

PERLINDUNGAN MEREK PRODUK UMKM: KONSTRUKSI HUKUM & PERAN PEMERINTAH

Dandy Satyahadi, Hari Sutra Disemadi
Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam, Indonesia
1951016.dandy@uib.edu

ABSTRAK

Tidak bisa dipungkiri bahwa penggunaan nama Merek merupakan hal yang penting bagi suatu UMKM, dalam hal ini pemerintah juga memiliki peran penting dalam mensosialisasikan pemahaman tentang Merek. Tujuan Penelitian ini yaitu mengetahui perlindungan atas Merek UMKM yang tidak terdaftar pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. Metode penelitian yuridis normatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian kali ini yaitu metode penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan sekunder. Melalui penelitian ini penulis menganalisa pentingnya Merek dalam UMKM. UU Merek dan Indikasi Geografis saat ini menjadi senjata bagi para pelaku kejahatan Merek, dengan segala isi dan manfaatnya telah ditelaah terlebih dahulu yang dilihat dari beberapa landasan. Demi mewujudkan kemajuan bangsa Pemerintah berkewajiban membimbing para pelaku usaha terutama bagi pemilik Merek agar terhindar dari sengketa Merek nantinya.

Kata Kunci: UMKM, Kekayaan Intelektual, Merek

ABSTRACT

It cannot be denied that the use of brand names is important for an MSMEs, in this case the government also has an important role in disseminating the meaning of brands. The purpose of this study is to determine the protection of MSME Brands that are not registered at the Directorate General of Intellectual Property. The normative juridical research method is the method used in this research, namely the legal research method which is carried out by examining library materials or secondary materials. Through this research, the authors analyze the importance of brands in SMEs. The Law on Trademarks and Geographical Indications is currently a weapon for perpetrators of Mark crimes, whose contents and benefits have been previously reviewed from various perspectives. In order to realize the progress of the nation, the Government is obliged to guide business actors, especially Mark owners, so that later they will avoid Trademark disputes.

Keywords: *UMKM, Intellectual Property, Brand*

Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk produktifitas ekonomi yang dilakukan oleh manusia dengan maksud agar terpenuhinya kebutuhan hidup untuk sehari-hari. Baik secara perorangan atau bahkan badan usahadapat memiliki UMKM, kebanyakan para pelaku usaha menciptakan produknya sendiri, seperti pakaian, makanan, kerajinan tangan, dan lainnya. Penggolongan UMKM dibagi berdasarkan jumlah omzet per tahun, jumlah aset, dan jumlah karyawannya (Mulachela, 2021). Dapat dikatakan bahwa perkembangan industri kreatif di Indonesia memberikan dampak yang cukup tinggi dalam sektor perekonomian. Data yang didapatkan pada tahun 2019 menyatakan di Indonesia terdapat kurang lebih 644 (enam ratus empat puluh empat) UMKM, sejak tahun 2018 telah menunjukkan adanya peningkatan UMKM sekitar 1,98% (Jayani, 2021). Data lain menunjukkan bahwa UMKM telah berpartisipasi dalam peningkatan PDB (Pendapatan Data Bruto) di Indonesia. Tercatat dalam data jika sebesar 61,07% UMKM turut serta kepada PDB (Limanseto, 2021).

Meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia maka secara langsung tentu

sektor perekonomian mendapatkan dampak baik yang banyak. Salah satu dampaknya adalah peningkatan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia), selain itu juga terbuka lebar kesempatan bekerja bagi masyarakat. Dipastikan bahwa jika kualitas SDM yang mumpuni maka tingkat pengangguran di Indonesia akan semakin berkurang. Tidak menutup kemungkinan pula investor lokal bahkan luar negeri akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada sektor UMKM di Indonesia. Hal tersebut sangat menguntungkan berbagai pihak, terlebih bagi Indonesia yang dapat mempercepat proses pembangunan berkelanjutan. Besar harapan bangsa Indonesia agar UMKM dapat terus mempertahankan serta meningkatkan tren positif yang dapat menumbuhkan keuntungan perekonomian (Putra & Disemadi, 2022). Seiring dengan kemajuan globalisasi, pertumbuhan industri kreatif di Indonesia terus meningkat cukup signifikan. Dilihat dari sisi lain, adanya kecemasan terhadap Merek yang meningkat karena banyaknya pelaku usaha nakal bermunculan. Banyaknya produk yang dihasilkan seharusnya mendapat perhatian lebih secara hukum, yaitu adanya perlindungan hukum (Disemadi,

2022b). Kurang efektifnya peraturan perundang-undangan serta pengakan hukum dibidang Merek menjadikan kasus pemalsuan Merek terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia (Disemadi & Mustamin, 2020). Merek merupakan hal yang sangat penting dalam sektor perdagangan dan tentu menjadi suatu tameng dalam memproteksi reputasi yang telah dibentuk oleh suatu perusahaan (Dwipayani & Fazriyah, 2021). Kekayaan intelektual tidak akan pernah lepas dari sektor bisnis, hal tersebut selalu berkaitan satu sama lain. Maksud dari kekayaan intelektual disini adalah Hak Merek, Hak Cipta, Merek Dagang, Desain Industri, Rahasia Dagang, Indikasi Geografis, Komposisi Dasar Sirkuit Terpadu.

Merek merupakan suatu tanda pembeda atas barang atau jasa bagi satu perusahaan dengan perusahaan lainnya atau pemilik perorangan satu dan yang lainnya. Sebagai tanda pembeda maka Merek dalam satu kualifikasi barang/jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu dan lainnya, baik pada keseluruhan maupun pada pokoknya. Pengertian persamaan pada keseluruhannya yaitu apabila mempunyai persamaan dalam hal asal, sifat, cara pembuatan dan tujuan

pemakaiannya. Terdapat prinsip konstitutif dalam hak Merek, maksudnya adalah pemilik Merek harus mengajukan pendaftaran ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) apabila ingin mendapatkan hak atas Merek secara langsung. Sejumlah keuntungan akan diperoleh jika telah terdaftar dan tercatat di instansi tersebut, perlindungan hukum menjadi hal utama yang didapatkan. Pendaftaran Merek sangat berpengaruh terhadap perlindungan hukum karena jika disuatu hari ditemukan adanya pemalsuan produk maka dengan mudah pemilik aslinya dapat menggugat kasus tersebut dan dapat dipastikan akan menang dalam ranah pengadilan.

