

Perlindungan Hukum Hak Merek Bagi Pengembangan Pelaku Usaha Bidang Makanan Di Kota Semarang

Endang Setyowati

Fakultas Hukum Universitas Semarang

Ana Kadarningsih

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian
Nuswantoro

Korespondensi penulis:

wati.setyowibowo@gmail.com

Abstract: MSMEs are one of the strengths in economic development in Semarang City, especially in the food sector. However, food MSMEs are the first rank that have not registered a brand. The current rise in imitation and counterfeiting of brands has made legal protection of brands an important requirement in business development. The problem in this research is how to legally protect brand rights for food MSMEs in Semarang City. This research aims to provide knowledge to food MSMEs about legal protection of brand rights so that food MSME businesses can develop with legal certainty. This research uses an empirical normative juridical approach and is descriptive analysis. The results of the research were that the Department of Cooperatives and Micro Enterprises of Semarang City provided free brand registration facilities for MSMEs that were only supported, and many problems were found related to the legal protection of brand rights in the City of Semarang..

Keywords: Customers, Cyber Crime, Internet Banking, Law.

Abstrak: Pelaku UMKM merupakan salah satu kekuatan dalam pembangunan perekonomian di Kota Semarang terutama bidang makanan. Tetapi UMKM makanan merupakan peringkat pertama yang belum mendaftarkan merek. Maraknya peniruan dan pemalsuan merek saat ini mendorong perlindungan hukum terhadap merek menjadi kebutuhan penting dalam pengembangan usaha. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum hak merek bagi UMKM makanan di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada UMKM makanan tentang perlindungan hukum terhadap hak merek sehingga usaha UMKM makanan dapat berkembang dengan adanya kepastian hukum. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normative empiris, dan bersifat deskriptis analisis. Hasil penelitian adalah Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang memberi fasilitas pendaftaran merek gratis bagi UMKM yang dibina saja, dan banyaknya ditemukan permasalahan terkait dengan perlindungan hukum hak merek di Kota Semarang..

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Hak Merek, UMKM.

PENDAHULUAN

Pelaku usaha di Indonesia banyak didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Selain sebagai salah satu pilar dan mendominasi perekonomian nasional, UMKM telah mampu memberikan kontribusi yang sangat baik dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pada tahun 2022 UMKM mampu memberikan kontribusi sebesar Rp. 9.580 triliun terhadap Produk Domestik Bruto. Hal yang tidak kalah pentingnya adalah UMKM telah mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja.

Kota Semarang yang berdiri pada tanggal 2 Mei 1547 adalah kota metropolitan terbesar di urutan kelima. Kota ini memiliki luas 373,78 km² jumlah penduduk 1.693.035 juta jiwa, dengan mata pencaharian sebagai pelaku UMKM yang sudah terdaftar sebanyak 29.921. UMKM merupakan salah satu kekuatan dalam pembangunan perekonomian di kota Semarang. Bidang usaha UMKM di Kota Semarang meliputi berbagai sektor, antara lain; mebel, batik, handicraft, dan sektor lainnya, termasuk sektor makanan: lumpia, wingko, bandeng, dan lainnya. Pelaku UMKM sektor makanan dengan jumlah prosentase terbesar, menempati peringkat pertama yang belum mendaftarkan merek. Usaha Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang beserta KADIN Kota Semarang dan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Tengah telah melakukan upaya, terutama mensosialisasikan tentang pentingnya mendaftarkan merek dan kekayaan intelektual. Permasalahan hukum akan terjadi apabila ada pelaku UMKM yang mendaftarkan merek milik UMKM yang belum mendaftarkan merek. Dalam kenyataan di lapangan sering dijumpai kemiripan atau kesamaan warna, logo, huruf, angka dan lain sebagainya..

