya akan selalu diikuti, ditiru, dibajak bahkan mungkin dipalsukan oleh produsen lain yang melakukan persaingan secara curang.⁴²

Persoalan merek kadang dianggap bukan bagian penting dari suatu produk sehingga tidak terpikirkan untuk memroteksinya apabila kompetitor lain juga menggunakan atau meniru merek yang serupa atau sama. Persoalan-persoalan peniruan atau pemalsuan merek tampaknya belum menyentuh kesadaran para pengusaha di Indonesia bahwa hal itu juga dapat terjadi padanya. Untuk itu, para pengusaha Indonesia khususnya pengusaha UMKM

⁴¹ Agus Sardjono, dkk, Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha UKM Batik, *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol.44 No.4, (Desember 2013).

⁴² Insan Budi Maulana, *Op.Cit.*, hlm 60.

perlu menggunakan atau memiliki merek sendiri yang akan menjadi andalan usaha atau produknya. Arti penting merek bagi UMKM, yaitu:⁴³

1. Merek adalah aset.
2. Merek menggugah sisi emosional konsumen.
3. Merek menciptakan totalitas pada layanan usaha.
4. Merek memudahkan pelanggan menemukan bisnis para pengusaha.
5. Merek menciptakan kepribadian.
6. Merek memiliki kekuatan untuk menarik konsumen.
7. Merek akan menghemat biaya usaha.
8. Merek mempengaruhi perilaku pembelian.

Para pelaku UMKM mulai perlu untuk mempertimbangkan pentingnya pendaftaran merek sedini mungkin sebagai langkah preventif menghindari segala bentuk perbuatan yang merugikan di kemudian hari. Melalui pendaftaran merek, pelaku UMKM dapat memperoleh posisi tawar strategis baik secara nasional atau pun internasional. Selain itu, peluang pengembangan usaha juga semakin terbuka dengan prinsip waralaba atau frenchise karena telah memiliki legalitas.

Merek yang telah didaftarkan perlindungannya dapat menjadi alat bukti yang autentik bagi pemiliknya, sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh pihak lain untuk barang/jasa sejenisnya, dan sebagai dasar untuk mencegah pihak lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya. Merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran merek yang bersangkutan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.

⁴³ Fitriani, Feni Freycinetia. *Ini 10 alasan pentingnya brand bagi UKM*, <http://entrepreneur.bisnis.com/read/20140124/258/199196/ini-10-alasan-pentingnya-brand-bagiukm> diakses pada 20 September 2022 pukul 01.03 WIB

Permohonan pendaftaran perlindungan merek dapat dilakukan dengan cukup mudah. Secara offline, para pelaku UMKM dapat datang ke Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM di setiap provinsi yang ada di seluruh Indonesia. Para petugas akan membantu setiap masyarakat yang ingin mendaftarkan perlindungan merek dengan diberikan kesempatan untuk konsultasi. Sementara itu, apabila ingin melakukan permohonan pendaftaran secara online juga dapat mudah diakses melalui website dgip.go.id.⁴⁴

Terkait pendaftaran merek UMKM ini masih terdapat kendala yaitu dalam pembiayaan dan dalam prosesnya memerlukan waktu yang lebih lama dibanding dengan mengurus izin dikarenakan pendaftaran merek harus dilakukan secara hati-hati karena hal ini menyangkut pemberian hak.

Maka dari itu, Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek ini sebagai peraturan pelaksanaannya memberikan dukungan upaya dalam kemudahan berusaha dan peningkatan ekosistem investasi sehingga diperlukan percepatan waktu proses penyelesaian permohonan pendaftaran merek.

Saat ini, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Administrasi Hukum Umum (Ditjen AHU) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) meresmikan Perseroan Perorangan bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK). Perseroan Perorangan ini merupakan badan hukum baru yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Perseroan perorangan ditujukan kepada pelaku UMK yang mengalami kesulitan mendapatkan akses pembiayaan dan fasilitas dari perbankan dan pemerintah untuk mengembangkan usahanya.

⁴⁴ Dimas Ilham, <https://jogja.kemenkumham.go.id/pusat-informasi/artikel/urgensi-pendaftaran-merek-dagang-bagi-pelaku-umkm>. 2022. Diakses pada 16 Febuari 2023, pukul 15.09 WIB.