Cukup banyak ditemukan pelaku UMKM industri kreatif di Indonesia yang belum mendaftarkan Mereknya karena satu dan berbagai macam alasan (Betlehn & Samosir, 2018). Misalnya terkendala terbatasnya modal, minim pengetahuan tentang manfaat pendaftaran Merek, serta ketidakpedulian terhadap eksistensi bisnisnya kedepan. Permasalahan yang kebanyakan dialami pelaku UMKM industri kreatif di Indonesia adalah menganggap bahwa pendaftaran Merek tidak terlalu berpengaruh bagi perkembangan bisnis, hal yang paling

utama adalah mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya (Asmarita et al., 2021). Sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki prasangka buruk terhadap pendaftaran Merek sebelum Mereka mencoba melakukan pendaftaran (Suhargon, 2019). Para pelaku usaha terus berprasangka dalam proses pendaftaran Merek memerlukan waktu yang lama, proses yang sulit, memerlukan biaya yang besar. Pemikiran seperti itu dapat menjadi bumerang bagi pelaku UMKM. Dalam melindungi suatu produk maka hak Merek memiliki peran utama, hak Merek pada aturan hak kekayaan intelektual memiliki fungsi dan tujuan sebagai perlindungan bagi UMKM demi melindungi keunikannya. Hak kekayaan intelektual dapat dijadikan landasan hukum bagi pendiri UMKM untuk mencegah terjadinya pelanggaran atas hak Merek. Perlindungan hukum tidak hanya berdampak kepada produsen sendiri, tetapi secara tidak langsung konsumen juga akan terlindungi dari pemalsuan Merek. Dalam hal ini pembajakan dan pemalsuan merupakan ketakutan besar yang dialami oleh pemilik UMKM, tindakan tersebut mungkin sudah cukup lumrah dan sangat banyak ditemukan di Indonesia. Sebagai negara yang cukup eksis dalam dunia industri kreatif, sudah sepatutnya negara berkewajiban untuk memberikan perlindungan dalam perkembangan Merek, yakni pelanggaran hak Merek. Di Indonesia sendiri perjanjian hak kekayaan intelektual sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Hak Paten, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2001 tentang Rahasia Dagang, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Hak Desain Industri, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang Hak Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis (Riswandi, 2020). UU Merek dan Indikasi Geografis merupakan dasar hukum yang dimiliki oleh Indonesia saat ini guna mengatur dan melindungi Merek, perlindungan hukum suatu Merek merupakan kunci utama untuk dilakukan sebab Merek mempunyai aspek ekonomis atas suatu barang atau jasa dalam akses transaksi komersial. Lahirnya hukum Merek diawali dengan pengetahuan di bidang perlindungan hukum komersial, seperti Hak Cipta, dikarenakan Merek dagang memerlukan elemen desain seperti logo dan desain huruf yang digunakan sebagai fitur

pembeda dengan barang yang lainnya (Hanuka & Supanto, 2020). Berdasarkan penjelasan di atas, permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaturan perlindungan Merek produk UMKM di Indonesia?; 2) Bagaimana kewajiban pemerintah terhadap pelaksanaan perlindungan Merek produk UMKM tersebut?. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaturan perlindungan Merek produk UMKM di Indonesia berdasarkan landasan filosofis, landasan yuridis, dan landasan sosiologis; dan untuk mengetahui kewajiban pemerintah terhadap pelaksanaan perlindungan Merek produk UMKM.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini bersifat doktrinal yaitu menggunakan metode penelitian hukum normatif (Suteki & Taufani, 2019). Alasan pemilihan metode penelitian ini dikarenakan karakteristik tujuan penelitian untuk menganalisis pengaturan perlindungan Merek produk UMKM di Indonesia berdasarkan landasan filosofis, landasan yuridis, dan landasan sosiologis Kajian filosofis dalam pengaturan Merek (Disemadi, 2022a). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan

perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Penelitian ini akan meninjau peraturan perundang-undangan Indonesia (Nurhayati et al., 2021), mengenai hak kekayaan intelektual khususnya mengenai Merek yang kemudian dilakukan analisis mengenai perlindungan hukum atas hak Merek, terutama terhadap pelaku UMKM. Data yang dipergunakan adalah data sekunder, yakni data yang sejatinya sudah tersedia dan terkompilasi sehingga peneliti dipermudah dalam memperoleh data karena ia tinggal mencari dan mengumpulkan data ini dari sumber yang menyediakannya (Tan, 2021). Dalam penelitian ini, sumber data sekunder berupa UU Merek dan Indikasi Geografis, buku, jurnal ilmiah, dan publikasi internet seperti artikel yang berkaitan dengan pembahasan topik penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan (*library research*). Hasil yang didapatkan dengan mengumpulkan sumber-sumber peraturan perundangan mengenai hak Merek. Dengan menggunakan metode ini akan memberikan gambaran umum tentang suatu topik penelitian dan membantu penulis menarik kesimpulan yang tepat.

Hasil dan Pembahasan

A. Pengaturan Perlindungan Merek Produk UMKM di Indonesia

Merek merupakan salah satu bentuk seni intelektual yang digunakan untuk membedakan jenis dan jasan yang diproduksi oleh suatu perusahaan yang di maksud untuk menunjukkan berbagai rupa dan asal usul komponen yang tercantum (Hawin & Riswandi, 2017). Merek memiliki jiwa yang penting tidak hanya bagi produsen, melainkan bagi konsumen (Arista & Astuti, 2011). Tentu bagi produsen Merek berguna untuk membedakan produk yang dimiliki dengan produk lain yang sejenis. Bagi konsumen, Merek digunakan sebagai cerminan gengsi dalam menentukan suatu produk. Merek dapat menjadi aset bisnis yang luar biasa harganya dan bagian dari reputasi bisnis perusahaan (Mamahit, 2013; Winatapradja, 2013). Merek merupakan salah satu bagian dari hak kekayaan intelektual yang menjadi aktor dalam menekan jumlah praktik nakal yang dilakukan oleh pelaku usaha (Balqis & Santoso, 2020). Banyaknya rintangan tentu akan menerpa para pelaku UMKM. Ketakutan yang paling menghantui pikiran Mereka adalah adanya tindak pemalsuan Merek yang dilakukan oleh oknum yang tidak

bertanggung jawab (Nadhiashary, 2013). Hal demikian dilakukan memiliki maksud yaitu adalah mengeluarkan modal yang sangat sedikit dan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda dengan cara yang tidak halal.