Yang dimaksud dengan pelaku usaha dalam hal ini adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Branding merupakan salah satu hal pendukung keberhasilan UMKM. Branding yang dimaksud adalah brand image atau brand description, yaitu gambaran mengenai asosiasi dan keyakinan konsumen untuk merek tertentu . Dengan maraknya peniruan dan pemalsuan merek, maka perlindungan hukum terhadap merek menjadi kebutuhan penting. Undang-undang akan memberikan perlindungan bagi merek-merek yang sudah terdaftar. Kaitannya dengan kewajiban pendaftaran merek dalam rangka mendapatkan perlindungan hukum, Indonesia menggunakan sistem konstitutif. Hal ini berbeda dengan Hak Cipta yang tidak mempunyai sifat wajib didaftarkan, karena adanya sistem deklaratif. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Pasal 46 ayat (4) telah mengatur tentang pendaftaran merek kolektif bagi UMKM, namun hal tersebut belum diatur secara khusus, sehingga perlunya dibuat kebijakan yang secara khusus mengatur tentang hal tersebut. Adanya peran dan pentingnya merek bagi perkembangan pelaku usaha, maka diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap hak merek yang sudah diperoleh pelaku usaha.

Masih banyak UMKM bidang makanan di kota Semarang yang belum mendaftarkan mereknya, sehingga pengembangan usaha belum maksimal. Penelitian ini mengambil permasalahan tentang bagaimana perlindungan hukum hak merek bagi pelaku usaha UMKM bidang makanan di Kota Semarang. Tujuan penelitian ini untuk memberikan pengetahuan

kepada pelaku usaha tentang perlindungan hukum terhadap hak merek khususnya bidang makanan di Kota Semarang, sehingga pelaku usaha UMKM akan dapat mengembangkan usahanya dengan kepastian hukum

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normative empiris. Sedangkan deskriptis analisis merupakan sifat dari penelitian ini. Dalam penelitian ini dilihat bagaimana kebijakan terkait hukum hak merek sudah atau belum berjalan efektif dalam mengembangkan pelaku usaha. Selain itu menganalisa masalah yang terkait dengan kebijakan tersebut. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini, sampel merupakan sebagian dari jumlah yang dimiliki populasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan wawancara secara langsung kepada pelaku usaha, yaitu UMKM bidang makanan di kota Semarang. Untuk data sekunder diperoleh dari jurnal peraturan, buku-buku penunjang, dan lainnya.

PEMBAHASAN

Pelaku usaha bidang makanan di Kota Semarang ada dua jenis, yaitu yang pertama; UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang, dan yang kedua adalah UMKM yang tanpa pembinaan. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang memberi fasilitas pendaftaran merek gratis bagi UMKM yang dibina saja. Pelaku usaha bidang makanan di Kota Semarang memiliki potensi menjadi besar dan andalan produk daerah. Produk makanan Kota Semarang banyak dikenal dengan Bandeng Presto, Wingko Babat, Lumpia yang menjadi ikonik dan ciri khas kota Semarang. Selain itu masih banyak potensi lain yang potensial untuk dikembangkan, yaitu produk-produk olahan makanan yang tidak ada di daerah lain, contoh: produk dari Kecamatan Gayamsari yang terkenal dengan Keripik Tempe merek Dua Putra, Singkong Thailand merek Singland, Bandeng Presto merek Wijaya Kusuma, Jamur Crispy merek Yebishu. Kecamatan Pedurungan terkenal dengan Stik Ubi Ungu, Merek : Riris, Kue Bagelan merek Debyana, Aneka Peyek merek Destia. Kecamatan Gunungpati terkenal dengan Snack Makan Ringan, Merek : Ryoan, Pempek dengan merek : Pempek DotCom, Pempek dengan merek : Pempek DotCom. Jenis snack banyak mendominasi produk UMKM bidang makanan. produk-produk UMKM.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi

Geografis, jenis merek adalah merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif. Selain pengertian tersebut, penggolongan merek dapat didasarkan pada wujud atau bentuknya, yaitu; merek Lukisan, merek Kata, Merek Bunyi-bunyian, dan merek Judul.¹⁶² Adapun unsur-unsur pembentuk merek yang baru berupa; Logo, Susunan warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, Suara, dan Hologram.

