

## PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH TERKAIT MEREK YANG TIDAK TERDAFTAR DI INDONESIA

Tasya Ramadhani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [ramadhanitasya3112@gmail.com](mailto:ramadhanitasya3112@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan Penelitian yaitu menawarkan perlindungan atas produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang tidak terdaftar pada Dirjen HAKI. Menggunakan penelitian normative yang bersumber pada pendekatan Perundang-undangan dan Pendekatan Konseptual. Melalui penelitian ini penulis menawarkan pentingnya merek dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan perlindungan suatu produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang belum di daftarkan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia sangatlah banyak sekali, apalagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia sangat berpengaruh sekali dalam perekonomian Indonesia. Tidak hanya di dalam negeri saja yang berkembang akan tetapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia juga sangat berkembang di luar negeri. Banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia juga menimbulkan banyaknya produk serta merek yang bermunculan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah satu dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang lainnya tidak memungkinkan akan memiliki nama merek yang sama. Jika ada suatu masalah maka dalam hal ini akan menjadi permasalahan siapa yang pertama menggunakan nama merek tersebut. Sistem Konstitutif di Indonesia kurang mendapatkan kepastian hukum terhadap hak merek, seharusnya di Indonesia harus menggunakan perlindungan hukum "Membuktikan bahwa merek tersebut telah digunakan dalam kegiatan perdagangan" dan "Hendak akan digunakan dalam kegiatan perdagangan". Serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah harus mengetahui seberapa pentingnya merek untuk mendapatkan sebuah perlindungan dan pemerintah harus mensosialisasikan pendaftaran tentang merek

**kata kunci** : Hak Atas Kekayaan Intelektual, Merek, Usaha Mikro Kecil dan Menengah

### Abstract

*The research objective is to offer protection for Micro, Small and Medium Enterprises products that are not registered with the Director General of Intellectual Property Rights. Using normative research based on the Legislative Approach and Conceptual Approach. Through this research the author offers the importance of brands in Micro, Small and Medium Enterprises and the protection of a product of Micro, Small and Medium Enterprises that has not been registered. There are a lot of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia, moreover Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia are very influential in the Indonesian economy. Not only developing domestically, but Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia are also very developed abroad. The number of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia has also led to the emergence of many products and brands. One Micro Small and Medium Enterprise with another Micro Small and Medium Enterprise may not have the same brand name. If there is a problem then in this case it will be a problem who first uses the brand name. The Constitutive System in Indonesia lacks legal certainty regarding trademark rights, in Indonesia it should use legal protection "Proving that the mark has been used in trade activities" and "Willing to be used in trading activities". And Micro, Small and Medium Enterprises must know how important the mark is to get a protection and the government must socialize the registration of the mark*

**keywords:** Intellectual Property Rights, Brands, Micro, Small and Medium Enterprises

## PENDAHULUAN

Perusahaan tidak akan pernah lepas dari yang namanya kekayaan intelektual. Setiap bisnis pasti memiliki kekayaan intelektual di dalamnya. Kekayaan intelektual dalam masalah adalah hak cipta, merek dagang, desain industri, rahasia dagang, indikasi geografis, konfigurasi dasar sirkuit terpadu. Secara global, UMKM harus memiliki Merek karena UMKM itu sendiri adalah skala kecil, bukan skala besar, perusahaan yang dikelola. Merek dagang salah satu bentuk karya intelektual yang memegang peranan penting bagi peningkatan serta kelancaran barang atau jasa. Hal ini tidak dapat dipisahkan dikarenakan tanda digunakan untuk barang tertentu dari produk lain yang bentuknya serupa. Berbagai merek palsu untuk barang serupa yang lebih rendah dari produk yang menggunakan merek palsu. Kepastian hukum untuk dunia industri, perdagangan, serta investasi dalam mengalami pertumbuhan perekonomian lokal, nasional, regional, serta internasional dan pertumbuhan teknologi informasi serta komunikasi, butuh didukung oleh sesuatu peraturan perundang-undangan di bidang Merk serta Gejala Geografis yang lebih mencukupi.