Merek merupakan satu dari banyaknya bentuk kekayaan intelektual yang akan sangat dilindungi hukum secara penuh (Shaleh & Trisnabilah, 2020). Sesuai UU Merek dan Indikasi Geografis dijelaskan pada Pasal 1 Ayat (1), Merek mempunyai arti sebagai gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, skema warna, format 2D dan/atau 3D, suara, hologram, atau anda dapat menampilkan secara grafis kombinasi dari dua atau lebih elemen ini untuk membedakan antara barang dan/atau jasa yang dibuat oleh orang perseorangan atau badan hukum dalam proses perdagangan barang dan/atau jasa. Merek tergolong menjadi 2 (dua) jenis yakni Merek dagang dan Merek jasa (Al-Fatih, 2021; Nopiana & Disemadi, 2021). Merek dagang merupakan suatu Merek yang melekat dengan produk atau barang yang akan diperdagangkan oleh seseorang atau badan hukum, Merek jasa adalah Merek yang melekat pada suatu usaha yang

memperdagangkan jasa yang dibuka oleh seseorang atau badan hukum.

Hak atas Merek akan didapatkan oleh setiap insan bahkan badan hukum secara pasti jika telah mendaftarkan Merek dagang atau Merek jasanya dan diterima oleh Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI). Definisi hak atas Merek dinyatakan bahwa hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam daftar umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Masnun & Roszana, 2019). Hak tersebut meliputi pemakaian Merek yang sudah terdaftar secara pribadi atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Betlehn & Samosir, 2018). Hak atas Merek tersebut memiliki maksud agar terhindar dari praktik nakal yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab serta dapat menyebabkan kerugian yang dialami oleh pemilik Merek (Balqis, 2021). Pelaku usaha tidak boleh menganggap sepele, Merek merupakan salah satu hak kekayaan intelektual perusahaan yang harus dilindungi oleh perusahaan dengan cara didaftarkan. Merek yang

didaftarkan dapat digunakan sebagai alat bukti di pengadilan bagi pemilik yang didaftarkan (Purwaningsih, 2012). Teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon merupakan teori yang digunakan sebagai dasar analisa dalam penelitian ini. Perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif merupakan jenis perlindungan hukum. Perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan hukum yang memiliki peran untuk memproteksi terjadinya suatu permasalahan atau sengketa seperti plagiasi, pemalsuan, penggelapan suatu karya kekayaan intelektual. Berbeda dengan hal diatas, perlindungan hukum represif merupakan jalan untuk menyelesaikan permasalahan atau sengketa yang terjadi agar mendapat keadilan bagi pelanggar hak kekayaan intelektual.

Menurut UU Merek dan Indikasi Geografis Pasal 1 angka 5 menyatakan bahwa *“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”*. Pada dasarnya hak Merek pada dasarnya adalah hak eksklusif. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak

Cipta membagi hak eksklusif menjadi 2 hak, yaitu hak moral dan hak ekonomi (Risandi & Disemadi, 2022). Hak moral merupakan hak secara abadi akan terus melekat pada diri seorang pencipta (Entjarau, 2021). Hak ekonomi ialah hak yang memberi manfaat ekonomi kepada pencipta. Undang-Undang Merek menyebutkan bahwa kedua hak tersebut merupakan hak eksklusif yang hanya ditujukan kepada pencipta, dengan begitu pihak yang ingin menggunakan karya tersebut maka harus ada persetujuan dari pencipta.

Perlindungan hukum atas Merek menjadi hal yang penting mengingat pesatnya perdagangan dunia saat ini. Sebagai pihak yang belum mendaftarkan hak atas Merek, apabila terdapat tindakan yang merugikan, pemilik Merek tidak dapat menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan kasus pelanggaran Merek (Kamila & Khairani, 2020). Penyelesaian kasus pelanggaran Merek bertujuan agar pelaku pelanggaran Merek tidak lagi memakai Merek yang menyerupai pada pokoknya atau keseluruhannya dari Merek terkenal atau bahkan menghentikan aktivitas produksinya (Gultom, 2018; Ilmansyah & Rusdiana, 2021; Nafri, 2018). Menciptakan suatu hasil karya intelektual tentu memerlukan

ekstra waktu, tenaga, imajinasi dan uang yang tidak sedikit, pembuatan Merek contohnya. Berbagai macam hal yang dapat dilakukan maka suatu Merek yang berkelas akan tercipta dari orang tersebut. (Tampi, 2020). Indonesia dalam pengaturan Merek menganut asas *first to file system*, berarti perlindungan hukum dari sebuah Merek hanya akan diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran untuk Merek tersebut. Negara tidak memberikan pendaftaran untuk Merek yang memiliki persamaan dalam hal apapun terhadap Merek yang telah diajukan terlebih dahulu.

Berdasarkan Pasal 20 UU Merek dan Indikasi Geografis, jika Merek tersebut mengandung unsur-unsur di bawah ini, maka Merek tidak dapat didaftarkan, yaitu 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. Sementara penolakan permohonan Merek terdapat pada Pasal 21 UU Merek dan Indikasi Geografis pada ayat (1), (2), dan (3).

Pendaftaran Merek di Indonesia harus berdasarkan peraturan yang ada yaitu dimuat dalam bab III UU Merek dan Indikasi Geografis lebih spesifik pada Pasal 4 ayat (1) yang berbunyi “Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya Menteri secara elektronik atau nonelektronik dalam bahasa Indonesia”. Dengan melalui beberapa syarat yang harus dipenuhi: a) tanggal, bulan dan tahun permohonan, b) nama lengkap, kewarganegaraan dan alamat pemohon, c) nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa d) warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna, e) nama Negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas, dan f) kelas barang

dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa. Adapun pengaturan kembali perihal ketentuan lebih lanjutnya mengenai syarat dan tata cara permohonan yang disebutkan dalam Pasal 8 UU Merek dan Indikasi Geografis bersangkutan pada Peraturan Menteri, ialah Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek berisikan beberapa ruang lingkup dari Peraturan Menteri ini, yaitu : a) syarat dan tata cara permohonan, b) kelas barang atau jasa, c) penolakan permohonan, d) perbaikan sertifikat Merek terdaftar, e) syarat dan tata cara permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan Merek terdaftar, f) syarat dan tata cara permohonan pencatatan perubahan nama dan/atau alamat, g) syarat dan tata cara permohonan pencatatan pengalihan hak atas Merek, h) permohonan pendaftaran Merek kolektif, dan i) petikan resmi sertifikat.

