

## PERLINDUNGAN HUKUM PRODUK UMKM MELALUI HKI (HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL)

### I. LATAR BELAKANG

UMKM ( Usaha Mikro Kecil dan Menengah ) merupakan pelaku ekonomi nasional yang mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian. Karena kegiatan usahanya mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UMKM sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional yang memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi mendominasi lebih dari 95 % struktur perekonomian nasional. Di tengah tuntutan kemampuan bersaing di dalam negeri yang masih dilindungi proteksi pemerintah , UMKM harus mampu menghadapi persaingan global yang berasal dari berbagai bentuk usaha mendorong integrasi pasar antar negara dengan seminimal mungkin hambatan. Maka UMKM perlu memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan hukum dan pengembangan usaha seluas luasnya sebagai wujud keperpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat. UMKM memiliki fungsi yang sangat strategis baik secara sosial ekonomi maupun sosial politik sebagai berikut :

1. Fungsi sosial ekonomi, sektor ini antara lain menyediakan barang dan jasa bagi konsumen berdaya beli rendah sampai sedang, menyumbangkan lebih dari sebagian pertumbuhan ekonomi serta kontributif perolehan devisa negara.
2. Fungsi sosial politik, sektor ini juga sangat penting terutama dalam penyerapan tenaga kerja serta upaya pengentasan kemiskinan, karena sifat sebarannya dan keterkaitannya yang erat dengan sektor pertanian juga sangat potensial untuk mendorong kemajuan ekonomi pedesaan.

Melihat peran dan potensinya yang demikian besar , sangat beralasan untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah ini semaksimal mungkin guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung pertumbuhan perekonomian daerah. Kiranya pemerintah memandang perlu untuk membantu memenuhi kebutuhan dan fasilitas yang mereka perlukan dalam rangka mengadapi tantangan cukup berat di era perkembangan teknologi dan persaingan bisnis saat ini. Globalisasi telah mendorong terjadinya berbagai perubahan di dalam sektor perdagangan yang mengindikasikan telah

diterapkannya perdagangan bebas. Mengawali tahun 2010 ACFTA (ASEAN plus CHINA Free Trade Area ). ACFTA berawal dari pertemuan kepala – kepala pemerintahan Negara – Negara ASEAN dan China pada tanggal 6 November 2001 di Bandar Seri Begawan Brunai Darussalam yang menginginkan hubungan ekonomi yang lebih luas, intensif dan tidak ada hambatan. Setahun kemudian, tanggal 5 November 2002, pertemuan berikut di kota Phnompenh – Kamboja untuk menandatangani perjanjian persetujuan membangun ACFTA dalam 10 tahun, dimulai 2010.

Komitmen ini tidak terlepas dari perkembangan perdagangan antara ASEAN dan China yang makin meningkat dan merupakan inisiatif ekonomi yang penting bagi kedua belah pihak untuk mewujudkan diri sebagai kekuatan ekonomi dunia yang sangat diperhitungkan pada abad 21 .Bagi ASEAN sendiri ACFTA adalah sarana memanfaatkan permintaan barang dan jasa dari pasar China yang terus meningkat dengan pesat dalam dua tahun terakhir.

Kesepakatan perdagangan bebas resmi mulai diberlakukan mulai 1 Januari 2010, ditandai dengan dibukanya pasar dalam negeri secara luas kepada negara-negara ASEAN dan Cina. Sebaliknya, Indonesia akan mendapatkan kesempatan lebih luas untuk memasuki pasar dalam negeri negara-negara tersebut.

Dengan masuknya barang – barang buatan negara ASEAN dan China ke Indonesia akan berdampak pada dunia usaha yang mengancam perdagangan produk lokal , maka pemerintah perlu mempersiapkan :

1. Masyarakat untuk tetap mencintai dan menggunakan produk – produk lokal
2. Mempersiapkan para UMKM untuk meningkatkan daya saing produk.
3. Memberikan perlindungan merek dagang produk UMKM melalui Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Dengan pergeseran yang terjadi pada tatanan ekonomi dunia yang mengarah pada persaingan bebas para UMKM timbul kekhawatiran yaitu :

- Situasi yang datang dari sisi internal (dalam negeri) dapat dikatakan bahwa UMKM menghadapi situasi yang datang dari dalam negeri berupa pemalsuan

produk - produk yang dihasilkan, ketinggalan dalam produktivitas , efisiensi dan inovasi.