Tiga hal yang harus diperhatikan dalam suatu merek adalah; yang pertama sebagai suatu tanda pembeda yang dapat membedakan produk satu dengan produk lainnya. Yang kedua adalah dimana merek itu diterapkan, dan ketiga merek tersebut digunakan untuk perdagangan jasa dan atau barang. Merek berfungsi membedakan barang dan/ atau jasa dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh badan hukum atau Bagi pelaku usaha khususnya UMKM merek adalah sesuatu yang penting, karena dengan merek akan memudahkan dalam membuat produk yang variatif, merek merupakan aset, merek juga merupakan alat promosi, dapat digunakan sebagai alat segmentasi pasar, selain itu juga mempunyai kekuatan dalam menarik pembeli dan pelanggan, dan memudahkan pelanggan untuk menemukan bisnis dari pemilik merek.

PERMASALAHAN PERLINDUNGAN HUKUM HAK MEREK

Permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan hukum hak merek di Kota Semarang, terutama untuk bidang makanan antara lain:

1. Sampai saat ini belum ada aturan khusus yang mengatur tentang perlindungan merek pelaku usaha yang belum terdaftar. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dalam Pasal 12 ayat (1) huruf b ditegaskan tentang dasar hukum adanya pemberian merek dengan fasilitas gratis bagi UMKM. Selanjutnya ditegaskan pula dalam Surat Edaran Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor : HKI.4-TI.04.01-02 tentang Permohonan Pendaftaran Merek Dengan Fasilitas Usaha Mikro dan Usaha Kecil. Walaupun kebijakan tersebut difokuskan untuk UMKM binaan saja, akan tetapi tidak semua UMKM binaan mendapatkan.
2. Banyaknya pelaku usaha yang belum mendapat sosialisasi. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang belum secara kontinyu memberikan sosialisasi. Sosialisasi merek dalam satu tahun hanya dilakukan dua kali, bahkan ada yang sekali saja. Dari sosialisasi tersebut belum ada follow up yang maksimal.
3. Dari tahun 2010 pelaku UMKM binaan tidak pernah diberi tanda bukti fotokopi registrasi

pendaftaran merek, serta tidak adanya monitoring terhadap merek yang sudah didaftarkan. Pelaku usaha hanya mengetahui kalau merek sudah didaftarkan, tetapi tidak tahu untuk kelanjutan dari proses tersebut.

4. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang belum mengeluarkan kebijakan terkait dengan pendaftaran merek yang menggunakan merek kolektif. Merek jenis ini akan lebih efektif dan murah, karena sifatnya satu merek dapat digunakan untuk kelompok produk dengan jenis yang sama. Misal: merek snack, merek bandeng presto, merek kerupuk, merek kue dan sebagainya.

BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM HAK MEREK

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 3 menyebutkan tentang adanya hak atas merek yang diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Di Indonesia pendaftaran menganut sistem konstitutif, dimana dalam sistem ini pendaftaran merupakan keharusan. Satjipto Raharjo dengan Teori Hukum Progresifnya menyatakan tentang perlunya mengembalikan pemikiran hukum kepada filosofis dasar, yang dimaksud dengan filosofis dasar disini adalah hukum untuk manusia. Sehingga titik orientasi hukum atau penentu adalah manusia. Disamping keadilan dan kepastian, maka hukum berguna bagi kesejahteraan atau manfaat untuk manusia. Atau dengan kata lain, berhukum merupakan medan dan perjuangan untuk mencapai kebahagiaan hidup.

Perlindungan hukum hak merek bagi pelaku usaha UMKM di kota Semarang dikarenakan dua hal yaitu dari budaya hukum dan substansi hukum, baik dari pelaku usaha bidang makanan maupun dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang. Untuk itulah perlunya Pemerintah Kota Semarang membuat kebijakan yang bersifat khusus dalam mengakomodasi perlindungan terhadap merek pelaku usaha bidang makanan, baik pelaku usaha binaan maupun yang bukan binaan. Belum adanya peraturan khusus terkait hak merek, menunjukkan adanya kekosongan hukum, terutama belum adanya perlindungan bagi produk pelaku usaha UMKM yang mereknya belum terdaftar. Selain itu fokus pendaftaran merek hanya perorangan, untuk pendaftaran merek yang komunal atau cluster masih sangat sedikit. Perlunya kebijakan dalam bentuk Peraturan Walikota yang mengatur penggunaan merek kolektif, yaitu satu merek yang dapat digunakan bersama oleh perkumpulan pelaku usaha bidang makanan dengan produk sejenis.