Pasal 28 UU Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan “Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu sepuluh (10) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang”. Pasal tersebut berarti bahwa Undang-Undang Merek yang berlaku saat ini memberikan

perlindungan terhadap Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 UU Merek dan Indikasi Geografis, yaitu selama sepuluh (10) tahun lamanya. Jangka waktu perlindungan tersebut dapat diperpanjang lagi dengan mengajukan permohonan perpanjangan perlindungan terhadap Merek yang sama. Pemberian sanksi hukum merupakan bagian dari upaya pemberian perlindungan hukum bagi pemilik Merek yang sah.

Merek bertujuan untuk menghindari pembeli dan masyarakat umum dari kebingungan tentang suatu produk usaha untuk menaungi pemegang Merek dagang yang tidak terdaftar dan pelaku UMKM dengan terdapatnya permohonan pendaftaran Merek dagang tidak terdaftar yang digunakan oleh orang lain, ada usul dari para ahli hukum Merek untuk menghadirkan prinsip pemulihan bersama atau solusi gabungan (Ramadhani, 2022). Setiap sistem proteksi memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Ketika perlindungan gabungan diterapkan, penggunaan awal dapat mengarah pada hak Merek dan pendaftaran adalah bentuk penggunaan atau berfungsi untuk membuktikan persyaratan

penerapan hak khusus tersebut (Ramadhani, 2022). Tujuan penerapan asas pendaftaran ini adalah untuk menjamin kepastian hukum yang esensial bagi pelaku ekonomi, namun penggunaan sistem pendaftaran ini mengecualikan hak tersebut melalui pemanfaatan celah hukum dalam sistem pendaftaran Merek konstituen.

B. Politik Hukum Pembentukan Pengaturan Perlindungan Merek di Indonesia

Meningkatnya pengetahuan teknologi dan informasi saat ini sudah tidak dapat ditahan lagi. Perkembangan pengetahuan teknologi dan informasi tentu roda perputaran perekonomian juga akan naik melambung tinggi (Alamanda, 2022). Pada negara-negara berkembang khususnya Indonesia, kehidupan ekonomi dikontrol oleh norma-norma hukum guna untuk menghindari perilaku nakal oleh pelaku usaha (Disemadi & Mustamin, 2020). Jika berbicara mengenai kehidupan ekonomi tentu sangat berkaitan erat dengan dunia perdagangan (Jotyka & Suputra, 2021), disini Merek merupakan salah satu aspek terpenting dalam perdagangan. Seperti yang diketahui bahwa Merek memiliki fungsi sebagai alat pembeda terhadap produk yang lainnya dengan maksud untuk

memberikan informasi dan pengetahuan terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen (Mulyani, 2014). Saat ini, Merek menjadi aset yang begitu berharga bagi para perusahaan atau produseen. Merek juga dapat menjadi acuan parameter terkait baik atau buruknya reputasi perusahaan itu sendiri (Anjungroso, 2014).

Maraknya pembajakan terhadap Merek dapat berdampak bertambahnya citra buruk Indonesia di mata dunia terhadap perlindungan kekayaan intelektual. Perlindungan terhadap suatu Merek telah diatur sejak munculnya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961, dalam undang-undang tersebut perlindungan Merek masih menggunakan sistem deklaratif, maksudnya adalah suatu sistem memperoleh perlindungan hukum dengan cara siapa yang menggunakan paling duluan di Indonesia (Gautama & Winata, 1993). Sistem pendaftaran deklaratif pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 dapat diketahui dari ketentuan pasal 2 ayat (1) yang menyebutkan: “Hak khusus untuk memakai suatu Merek guna membedakan barang-barang hasil perusahaan atau barang-barang perniagaan seseorang atau suatu badan dari barang barang orang lain atau

badan lain kepada barang siapa yang untuk pertama kali memakai Merek itu untuk keperluan tersebut diatas di Indonesia”.

Didalam hal ini diyakini bahwa sistem deklaratif dirasa masih kurang dalam menjamin kepastian hukum (Darwati, 2013). Pada kenyataannya sistem deklaratif ini menimbulkan banyak kasus Merek dalam sektor perdagangan, sistem ini menyebabkan potensi untuk melakukan tindakan pembajakan terhadap Merek yang sudah memiliki reputasi yang bagus dan terkmal di masyarakat. Waktu demi waktu sistem deklaratif dalam perlindungan Merek mulai ditinggalkan seiring dengan terciptanya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 yang kemudian direvisi dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, selanjutnya direvisi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menganut perlindungan Merek dengan sistem konstitutif. Dengan demikian UU Merek dan Indikasi Geografis dalam menjalankan fungsinya sebagai sarana pengendali dan perubahan sosial, berkaitan dengan menghargai kreasi (Merek) pihak lain memiliki tujuan untuk menciptakan

tatanan masyarakat yang tertib, damai, adil yang ditunjang dengan kepastian hukum melalui prinsip konstitutif dengan mengharmonisasikan kepentingan individu dan masyarakat dapat terlindungi secara seimbang (Muhammad, 2007).

Landasan Filosofis, segala bentuk pembangunan harus berangkat dari nilai-nilai Pancasila, karena pada hakikatnya pancasila merupakan tonggak konvergensi berbagai gagasan dan pemikiran mengenai dasar falsafah kenegaraan yang didiskusikan secara mendalam oleh para pendiri negara. Meski Indonesia menjadi anggota Organisasi Perdagangan Dunia, dan meratifikasi beberapa konvensi internasional dibidang hak kekayaan intelektual, serta berkewajiban melindungi kepentingan pemilik Merek yang sebenarnya, dan beritikad baik dapat melindungi khalayak ramai terhadap tiruan atau pemalsuan barang-barang dan jasa yang membonceng suatu barang atau jasa yang sudah terkenal sebagai barang dan jasa yang bermutu baik dan unggul.