- Situasi yang datang dari sisi eksternal menghadapi persaingan yang ketat dengan usaha sejenis.

Upaya pemerintah untuk melindungi dan memberdayakan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah telah banyak dilakukan antara lain :

1. Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha;
2. Peningkatan Kapasitas SDM melalui Bimbingan Teknis;
3. Peningkatan Produktifitas dan penguasaan tehnologi melalui bantuan sarana dan prasarana produksi, Ijin Depkes ( P-IRT ) , **Sertifikasi Merek Dagang**, Sertifikasi Label Halal;
4. Pengembangan Akses Pemasaran melalui :
  - Bantuan Peralatan Sarana Usaha
  - Bantuan sarana kemasan produk
  - Fasilitasi sarana pemasaran melalui IT ( Informasi Teknologi )
  - Kontak Dagang, Pameran dan Pasar Rakyat

Daya saing dan kemampuan UMKM perlu lebih ditingkatkan agar dapat memanfaatkan sistem perdagangan bebas yang berlangsung saat ini. Sistem itu dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk memperkenalkan produk – produk unggulan mereka di pasar global, ikut serta bahkan berperan secara nyata dalam sistim tersebut. Namun demikian tidak seluruh UMKM dapat memanfaatkan situasi pasar yang demikian untuk menembus pasar yang lebih luas atau bersaing dalam pasar yang semakin global.

Dalam kondisi ini kendati peluang pasar menjadi lebih terbuka, liberalisme perdagangan tidaklah otomatis dapat membantu bahkan menjadi ancaman bagi UMKM . Untuk mengantisipasi ancaman tersebut UMKM dituntut kreatif dan inovatif berani mengambil langkah dengan menghasilkan produk barang yang dari segi kualitasnya tidak kalah dengan produk dari perusahaan besar .

Identitas atau merek dagang sebagai salah satu wujud karya Intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Hal ini tidak terlepas karena suatu merek digunakan untuk membedakan suatu barang tertentu dari barang lain yang bentuknya sejenis . Berbagai pemalsuan merek dagang untuk suatu barang sejenis dengan kualitasnya lebih rendah daripada barang yang menggunakan merek yang dipalsukan itu . Untuk memperoleh keuntungan secara cepat dan pasti sehingga merugikan pengusaha seperti UMKM yang memproduksi barang asli . Dengan memperhatikan hal tersebut di atas diperlukan suatu perlindungan merek barang – barang yang diproduksi UMKM berdasarkan Undang Undang Merek No 15 Tahun 2001. Perlindungan hukum terhadap suatu merek tidak hanya bertujuan untuk menguntungkan produsen tetapi juga mempunyai tujuan melindungi konsumen. Oleh karena itu perlindungan terhadap merek harus diatur dengan tegas agar dapat melindungi konsumen dari pemalsuan barang atau jasa yang mempergunakan merek secara tidak sah. Manfaat yang tidak kalah pentingnya dengan adanya perlindungan hukum dalam bidang merek adalah upaya membuka pasaran ekspor.

Dengan diberikan perlindungan pada merek produk UMKM yang sesuai dengan ketentuan Undang – undang Nomor 15 Tahun 2001, lebih memotivasi kerja dan berimplikasi positif dalam meningkatkan daya saing sehingga meningkatkan pendapatan.

Untuk memberikan perlindungan merek dagang barang-barang hasil produksi UMKM maka diadakan Kerjasama antara Departemen Hukum Dan HAM RI dengan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Dan Menengah RI Nomor :

M- 10-UM .06.07.TH 2006

06/NK/M.KUKM/IV/2006

Tentang Peningkatan Pemahaman Dan Pemanfaatan Sistem Hak Kekayaan Intelektual yang didalamnya terdapat perlindungan merek dagang bagi Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Pertimbangan kerjasama tersebut adalah sebagai berikut :

1. UMKM merupakan salah satu pelaku usaha yang memiliki kontribusi yang nyata dalam perekonomian nasional

2. Pengetahuan dan pemahaman mengenai keberadaan dan pentingnya pemanfaatan sistem Hak Kekayaan Intelektual ( khususnya Hak Merek ) di kalangan pelaku UMKM sektor industri makanan seperti jenang masih perlu disosialisasikan
3. Koordinasi dan kerjasama yang sinergi antara para pihak dan upaya peningkatan penyebaran , pemahaman dan pemanfaatan sistem Hak kekayaan Intelektual belum optimal dalam perlindungan merek dagang produk makanan seperti jenang sebagai produk unggulan Kabupaten Kudus