2.5. Tinjauan Umum Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2.5.1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM ialah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan menengah merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan menengah serta perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. UMKM di Indonesia berkontribusi signifikan ketika krisis yang dialami pada periode 1998 sampai dengan 2000. UMKM di Indonesia telah mendapat perhatian dan pembinaan dari pemerintah dengan membuat portofolio kementerian yaitu Menteri Koperasi dan UKM.

Telah dipaparkan oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan

jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2.5.2. Klasifikasi dan Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

Kriteria Usaha Mikro:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Kecil:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Menengah:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

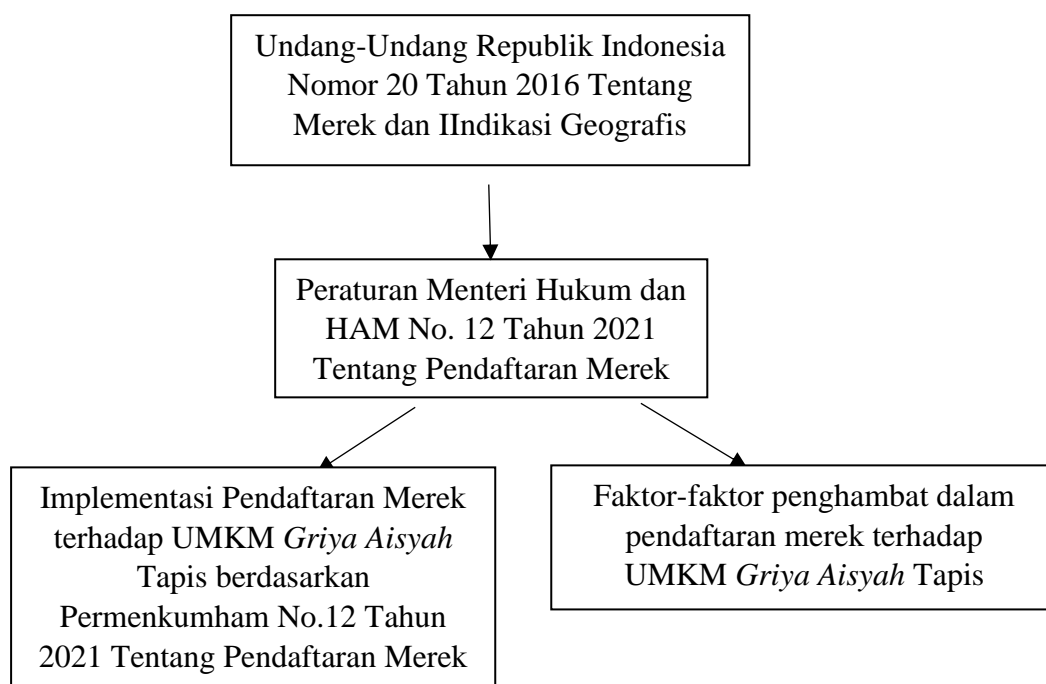
2.5.3. Jenis dan Bentuk Usaha Kecil Menengah

Dalam setiap definisi sedikitnya memiliki dua aspek yang sama, yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap dalam gugusan/kelompok perusahaan tersebut misalnya menurut pembagiannya:

Kriteria Usaha Ditinjau Dari Jumlah Pekerja

Jenis Usaha	Skala Usaha	Jumlah Pekerja
Usaha Kecil	Kecil I – Kecil	1 – 9 pekerja
	Kecil II – kecil	10 – 19 pekerja
Usaha Menengah	Besar – Kecil	100 – 199 pekerja
	Kecil – Menengah	200 – 499 pekerja
	Menengah – menengah	500 – 999 pekerja
	Besar – Menengah	1000 – 1999 pekerja
Usaha Besar	Besar – Menengah	>2000 pekerja

2.6. Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka pikir di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Telah dijelaskan tentang pendaftaran merek oleh UU Merek dan Indikasi Geografis yang bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum agar terhindar dari adanya pelanggaran merek, namun masih ada pelaku usaha yang belum menyadari akan arti pentingnya pendaftaran merek bagi merek dagangnya.

Sebuah merek baru akan mendapatkan perlindungan hukum, apabila merek tersebut dilakukan upaya pendaftaran melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, merek yang tidak dilakukan upaya pendaftaran merek melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual maka tidak akan mendapatkan perlindungan hukum, maka dari itu sebuah merek bagi pelaku usaha yang masih berskala kecil dan menengah diwajibkan untuk dilakukan upaya pendaftaran merek melalui Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Adanya peraturan pelaksana Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek telah diubah oleh Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek yaitu selain untuk melaksanakan ketentuan pasal 108 UU No.12 Tahun 2021 Tentang Cipta Kerja karena pada peraturan perundang-undangan sebelumnya yang dianggap tidak efektif dan tumpang tindih, lalu untuk mendukung upaya kemudahan berusaha dan peningkatan ekosistem investasi, maka diperlukan percepatan waktu proses penyelesaian permohonan pendaftaran merek.