Pancasila menjadi kesepakatan luhur (*modus vivendi*) yang kemudian ditetapkan sebagai dasar ideologi negara. Dalam hal ini, upaya dalam pencegahan tindak pembajakan Merek

merupakan salah satu aspek cita-cita Pancasila, Pancasila menjadi dasar rasional mengenai asumsi tentang hukum yang akan dibangun sekaligus sebagai orientasi yang menunjukkan kemana bangsa dan negara harus dibangun. Keseimbangan dan berkeadilan dalam mengimplementasi sistem Merek dengan tetap memperhatikan kepastian hukum dalam penegakan hukumnya, tetapi juga tetap memperhatikan kepentingan ekonomi nasional secara umum merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam landasan yuridis, dan sosial yang termaktub dalam UU Merek dan Indikasi Geografis. Oleh karena itu, meski pemilik Merek terdaftar memiliki hak eksklusif atas pendaftaran Mereknya, namun pendaftaran Merek itu dapat dihapuskan apabila tidak digunakan setelah jangka waktu tertentu. Selain itu, jangka waktu perlindungan Merek pun dibatasi selama 10 tahun, dan akan bisa digunakan dan didaftarkan oleh pihak lain apabila pemilik Merek awal itu tidak mengajukan permohonan perpanjangan atas Merek terdaftarnya.

Landasan Yuridis, sejak Indonesia menjadi anggota WTO dengan disahkannya UU No. 7 Tahun 1994 Tentang *Agreement Establishing the*

World Trade Organization, yang memuat lampiran tentang *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*, maka Indonesia telah menetapkan dirinya sebagai negara yang terbuka bagi perdagangan dan lalu lintas Internasional. Globalisasi utamanya berawal pada perubahan dan perkembangan di bidang ekonomi untuk menuju tataran ekonomi antar bangsa yang adil dan kesejahteraan untuk sebagian besar masyarakat dunia. Globalisasi mengandung makna yang dalam dan terjadi di segala aspek kehidupan seperti ekonomi, politik, sosial budaya, ilmu pengetahuan, teknologi dan sebagainya. Indonesia sebagai anggota WTO wajib ikut serta dan meratifikasi seluruh perjanjian dan kesepakatan yang ditentukan oleh organisasi tersebut. Keadaan ini menuntut Indonesia untuk segera menyesuaikan dan mengharmonisasikan dengan berbagai perangkat peraturan perundang-undangan.

Dalam era perdagangan bebas, hak kekayaan intelektual merupakan faktor penting dalam menciptakan sistem perdagangan bebas yang adil, dimanama salah tersebut sangat memegang peranan penting, terutama untuk melindungi khalayak ramai

terhadap tiruan atau pemalsuan barang-barang dan jasa yang membongceng suatu barang atau jasa yang sudah terkenal sebagai barang dan jasa yang bermutu baik dan unggul (Dewi, 2021). Salah satu ketentuan dalam WTO adalah aspek-aspek dagang yang terkait dengan hak kekayaan intelektual atau *Agreement on Trade Related Aspect of Intellectual Property Right (TRIPs)*. Persetujuan TRIPs merupakan Persetujuan yang mengatur tentang Aspek-aspek Perdagangan yang mensyaratkan adanya perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual yang merupakan standar internasional dan harus dipakai berkenaan dengan hak kekayaan intelektual, termasuk Merek. Sejak berlakunya UU No. 15 tahun 2001, dalam praktiknya masih ditemui kendala-kendala. UU No. 15 Tahun 2001 tidak sesuai dengan perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat, dan harus dirubah dengan melakukan penyesuaian dengan konvensikonvensi di bidang Merek, baik yang sudah diratifikasi yaitu Persetujuan TRIPs, Konvensi Paris dan *Trademark Law Treaty*, maupun konvensi yang akan di ratifikasi, yaitu Protokol Madrid.

Landasan Sosiologis, bagi negara–negara anggota WTO,antisipasi

terhadap liberalisasi perdagangan (termasuk pelaksanaan TRIPs), tidak cukup hanya dengan menyiapkan perangkat peraturan perundangundangan. Perlindungan Merek sangat penting dalam suatu negara sebagai suatu hak yang dihasilkan oleh kemampuan intelektualita manusia dan oleh karena itu Merek perlu mendapatkan perlindungan hukum yang memadai sesuai dengan ketentuan-ketentuan sebagaimana diatur dalam Persetujuan TRIPs (Sinaga, 2020). Merek sebagai aset individu maupun perusahaan dapat menghasilkan keuntungan besar apabila dikelola dengan baik serta memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik pula. Merek merupakan karya intelektual yang memiliki nilai ekonomi, dan dapat meningkatkan nilai tambah (*added value*) atau daya saing terhadap produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Merek merupakan hak eksklusif dan merupakan karya intelektual yang memiliki nilai ekonomi yang dapat meningkatkan nilai tambah atau daya saing terhadap produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan.

Sistem konstitutif (*first to file*) merupakan sebuah sistem yang berlaku di Indonesia dalam hal untuk

pendaftaran suatu Merek (Pangestu, 2022). Pada sistem konstitutif ini akan mendapatkan perlindungan hukum secara penuh apabila seseorang telah mendaftarkan Merek nya untuk pertama kalinya di Indonesia. Sistem Konstitutif di Indonesia saat ini adalah hal utama dalam mendapatkan hak suatu Merek. Sehingga siapa yang mendaftarkan duluan adalah pemilik utama Merek tersebut. Sistem pendaftaran Merek pada UU Merek dan Indikasi Geografis masih sama dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yaitu *first to file system*. Hal tersebut ditegaskan dalam Pasal 33 UU Merek dan Indikasi Geografis yang substansinya adalah “Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar”.

Pemerintah perlu menciptakan kebijakan iklim investasi yang kondusif dan kebijakan mengenai: 1. Penghargaan terhadap Merek lokal, agar dapat bersaing dengan merek asing; 2. Memotivasi masyarakat agar tumbuh sikap sadar terhadap merek-merek lokal untuk meningkatkan produksi dalam negeri 3. Menjamin kepastian hukum bagi pemilik Merek. Kesan kualitas bisa didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk

atau jasa layanan yang berkenaan dengan maksud yang diharapkan. Kesan kualitas adalah pertama-tama sebuah persepsi para pelanggan. Kesan kualitas merupakan suatu perasaan yang tak nampak dan menyeluruh mengenai suatu Merek produk dan/atau jasa (Fitriyah & Iriani, 2014). Akan tetapi biasanya kesan kualitas didasarkan pada dimensi-dimensi yang termasuk dalam karakteristik produk tersebut dimana Merek dikaitkan dengan hal-hal seperti keandalan dan kinerja. Merek memiliki fungsi sebagai tanda pembeda, jaminan kualitas dan tanda asal barang, memegang peranan penting dalam era perdagangan bebas (Mahdi et al., 2016).