Tujuan diadakan kerjasama antara Departemen Hukum Dan HAM RI dengan Kementrian Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah adalah :

1. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta pemanfaatan sistem HKI khususnya merek dagang di kalangan pelaku UMKM;
2. Mewujudkan UMKM berorientasi HKI khususnya Hak Merek, memiliki kualitas dan daya saing yang tinggi dalam persaingan global;
3. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang sinergis dan produktif antara para pihak dalam mengembangkan UMKM dan memberdayakan sistem Hak Kekayaan Intelektual ( HKI ) nasional.

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

## II. PERMASALAHAN/KENDALA DI LAPANGAN

Dari beberapa Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ( UMKM ) mengatakan bahwa untuk mendaftarkan mereknya guna memperoleh sertifikat hak merek mengalami kendala adalah sebagai berikut :

- a. Tidak terselenggaranya pelayanan dibidang pendaftaran merek secara profesional dan efektif yang menyebabkan panjangnya jalur birokrasi dalam pengurusan merek, keadaan tersebut berkaitan erat dengan motivasi yang dapat diberikan kepada UMKM untuk mendaftarkan merek dagangnya agar mendapatkan perlindungan dibidang hukum merek. Karena seperti kita ketahui perlindungan suatu hukum merek bukanlah suatu pemberian yang dapat terjadi begitu saja tanpa adanya inisiatif atau keinginan mendaftarkan merek juga akan hilang dengan sendirinya kalau struktur penunjang motivasi dan inisiatif tersebut tidak ada, keinginan Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) untuk mendapatkan merek akan surut apabila dihadapkan pada jalur birokrasi yang panjang, selain kenyataan yang ada bahwa dalam kegiatan sehari – hari Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) tidak terlalu berpengaruh dengan slogan merek. Permohonan yang diajukan kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual melalui Kantor Departemen Hukum Dan HAM Provinsi yang hanya bertugas sebagai perantara, tidak berhak mengoreksi salah atau benarnya permohonan karena koreksi atau pemeriksaan berkas oleh tim di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Dalam proses ini terlihat jalur birokrasi yang panjang , apalagi berkas yang diajukan ditolak, maka akan dikembalikan berdasarkan pada jalur diterima pada awal pendaftaran, yaitu melalui Kanwil Hukum dan HAM. Proses yang berbelit – belit dan lama tidak akan memberikan kesadaran pentingnya hak merek bagi Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) , karena dampak secara langsung yang dialami tidak memberikan faedah yang positif. Proses permohonan yang birokratis dan lama menyurutkan minat mendaftarkan merek oleh Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) .
- b. Biaya administrasi yang telah ditetapkan ternyata cukup memberatkan di samping itu pembayaran administrasi langsung dibayarkan dan diterima

oleh Direktorat Hak Kekayaan Intelektual ( Ditjen HKI ) , meskipun permohonannya belum tentu disetujui .

- c. Tidak sampainya informasi yang tepat, akurat dan jelas mengenai pentingnya hak merek, keadaan ini akan memberikan penafsiran yang keliru terhadap peranan perlindungan merek dalam memberikan perlindungan bagi produk UMKM . Jalur pendistribusian informasi yang tidak sampai tersebut ke sasaran , sehingga kesadaran untuk melakukan pendaftaran merek juga tidak akan ada. Meskipun program atau kegiatan pelayanan, penyuluhan dan pembinaan terhadap Usaha Kecil Menengah ( UMKM ) digariskan dengan jelas, tetapi dalam pelaksanaannya dari program atau kegiatan tersebut tidak sampai kepada seluruh UMKM dan masyarakat.
- d. Konsep pola pikir Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) yang radisional, bahwa merek yang tercantum pada produknya adalah merek sejak dulu merupakan turun temurun dari nenek moyang sehingga apabila ada ketsamaan dengan merek lain bila didaftarkan akan ditolak dan Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) tidak mau mengganti dengan merek alternatif lain . Keadaan yang terlalu tradisional dengan pasaran lokal yang apa adanya telah membentuk pola pikir sederhana tetapi seiring perkembangan perekonomian dan arus informasi yang pesat. pola pikir ini akan berubah bila arus informasi lebih didekatkan lagi kepada pelaku usaha tersebut.
- e. Banyaknya merek yang hampir sama atau serupa yang didaftarkan pelaku UMKM sehingga sulit diproses sertifikatnya. ia menyebut, banyak merek yang cenderung sama atau serupa sehingga pemrosesan sertifikatnya tidak bisa dilakukan. Padahal, penerapan dan perlindungan merek bagi produk UMKM berdampak signifikan terhadap kegiatan yang lebih kondusif. Selain itu, perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) juga dapat merangsang kreativitas dan inovasi produk UMKM karena pada dasarnya setiap UMKM memiliki merek.