Secara khusus penelitian ini akan mengkaji dan membahas bagaimana implementasi Permenkumham No.12 Tahun 2021 Tentang Pendaftaran merek terhadap UMKM *Griya Aisyah* Tapis melalui perbandingan dengan aturan pelaksana pada Permenkumham No.67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek tersebut dan faktor-faktor hambatan yang terjadi dalam pendaftaran merek terhadap UMKM.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya.⁴⁵ Adapun metode penelitian hukum yang digunakan dalam skripsi ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif-empiris, yang akan dilakukan penulis yaitu menggali informasi dilapangan (*Field Research*). Penelitian normatif-empiris digunakan untuk menganalisis atau mengetahui sudah sejauh mana peraturan atau undang-undang dan hukum yang berjalan secara efektif.⁴⁶

Fungsi dari metode penelitian normatif-empiris yaitu untuk memantau hukum secara langsung agar dapat melihat perkembangan hukum yang berjalan di masyarakat. Penelitian hukum normatif-empiris seringkali digunakan untuk mengkonsepkan apa yang sudah tertulis pada aturan undang-undang (*law in book*) dan juga hukum di konsepkan untuk digunakan dalam kaidah atau norma agar manusia dapat berperilaku yang pantas.

⁴⁵ Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta:Sinar Grafika, hlm 10.

⁴⁶ Ronny Hanitijo Soemitro, 1990, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta:Ghalia Indonesia, hlm 52.

3.2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif. Penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada saat tertentu yang terjadi dalam masyarakat.⁴⁷ Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran atau deskripsi lengkap, jelas dan sistematis mengenai implementasi Pendaftaran Merek terhadap UMKM *Griya Aisyah* Tapis serta faktor hambatan yang terjadi dalam potensi pendaftaran merek.

3.3 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah merupakan proses pemecahan atau penyelesaian masalah melalui tahap-tahap yang telah ditentukan, sehingga mencapai tujuan penelitian. Penelitian merupakan terjemahan dari bahasa inggris, yaitu *research* yang berasal dari kata *re* (kembali) dan *to search* (mencari). Dengan demikian, secara bahasa berarti mencari kembali.⁴⁸

Terdapat 5 (lima) pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian hukum, yakni:⁴⁹

- a. Pendekatan kasus (*case approach*);
- b. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*);
- c. Pendekatan historis (*historical approach*);
- d. Pendekatan perbandingan (*comparative approach*);
- e. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian hukum ini yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan sebagai salah satu pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis dengan

⁴⁷ *ibid*, hlm 50.

⁴⁸ Bambang Sunggono, 2001, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, hlm 27.

⁴⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2011, *Penelitian Hukum*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group, hlm. 93.

menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang diteliti. Pendekatan u pendekatan konseptual (Conceptual approach) yang mana peneliti merujuk pada prinsip hukum. Prinsip hukum dapat di dapatkan melalui pendapat para sarjana maupun doktrin hukum yang ada, walaupun secara sembunyi-sembunyi (eksplisit) konsep hukum ada juga termasuk dalam undangundang.

3.4. Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini, penelitian yang akan digunakan adalah data primer dan data sekunder yang terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari narasumber dengan objek yang akan diteliti. Data primer dalam penelitian dapat dilakukan dengan metode wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pemilik Griya Aisyah Tapis.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari ketentuan perundang-undangan, yurisprudensi, dan buku literatur hukum atau bahan hukum tertulis lainnya yang berkaitan dengan pokok bahasan yang terdiri dari:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat, terdapat dalam peraturan perundang-undangan:

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
2. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek
3. Peraturan menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Pendaftaran Merek.
4. Konvensi Paris

5. Perjanjian TRIPs

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang diperoleh dari studi kepustakaan yang terdiri dari literatur-literatur, buku-buku ilmu pengetahuan hukum yang berkaitan dengan pokok bahasan.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum Tersier adalah bahan-bahan yang berguna untuk memberikan penjelasan terhadap hukum primer maupun sekunder, seperti hasil penelitian, Kamus Besar Bahasa Indonesia, artikel-artikel dan bahan lain yang sifatnya karya ilmiah berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan diperoleh dengan menggunakan metode pengumpulan data:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan (*library research*), yaitu pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber dan dipublikasikan secara luas serta dibutuhkan dalam penelitian hukum normatif. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder yaitu melakukan serangkaian kegiatan studi dokumentasi dengan cara mengutip literatur-literatur, mengkaji peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