C. Peran Pemerintah Terhadap Pelaksanaan Perlindungan Merek UMKM

Dalam prinsip *good governance*, proses penyelenggaraan pemerintah merupakan suatu ukuran bagi pemerintah dengan tujuan mewujudkan pemerintah yang bersih, demokratis, transparan, tanggungjawab, serta efektif dan efisien (Florensina, 2012). *Good governance* memiliki arti menjunjung tinggi aspek-aspek dalam kehidupan berbangsa dan bernegara yang memiliki hubungan dengan kepemimpinan. *Good governance* merupakan bentuk nyata dalam penyelenggaraan pemerintahan

negara yang bersih atau tata kelola yang baik dan benar (Saragih, 2012). Mengenai Good Governance di atas, dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah pasal 58 menyebutkan dalam menyelenggarakan Pemerintahan daerah berpedoman pada asas penyelenggaraan pemerintahan negara yang terdiri atas: a. kepastian hukum; b. tertib penyelenggara negara; c. kepentingan umum; d. keterbukaan; e. proporsionalitas; f. profesionalitas; g. akuntabilitas; h. efisiensi; i. efektivitas; dan j. keadilan.

Melindungi seluruh rakyat Indonesia merupakan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh pemerintah. Dalam hal ini perjanjian TRIP's menjembatani negara-negara dengan perangkat hukum negaranya masing-masing, Indonesia turut serta mengaplikasikan UU kekayaan intelektual untuk kepentingan nasional. Dalam perjanjian TRIP's masalah penegakan hukum diatur pada bagian III Pasal, pada Pasal 41 sampai dengan Pasal 61, pada Pasal 41 ayat 1 TRIP's mengatakan bahwa menjadi kewajiban negara peserta menjamin prosedur penegakan hukum yang dapat diterapkan dalam hukum negara peserta perjanjian, seperti

dimungkinkannya melakukan tindakan efektif terhadap setiap perbuatan melanggar hak kekayaan intelektual yang dilindungi perjanjian ini, sedangkan pada Pasal 2 dijelaskan bahwa prosedur penegakan hak kekayaan intelektual pada Indikasi Geografis harus dilaksanakan secara adil dan setara (*fair and equitable*). Dengan ini penulis mencoba untuk menguraikan bentuk-bentuk tanggung jawab pemerintah dalam melindungi hak atas Merek antara lain sebagai berikut:

1. Kontribusi Pemerintah Daerah

Adanya negara karena demi kesejahteraan bersama. Negara memiliki kewajiban untuk mewujudkan keseluruhan kondisi hidup kemasyarakatan, memungkinkan baik kelompok maupun pribadi perorangan anggota masyarakat (Soetoprawiro, 2007). Minimnya perhatian Pemerintah Daerah menjadi salah satu aspek yang membuat Indikasi Geografis kurang dipahami oleh masyarakat lokal (Aridhayandi, 2018). Indikasi Geografis merupakan aspek yang berharga apabila digunakan oleh pemerintah secara bijak dan bijaksana guna mensejahterakan masyarakat di suatu negara khususnya yang berada di daerah. Oleh karena itu, demi kesejahteraan masyarakat lokal

maka diperlukannya perlindungan hukum (Yessiningrum, 2015).

Daerah turut berperan dalam sumber kekayaan intelektual yang memiliki tugas untuk menjaga serta melindungi sumber daya alam disekitarnya agar tidak dimanfaatkan dan dikelola pihak asing sehingga timbulnya kecurangan terhadap kekayaan yang ada. Secara konsep, daerah juga memiliki hak untuk melakukan pengelolaan atas kekayaan intelektual untuk mengidentifikasi produk yang mempunyai potensi indikasi geografis dari masyarakat (Jened, 2015).

Pemerintah Daerah memiliki peran penting dalam urusan pembinaan dan pengawasan Indikasi Geografis. Dengan adanya Pasal 70 dan 71 UU Merek dan Indikasi Geografis. Pemerintah Daerah harus memaksimalkan kewenangan yang telah diberikan. Tidak hanya pendaftaran suatu produk saja. Selanjutnya, dalam pelaksanaan pembinaan dan pengawasan Indikasi Geografis, Pemerintah Daerah harus memperhatikan tata kelola Pemerintahan yang baik (Good Governance). Pemerintah Daerah dalam hal kewenangannya tersebut, jika tidak menjalankan dapat mengakibatkan

penghapusan Indikasi Geografis yang telah didaftarkan sesuai dengan Pasal 61 UU Merek dan Indikasi Geografis.

2. Kegiatan Sosialisasi

Bagi Indonesia khusus mengenai Indikasi Geografis dilakukan masih pada tahapan sosialisasi kepada masyarakat. Tujuannya adalah agar peraturan yang ditetapkan diketahui, dipahami dan dilaksanakan. Fiksi hukum bahwa “setiap orang dianggap mengetahui hukum” benar-benar tidak realistik terutama pada masyarakat yang bersifat multi etnik dan agama serta masih jauh dari jangkauan informasi, termasuk informasi hukum (Alfons, 2020). Pendalaman sosialisasi ini diperuntukan terutama apabila adanya intervensi pihak luar kedalam komunitas tertentu. Apalagi dalam perkembangan teknologi dan informasi saat ini di mana sumber daya alam masyarakat lokal menjadi acuan dalam melakukan persaingan tidak sehat guna menguntungkan negara-negara maju.

Dalam UU Merek dan Indikasi Geografis telah diatur secara jelas terkait peran Pemerintah Daerah dalam melindungi Indikasi Geografis. Fakta dilapangan justru berbanding terbalik, keterlibatan Pemerintah dalam hal ini belum terlihat sepenuhnya (Alghifari, 2021). Aksi sosialisasi malah sering

dilakukan oleh pegiat atau pembina UMKM setempat dengan menggelontorkan dana pribadi untuk kegiatan pelatihan. Jika ditelaah kembali, Pasal 53 ayat (3) UU Merek dan Indikasi Geografis justru memberikan ruang yang lebih kepada pemerintah untuk aktif dalam berpartisipasi sebagai pemohon dalam hal pendaftaran (Tommy, 2017).