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

- (1) Kepemilikan sertifikat merek di kalangan UKM masih sedikit, karena jumlah pendaftar merek dagang dari kalangan tersebut baru mencapai sekitar 5 % dari seluruh UMKM yang jumlahnya mencapai sekitar 40 juta. Kondisi tersebut disebabkan antara lain :
  - (a) Pemahaman UMKM terhadap Hak Merek masih rendah/dangkal;
  - (b) Kegiatan penyuluhan/sosialisasi dari instansi yang berwenang masih sedikit, disamping materi yang disampaikan dalam penyuluhan lebih pada manfaat Hak Kekayaan Itelektual khususnya hak merek.
- (2) Bagi UMKM yang telah memperoleh penyuluhan/sosialisasi HKI, minat pendaftaran UMKM terhadap merek dagang cukup besar, terlebih bagi bagi UMKM yang produknya berorientasi ekspor bila dibandingkan dengan UMKM yang produknya hanya untuk pemenuhan kebutuhan dalam negeri,
- (3) Beberapa faktor penghambat dalam pengurusan sertifikat merek, antara lain;
  - (a) Biaya pendaftaran yang mahal;
  - (b) Prosedur pendaftaran yang berbelit-belit dan lama;
  - (c) Tidak tahu prosedur pendaftaran ;
  - (d) Tempat pendaftaran jauh;
  - (e) Tidak sesuai dengan budaya masyarakat ;
- (4) Kegiatan kepada UMKM yang dilakukan oleh instansi Pemerintah baik Pusat maupun Daerah, antara lain :
  - a) Sosialisasi, bimbingan teknis dan konsultasi HKI yang dilakukan oleh Ditjen HKI Departemen Kehakiman dan HAM dan Kanwil Kehakiman dan HAM , Kementerian Perindustrian dan Perdagangan serta Klinik Konsultasi HKI Perguruan Tinggi;
  - b) Program Insentif Perolehan HKI dan subsidi pendaftaran HKI, yang dilakukan oleh Kementerian Negara Ristek (meskipun masih terfokus pada Lembaga pendidikan dan



kajian), dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan di beberapa Propinsi,

- (5) Dari aspek sumber daya aparatur yang melaksanakan tugas dibidang pembinaan HKI, tersebar di berbagai instansi pemerintah dengan pemahaman teknis yang berbeda-beda belum mampu melaksanakan sosialisasi secara optimal,
- 6) KADIN sebagai wadah dan wahana komunikasi, informasi, konsultasi, advokasi bagi pengusaha, dengan terbatasnya tenaga yang ada juga belum mampu secara optimal melakukan pembinaan HKI kepada UMKM, disamping ada anggapan bahwa permasalahan HKI belum merupakan prioritas UMKM ,
- (7) Anggaran pembinaan HKI masing-masing instansi Pembina bersumber dari APBD dengan jumlah bervariasi dan di beberapa daerah juga didukung dari APBD yang jumlahnya masih sedikit, belum mampu mendukung secara penuh kegiatan pembinaan HKI kepada UMKM,
- (8) Koordinasi antar instansi Pembina HKI terutama pembinaan HKI kepada UKM secara umum belum berjalan dengan baik, meskipun sebenarnya sudah ada *MoU* atau kerjasama secara nasional

### III. SOLUSI PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan hal-hal tersebut, maka dalam rangka peningkatan kepemilikan Hak Merek bagi UMKM dapat direkomendasikan:

- (1) Perlu adanya lembaga yang secara fungsional mempunyai tugas dan fungsi di bidang pembinaan HKI karena pelaksanaan pembinaan HKI saat ini tersebar di berbagai instansi pemerintah sehingga kurang optimal;
- (2) Perlu adanya jabatan fungsional penyuluh di bidang HKI sebagai jalur karier PNS untuk memenuhi tenaga penyuluh di bidang HKI ;
- (3) Perlu peninjauan kembali terhadap prosedur dan biaya pendaftaran HKI untuk memacu pendaftaran HKI terutama dari kalangan UMKM;
- (4) Perlu disusunnya pedoman teknis sosialisasi HKI yang lebih sistematis agar mudah dipahami.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Mengapa perlindungan merek dagang terhadap hasil karya dari UMKM itu menjadi sangat penting ?

Tanpa kita sadari, produk-produk yang diproduksi oleh UMKM di Indonesia banyak yang bernilai ekonomi tinggi dan memiliki keunikan terutama apabila sudah masuk dalam pasar luar negeri. Karena kita kurang peka dan tidak memberikan perlindungan terhadap produk yang kita miliki, pada akhirnya banyak dari produk-produk Indonesia khususnya produk-produk yang memiliki nilai tradisional yang ide-ide dan desainnya 'dicuri' oleh pihak luar.

Mungkin kita tidak menyadari bahwa perlindungan merek dagang membawa nilai ekonomi yang tinggi apabila sudah masuk dalam dunia perdagangan. Suatu produk yang dilindungi Hak Merek hanya dapat diproduksi oleh si Pemilik atau Pemegang Hak atas produk tersebut (eksklusif). Apabila ada pihak lain yang ingin memproduksinya tentunya harus dengan seijin Pemegang Hak-nya, di sinilah letak nilai ekonomi dari produk yang telah dilindungi Hak Merek.

Di mana pihak lain yang ingin memproduksi barang yang sama berkewajiban mendapatkan lisensi terlebih dahulu dari si Pemegang Hak dan membayar royalti atas penggunaan tersebut. Tindakan produksi atas suatu produk yang telah dilindungi Hak Merek tanpa seijin Pemegang Hak merupakan pelanggaran dan pembajakan yang dapat membawa akibat hukum.

Guna mencapai sasaran tersebut Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus sehat, tangguh dan mandiri sehingga diperlukan iklim usaha yang kondusif dengan dukungan dari pemerintah. Iklim Usaha yang kondusif bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) akan dapat dicapai melalui pengembangan sistem ekonomi kerakyatan yang berbasis pada mekanisme pasar yang ditandai dengan :

1. Sistem persaingan yang sehat yang memberikan kesempatan berusaha dan perlakuan yang sama bagi semua golongan pengusaha

2. Optimalisasi peran pemerintah dalam mengoreksi ketidaksempurnaan pasar dengan menghilangkan seluruh hambatan yang mengganggu mekanisme pasar termasuk berbagai pungutan yang tidak memberikan nilai tambah.
3. Kebijakan ekonomi yang memberikan peluang usaha bagi UMKM.
4. Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan pengusaha besar.

Dengan adanya iklim usaha yang kondusif dan dukungan perkuatan pemerintah tersebut diharapkan mampu meningkatkan kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam bentuk peningkatan kontribusinya dalam penumbuhan minat para Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan dasar dari kesadaran bahwa nantinya dengan mendaftarkan merek dagangnya akan mendapatkan hak merek sehingga merasa hasil produksinya terlindungi oleh peraturan perundang – undangan Hak atas merek sebagai bagian dari HKI sangat berarti bagi responden dalam hal ini UMKM sebagai pelaku bisnis mendapatkan perlindungan hukum sesuai dengan perundang – undangan yang berlaku yaitu Undang – undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

## SARAN

Sosialisasi dan pembinaan sebagai arus informasi lebih didekatkan lagi kepada pelaku UMKM tersebut, agar pentingnya perlindungan merek dagang dapat benar – benar diketahui secara tuntas , sehingga memberikan pengertian pada UMKM apabila merek yang diajukan ternyata ditolak karena ada kesamaan dengan merek lain agar mau mengganti dengan merek alternatif, misalnya dengan menyingkat nama merek tersebut. Sudah saatnya UMKM mendapat perhatian tersendiri dalam kegiatan perlindungan hukum merek dagang.

Penulis : Candra Purnama, SH, MH  
Staf Dinas Koperasi Dan UMKM  
Provinsi Jawa Tengah