2. Wawancara

Wawancara merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber yaitu ibu Ernita Rahmawati selaku pemilik UMKM *Griya Aisyah Tapis* yaitu penulis membuat daftar pertanyaan yakni, apa sebab belum mendaftarkan merek, mengapa akhirnya mendaftarkan merek

dagangnya, berapa lama waktu yang dibutuhkan sehingga dapat terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, serta hambatan yang dilalui ketika ingin mendaftarkan merek dagangnya di Ditjen KI.

3.6. Pengolahan Data

Langkah selanjutnya setelah data terkumpul, baik data primer maupun data sekunder dilakukan pengolahan data dilakukan dengan cara:

1. Seleksi Data, yaitu memilih data mana yang sesuai dengan pokok permasalahan yang akan dibahas.
2. Pemeriksaan Data, yaitu meneliti kembali data yang diperoleh mengenai kelengkapannya serta kejelasan.
3. Klasifikasi Data, yaitu pengelompokkan data menurut pokok bahasan agar memudahkan dalam mendeskripsikannya.
4. Penyusunan Data, yaitu data disusun menurut aturan yang sistematis sebagai hasil penelitian yang telah disesuaikan dengan jawaban permasalahan yang diajukan.

3.7. Analisis Data

Data yang telah diolah kemudian dikonstruksikan dengan analisis data yang dilakukan secara kualitatif, komprehensif dan lengkap kemudian disajikan secara deskriptif dengan cara menguraikan, menjelaskan dan menggambarkan permasalahan serta penyelesaiannya yang berkaitan dengan skripsi ini sehingga menghasilkan produk penelitian hukum normatif-empiris yang lebih sempurna. Dalam teknik analisis kualitatif ini mencakup semua data penelitian yang telah diperoleh dari hasil wawancara agar membentuk deskripsi yang mendukung sehingga objek permasalahan yang diteliti dapat dipecahkan.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Implementasi Pendaftaran Merek Terhadap UMKM Pengrajin Tapis Lampung di UMKM Griya Aisyah Tapis, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi pendaftaran merek terhadap UMKM Griya Aisyah Tapis yaitu sebelum adanya Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Permenkumham) nomor 12 tahun 2021 tentang Pendaftaran Merek, UMKM Griya Aisyah Tapis menghadapi berbagai kendala dalam proses pendaftaran merek dagang mereka. Persyaratan yang ketat, biaya pendaftaran yang tinggi, proses yang berbelit-belit dan memakan waktu lama menjadi kendala yang dihadapi. Namun, dengan dikeluarkannya peraturan tersebut, proses pendaftaran merek dagang diharapkan menjadi lebih cepat, efisien, dan pasti. UMKM Griya Aisyah Tapis dan UMKM lainnya dapat memperoleh perlindungan hukum yang lebih baik terhadap merek dagang mereka, meningkatkan nilai merek, dan mencegah penggunaan ilegal oleh pihak lain. Program yang diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk mendaftarkan merek dagang mereka secara gratis, membantu dalam pengembangan bisnis dan perlindungan hak kekayaan intelektual UMKM.
2. Griya Aisyah Tapis merupakan salah satu UMKM yang mengalami hambatan dalam mengajukan permohonan pendaftaran merek. Hambatan yang dihadapi meliputi kurangnya kesadaran mengenai arti penting merek, persyaratan yang ketat, mahalnya biaya pendaftaran merek, dan proses yang berbelit-belit. Namun, melalui program Kementerian