3. Pendaftaran Hak

Pendaftaran Merek merupakan hal yang sangat penting di era globalisasi saat ini. Dalam UU Merek dan Indikasi Geografis juga mengisyaratkan bagi para pelaku usaha untuk segera mendaftarkan Mereknya (Kesowo, 1998). Sejumlah keuntungan besar akan dirasakan dan diperoleh oleh pelaku UMKM apabila telah mendaftarkan Mereknya (Kuasa & Disemadi, 2022). Apalagi dimasa saat ini yang mana para pelaku UMKM pelan-pelan mulai membangun usahanya kembali sejak masa pandemi Covid-19 lalu. Keuntungan yang paling utama adalah mendapatkan perlindungan hukum secara penuh atas Merek yang didaftarkan (Mamahit, 2013). Mendapatkan hak atas Merek juga merupakan keuntungan yang akan diperoleh oleh pelaku UMKM (Anugraheni, 2017). Pendaftaran Merek

memberikan perlindungan hukum yang lebih besar dalam pengadilan apabila suatu saat produk/jasa yang dimiliki oleh pelaku UMKM dipalsukan atau digandakan tanpa sepengetahuan pelaku usaha. Pendaftaran Merek ini membantu UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang ketat di masa yang akan datang.

Pendaftaran adalah bentuk perlindungan hukum yang menimbulkan kepastian hukum (Lobo & Wauran, 2021), oleh karena itu menurut sistem konstitutif yang dianut oleh menentukan bahwa hak Merek hanya dapat diakui dan dilindungi oleh undang-undang apabila didaftarkan. Perlindungan atas produk-produk lokal di Indonesia menganut sistem pendaftaran seperti halnya sistem pendaftaran Merek yakni *first to file* (Karina & Njatrijani, 2019), dengan begitu terjaminnya suatu kepastian hukum karena mendapat bukti tulis berupa sertifikat, dimana sertifikat yang diberikan mempunyai kekuatan hukum untuk melindungi produk-produk lokal yang didaftarkan. Pendaftaran Merek melahirkan hak eksklusif kepada pemilik Merek untuk dalam jangka waktu tertentu (selama 10 tahun, dan bisa diperpanjang setiap sepuluh tahun sekali) menggunakan

sendiri Merek tersebut atau memberi ijin kepada pihak lain untuk menggunakan Mereknya tersebut melalui suatu perjanjian (Mayana, 2004).

Kesimpulan

Pelanggaran Merek di Indonesia ternyata masih cukup banyak ditemukan. Kemajuan teknologi dan informasi tidak selalu berdampak positif, ada yang memanfaatkannya sebagai cara untuk mendapat keuntungan dengan cara memalsukan suatu Merek. Perlindungan hukum bagi pemilik Merek yang sah telah diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis yang dimaksudkan untuk memberikan hak yang sifatnya eksklusif bagi pemilik Merek (*exclusive right*). Sistem pendaftaran Merek di Indonesia saat ini adalah sistem konstitutif, oleh karena itu bagi pelaku usaha disarankan agar dengan cepat mendaftarkan Merek dagang dan/atau jasa ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). UU Merek dan Indikasi Geografis saat ini menjadi senjata bagi para pelaku kejahatan Merek, dengan segala isi dan manfaatnya telah ditelaah terlebih dahulu yang dilihat dari beberapa landasan. Demi mewujudkan kemajuan bangsa tentu pihak Pemerintah turut membimbing para pelaku usaha

terutama bagi pemilik Merek agar terhindar dari permasalahan yang suatu saat nanti akan menimpa. Tugas Pemerintah dalam hal ini cukup berat karena bagaimana caranya untuk berkontribusi dalam memajukan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM serta memberantas tindakan pembajakan serta pemalsuan Merek.

Daftar Pustaka

- Al-Fatih, S. (2021). Analisis Keterhubungan Konsep Merek dengan Nama Domain: Kajian Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Journal of Judicial Review*, 23(2), 257–264.
- Alamanda, A. E. (2022). Empowerment Community Welfare After the Pandemic in Indonesia: The Role of Fintech? *Journal of Judicial Review*, 24(2), 209–224. <https://doi.org/10.37253/jjr.v24i2.7223>
- Alfons, M. (2020). Tanggung Jawab Pemerintah atas Perlindungan Hukum Geografis Berdasarkan Pasal 20 Tahun 2016. *Jatiswara*, 35(3).
- Alghifari, M. M. (2021). *Perspektif Hukum Kekayaan Intelektual terhadap Pendaftaran Indikasi Geografis Salak Sidempuan*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Anjungroso, F. (2014). *Teknologi Sepatu Lari Nike Terinspirasi dari Lompatan Astronot*. *Tribun Lifestyle*.
- Anugraheni, L. M. (2017). Pentingnya Pendaftaran Merek Suatu Produk. *Admisi Dan Bisnis*, 15(3), 209–214.
- Aridhayandi, M. R. (2018). Peran Pemerintah Daerah dalam Pelaksanaan Pemerintahan yang Baik (Good Governance) di Bidang Pembinaan dan Pengawasan Indikasi Geografis. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(4), 883–902.
- Arista, D., & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah ASET*, 13(1), 37–45.
- Asmarita, A., Yulyana, E., & Aryani, L. (2021). Gallery Usaha Mikro Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Karawang. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 396–399.
- Balqis, W. G. (2021). Perlindungan Merek sebagai Hak Kekayaan Intelektual: Studi di Kota Semarang, Indonesia. *Journal of Judicial Review*, 23(1).
- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(2), 205–221.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), 1–11.
- Darwati. (2013). Tinjauan Yuridis Tentang Peranan Merek dalam

- Praktek Perniagaan Berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001. *Constitutum*, 12(2).
- Dewi, N. M. T. (2021). Perlindungan Hukum Hak Merek dalam Persaingan Pasar Bebas di Indonesia. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 4(2), 397–404.
- Disemadi, H. S. (2022a). Lenses of Legal Research: A Descriptive Essay on Legal Research Methodologies. *Journal of Judicial Review*, 24(2), 289–304. <https://doi.org/10.37253/jjr.v24i2.7280>
- Disemadi, H. S. (2022b). Contextualization of Legal Protection of Intellectual Property in Micro Small and Medium Enterprises in Indonesia. *LAW REFORM*, 18(1), 89–110. <https://doi.org/10.14710/lr.v18i1.42568>
- Disemadi, H. S., & Mustamin, W. (2020). Pembajakan Merek dalam Tatanan Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 6(1), 83–94.
- Dwipayani, D. M., & Fazriyah, N. (2021). Perkara Penolakan Pembatalan Merek Terdaftar dalam Gugatan Perdata Analisis Putusan Pengadilan Niaga Jakarta Pusat Nomor 02/Merek/2002/PN.Niaga.JKT.P ST. *Ganesha Law Review*, 3(2), 97–110.
- Entjarau, V. G. (2021). Tinjauan Yuridis Pengalihan Hak Moral dan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. *Lex Privatum*, 9(6).
- Fitriyah, R., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Negara Asal terhadap Persepsi Kualitas. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(4), 1562–1572.
- Florensina, E. Y. (2012). Analisis Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2009–2010. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Gautama, S., & Winata, R. (1993). *Hukum Merek Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gultom, M. H. (2018). Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar terdaftar Pelanggaran Merek. *Warta Dharmawangsa*, 56.
- Hanuka, K., & Supanto. (2020). Pertanggungjawaban Pidana terhadap Pemalsuan Merek Helm Sebagai Tindak Pidana Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Hukum Pidana Dan Penanggulangan Kejahatan*, 9(3).
- Hawin, M., & Riswandi, B. A. (2017). *Isu-isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ilmansyah, D. R. R., & Rusdiana, E. (2021). Pemalsuan Merek Oli di Bengkel "Sinar Jaya Motor (SJM) di Kabupaten Lamongan. *Novum: Journal Hukum*, 51–60.
- Jayani, D. H. (2021). *Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Terus*