Selain perlunya Peraturan Walikota, hal yang tidak kalah penting adalah penegakan hukum. Perlunya koordinasi antara Penyidik Pegawai Negeri Sipil dan lembaga Kepolisian

dalam menerapkan sanksi terhadap pelanggaran merek yang sudah terdaftar. Sehingga dihindari sengketa yang berlanjut ke pengadilan. Apabila hal ini terjadi, maka pengadilan yang akan menentukan siapa yang mempunyai hak menggunakan merek yang disengketakan.

Perlunya penyuluhan hukum yang terus menerus terkait dengan kesadaran pelaku usaha UMKM yang masih rendah, terutama pelaku usaha mikro. Di Kota Semarang dominasi pelaku usaha mikro mencapai 90%, dan mereka masih beranggapan kurang pentingnya merek terhadap produknya. Peran pemerintah sangat diperlukan pasca kegiatan penyuluhan, agar ada tindak lanjut dan jaminan pelaku usaha dalam mendaftarkan mereknya. Adanya budaya komunal yang mempengaruhi rendahnya pendaftaran merek perlu untuk diberikan kesadaran. Dimana pelaku usaha UMKM ini tidak memperlakukan jika mereknya digunakan oleh orang lain. Justru ada rasa bangga apabila ada orang lain yang menggunakan merek usahanya.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan hukum hak merek bagi pelaku usaha bidang makanan di Kota Semarang, antara lain: belum adanya aturan khusus yang mengatur tentang perlindungan merek pelaku usaha yang belum terdaftar, banyaknya pelaku usaha yang belum mendapat sosialisasi tentang hak merek, tidak pernah diberinya tanda bukti fotokopi registrasi pendaftaran merek kepada pelaku usaha binaan yang sudah mendaftarkan mereknya, serta tidak adanya monitoring terhadap merek yang sudah didaftarkan. Atas permasalahan tersebut, maka Pemerintah Kota Semarang perlu membuat kebijakan yang bersifat khusus yang mengakomodasi perlindungan terhadap merek pelaku usaha bidang makanan. Selain itu diperlukan koordinasi antara Penyidik Pegawai Negeri Sipil dan lembaga Kepolisian dalam menerapkan sanksi terhadap pelanggaran merek yang sudah terdaftar. Serta peran pemerintah pasca kegiatan penyuluhan, sehingga ada tindak lanjut dan jaminan pelaku usaha dalam mendaftarkan mereknya.

2. Saran

Agar perlindungan hukum bagi pemegang merek dapat terealisasi, maka pemerintah segera berkoordinasi dengan aparat pemeriksa merek, aparat penegak hukum, pelaku usaha dan masyarakat. Penyuluhan hukum tentang hak merek selain dalam bentuk workshop atau seminar, perlu menggunakan cara secara langsung dengan mendatangi pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia RA. 2006. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek dari Perbuatan Pelanggaran Hak atas Merek*, Medan:USU

H. OK. Saidin. 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rachmadi Usman. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Bandung: Alumni

Satjipto Rahardjo. 2009. *Hukum Progresif Sebuah Sintesa Hukum Indonesia*, Yogyakarta : Genta Publishing.

Santoso, S., & Tjiptono, F. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Alex Media Komputindo

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*, Bandung: Alfabeta.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

[https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang), 12 November 2023

<https://semarangkota.bps.go.id>, diakses tanggal 12 November 2023

https://id.m.wikipedia.org/wik/Kota_Semarang, diakses tanggal 25 Oktober 2023

<https://dataumkm.semarangkota.go.id/web/dataumkm>, 12 November 2023