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta peraturan baru yang memudahkan pendaftaran merek bagi UMKM, Griya Aisyah dan UMKM lainnya berhasil mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Keikutsertaan dalam program tersebut meningkatkan kesadaran, memberikan pendampingan dan pelatihan, serta memberikan fasilitas biaya. Sementara itu, peraturan baru mempermudah proses pendaftaran merek secara umum. Hal ini memberikan perlindungan hukum yang lebih baik, meningkatkan nilai ekonomi UMKM, dan memperkuat sektor UMKM secara keseluruhan. Griya Aisyah Tapis mengenai pendaftaran merek ini sudah tergolong baik, sudah mengerti dan memahami arti pentingnya pendaftaran merek bagi usahanya dengan adanya bukti sudah memiliki sertifikasi Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) dan merek dagang Griya Aisyah sudah melakukan pendaftaran merek dagangnya pada tahun 2016 silam dengan nomor pendaftaran IDM000732139 kelas nomor 25 untuk jenis barang pakaian melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual departemen Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Cahyadi, Antonius dan Fernando M. Manullang. 2008. *Pengantar Ke Filsafat Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Damian, Eddy. 2014. *Hukum Hak Cipta, Edisi Keempat, Cetakan Ke-1*. Bandung: Alumni.
- Djumhana, Muhammad, 2003, *Hak Milik Intelektual Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Gautama, Sudargo. 1977. *Hukum Merek Indonesia*. Bandung: Alumni.
- Harahap, Yahya. 1996. *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hartono, Sunaryati. 1982. *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*. Bandung: Binacipta.
- Indriyanto, Agus dan Iرنie Mela Yusnita. 2017. *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kesowo, Bambang. 1995. *Pengantar Umum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia*. Semarang: PT Persada.
- Maulana, Insan Budi. 1997. *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten & Hak Cipta*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Margono, Suyud dan Amir Angkasa. 2002. *Komersialisasi Aset Intelektual - Aspek Hukum Bisnis*. Jakarta: Grasindo.

- Marzuki, Peter Mahmud. 2011. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Miru, Ahmad. 2005. *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. Jakarta.
- . 2013. *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia*. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, Abdulkadir. 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung, Citra Aditya Bakti.
- . 2010. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Munandar, Haris, Sitanggang, Sally, 2011, *Mengenal HAKI-Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta, Erlangga.
- Purwaningsih, Endang. 2005. *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purwosutjipto, H.M.N. 1984. *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
- Rahardjo, Satjipto. 2006. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Roisah, Kholis. 2015. *Konsep Hukum Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press.
- Saidin, OK. 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sardjono, Agus. 2006. *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Alumni.
- . 2009. *Membumikan HKI di Indonesia*. Bandung: Nuansa Aulia.
- Sjahputra, Iman dan Heri Herjandono. 1997. *Hukum Merek Baru Indonesia (Seluk Beluk Tanya Jawab Merek Teori dan Praktek)*. Jakarta: Harvarindo.
- Soemitro, Ronny Hanitijo. 1990, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Sunggono, Bambang, 2001, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Syarifin, Pipin. 2004. *Peraturan Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*.
Bandung: Pustaka Bani Quraisy.

Utomo, Toni Suryo. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global*,
Yogyakarta: Graha Ilmu.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pendaftaran
Merek

Aspek Dagang yang Terkait dengan Hak Kekayaan Intelektual (TRIPs)

Konvensi Paris

Laman (Websites)

Dinas Kominfotik Provinsi Lampung,

<https://lampungprov.go.id/detailpost/promosikan-kain-tapis-gubernur-arinal-djunaidi-buka-festivalkemilau-tapis-lampung-tahun-2021>

Dimas Ilham, *<https://jogja.kemenkumham.go.id/pusat-informasi/artikel/urgensipendaftaran-merek-dagang-bagi-pelaku-umkm>*.

Fitriani, Feni Freycinetia. *Ini 10 alasan pentingnya brand bagi UKM*,
<http://entrepreneur.bisnis.com/read/20140124/258/199196/ini-10-alasan-pentingnya-brand-bagiukm>

Haryo Limanseto, *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*,
<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-pentingdalam-perekonomian-indonesia>.

HKI.CO.ID." *Merek*" diakses dari <https://www.hki.co.id/merek.html>

Hukum Online , *UU Merek dan Indikasi Geografis Resmi.*,
<http://hukumonline.com/>

H.S. Kartadjoemena, *GATT WTO dan Hasil Uruguay Round*, (Jakarta: UIPress,1997)

Jurnal

Ade Resalawati, 2011, Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia, (*Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*).

Agus Sardjono, dkk,2013. Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha UKM Batik, *Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-44 Nomor 4*, OktoberDesember.

Mastur, 2008, Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama UntukMengurangi Tingkat Persaingan Usaha (Studi Merek Genteng Sokka Kabupaten Kebumen), *Tesis Progam Studi Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang*

Nenny Dwi Ariani, 2021, Kontribusi Pemerintah Daerah Dalam Melindungi Kain Tapis Lampung, *Jurnal Meta-Yuridis*, Vol.4 No.1, Maret.