Meningkat. Databoks.

- Jened, R. (2015). *Hukum Merek (Trademark Law): Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Jotyka, G., & Suputra, I. G. K. R. (2021). Prosedur Pendaftaran dan Pengalihan Merek serta Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal Menurut Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001. *Ganesha Law Review*, 3(2), 125–139.
- Kamila, A., & Khairani, K. (2020). Pentingnya Pendaftaran Merek untuk Memperoleh Perlindungan Hukum terhadap Merek (Suatu Penelitian pada Pengguna Merek Kopi Cek Mad). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, 4(4), 678–685.
- Karina, R. M. P., & Njatrijani, R. (2019). Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Dahang IKEA atas Penghapusan Merek Dagang. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(2), 194–212.
- Kesowo, B. (1998). *Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia*. Sambutan arahan Seminar Nasional Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia, Fakultas Hukum Umeversitas Parahiyangan–Perhimpunan Masyarakat HAKI Indonesia–United States Information Service, Fakultas Hukum UNPAR.
- Kuasa, D. A., & Disemadi, H. S. (2022). Urgensi Pendaftaran Merek bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Yustisiabel*, 6(1), 1–23.
- Limanseto, H. (2021). *Dukungan Pemerintah bagi UMKM agar Pulih di Masa Pandemi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Lobo, L. P., & Wauran, I. (2021). Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) dalam Hukum Merek Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 50(1), 70–83.
- Mahdi, F., Santoso, B., & Mahmudah, S. (2016). Merek Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan Merek Bersama untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Implementasi Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Merek Genteng Sokka Kabupaten Kebumen). *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1–18.
- Mamahit, J. (2013). Perlindungan Hukum atas Merek dalam Perdagangan Barang dan Jasa. *Lex Privatum*, 1(3).
- Masnun, M. A., & Roszana, D. (2019). Persoalan Pengaturan Kewajiban Pemegang Paten untuk Membuat Produk atau Menggunakan Proses di Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 26(2), 326–348.
- Mayana, R. F. (2004). *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam era Perdagangan Bebas*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Muhammad, A. (2007). *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Mulachela, H. (2021). *UMKM Adalah:*

- Ciri, Peran, dan Faktor Perkembangannya*. Finansial. <https://doi.org/10.31599/krtha.v16i2.1151>
- Mulyani, A. (2014). Perilaku Konsumen untuk Membeli TV Merek LG. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 10(4).
- Nadhiashary, H. I. (2013). *Dilusi Merek terhadap Pemegang Merek Terkenal*. Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Airlangga.
- Nafri, M. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 2(1), 52–67.
- Nopiana, N., & Disemadi, H. S. (2021). Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Hak Merek: Suatu Kajian Komparatif antara Jepang dan Indonesia. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 4(2).
- Nurhayati, Y., Ifrani, I., & Said, M. Y. (2021). Metodologi Normatif dan Empiris dalam Perspektif Ilmu Hukum. *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia*, 2(1), 1–20.
- Pangestu, A. P. (2022). *Pelaksanaan Prinsip First to File dalam Perlindungan Merek Asing Yoshimura di Indonesia*. Jurnal Ilmiah, Fakultas Hukum, Universitas Mataram.
- Purwaningsih, E. (2012). *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Lisensi*. Bandung: Mandar Maju.
- Putra, M. D. R., & Disemadi, H. S. (2022). Counterfeit Culture dalam Perkembangan UMKM: Suatu Kajian Kekayaan Intelektual. *KRTHA BHAYANGKARA*, 16(2), 297–314.
- Ramadhani, T. (2022). *Perlindungan Hukum terhadap Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terkait Merek yang Tidak terdaftar di Indonesia*. Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas 17 Agustus 1945.
- Risandi, K., & Disemadi, H. S. (2022). Pemalsuan Merek Sepatu di Indonesia: Pengaturan dan Sanksi? *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 8(2), 315–326.
- Riswandi, B. A. (2020). *Implikasi Pemberlakuan UU Cipta Kerja terhadap UU Merek dan Paten dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Indonesia*. Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia.
- Saragih, J. (2012). Reformasi Aparatur Negara untuk Melaksanakan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dan Benar (Good Governance). *Jurnal Ilmiah Widya*, 29(319).
- Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. (2020). Perlindungan Hukum terhadap Persamaan Merek untuk Barang atau Jasa yang Sejenis: Studi Merek Bossini. *Journal of Judicial Review*, 22(2).
- Sinaga, N. A. (2020). Pentingnya Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual bagi Pembangunan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 6(2).
- Soetoprawiro, K. (2007). *Hukum bagi Si Miskin: Kasus Hukum Pertanian: Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan*. Orasi

- Penguahan Guru Besar, Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan.
- Suhargon, R. (2019). Analisa Hukum terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang bagi UMKM dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Rakyat (Berdasarkan Undang-undang No 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis). *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 3(2).
- Suteki, & Taufani, G. (2019). *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori dan Praktik)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tampi, D. L. (2020). Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu All New Terios. *Productivity*, 1(5).
- Tan, D. (2021). Metode Penelitian Hukum: Mengupas dan Mengulasi Metodologi dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8), 2463–2478.
- Winatapradja, N. (2013). Ekuitas Merek Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Dona J. Co Donuts & Coffe di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Yessiningrum, W. R. (2015). Perlindungan Hukum Indikasi Geografis Sebagai Bagian dari Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan*, 3(1).