Merek sebagai salah satu dari bagian HKI yang memiliki peranan sangat penting karena dengan menggunakan merek atas barang-barang dan/atau produk-produk yang diproduksi, dapat membedakan asal-usul mengenai produk barang dan jasa. Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran. Publik sering mengaitkan suatu image, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu dimana merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial, dan karena adanya merek tersebut, dapat membuat harga-harga suatu produk menjadi mahal bahkan bernilai. Merek juga berguna untuk para konsumen. Mereka membeli produk tertentu (yang terlihat dari mereknya) karena menurut mereka, merek tersebut berkualitas tinggi atau aman untuk dikonsumsi dikarenakan reputasi merek tersebut. Perlindungan merek adalah langkah maju bangsa Indonesia yang memasuki era pasar bebas pada tahun 2000. salah satu implementasi dari era pasar adalah bahwa negara dan masyarakat Indonesia akan menjadi tempat terbuka bagi produk-produk orang atau perusahaan asing yang rakyat Indonesia dapat bebas menjual hasil karyanya di luar negeri.

Hak Atas Merk serta Hak Atas Gejala Geografis ini ialah sebagian dari Hak Atas Kekayaan Intelektual yang diatur di dalam salah satu persetujuan GATT/ WTO yang diucap *Trade Related*

*Intellectual Property Rights* ataupun *TRIPs*. *Property rights* dalam *TRIPs* bersumber dari uraian tentang *proprietary*, ialah pemahaman tentang kemampuan atas sesuatu barang serta bukan uraian tentang barang itu sendiri. Jadi, *proprietary* merupakan uraian tentang kemampuan atas sesuatu barang yang menempel pada barang tersebut. Tujuan *TRIPs* adalah sebagaimana telah ditentukan dalam pasal 7 Perjanjian *TRIPs*, yaitu :

“Perlindungan dan pelaksanaan hak-hak atas kekayaan intelektual harus memberikan sumbangan bagi kemajuan inovasi teknologi serta pengalihan dengan penyebaran teknologi dengan memperhatikan keseimbangan kepentingan antara produsen dan pengguna dari pengetahuan teknologi serta dengan cara kondusif bagi kesejahteraan masyarakat dan ekonomi, dan keseimbangan antara HKI dan kewajiban”.

Untuk produk Indonesia yang beredar di pasar dunia sangat diperlukan perlindungan hukum yang efektif efektif terhadap segala pelanggaran yang tidak sesuai dengan *TRIPs* perjanjian dan konvensi yang telah disepakati. Perjanjian *TRIPs* perjanjian internasional yang paling komprehensif tentang perlindungan properti. *TRIPs* perjanjian ini mengadopsi konvensi dibidang *property*. Perjanjian *TRIPs* juga mengatur tentang perlindungan Indikasi Geografis dalam bentuk perlindungan hukum yang berlaku di seluruh negara-negara anggota.

Dengan demikian, asal suatu barang tertentu yang melekat dengan reputasi, karakteristik dan kualitas suatu barang yang dikaitkan dengan wilayah tertentu dilindungi secara yuridis. Dari sudut hukum, *proprietary* ialah pemahaman tentang seperangkat peraturan perundang- undangan yang mengatur kemampuan atas sesuatu barang maupun hak- hak kepemilikan atas ataupun yang menempel pada sesuatu barang. Dari sudut ekonomi, *proprietary* adalah uraian tentang seperangkat peraturan perundang- undangan yang mengendalikan peralihan hak- hak kepemilikan atas sesuatu benda secara sukarela. Dari sudut sosial, *proprietary* adalah pemahaman tentang seperangkat peraturan perundang- undangan yang mengatur hubungan-hubungan hukum antara pihak yang menguasai suatu benda, misalnya tanah, dengan pihak yang dikuasai karena memanfaatkan benda tersebut.

Setiap revisi Undang-Undang Merek Indonesia selalu mengikuti perkembangan global terutama dalam perdagangan internasional untuk memberikan lingkungan perdagangan yang adil dan menyesuaikan konvensi internasional. Sejalan dengan perkembangan perdagangan internasional telah dicapai kesepakatan *TRIPs* yang memuat norma-norma standar untuk

perlindungan hak kekayaan intelektual, termasuk yang berkaitan dengan merek dagang. Indonesia juga telah meratifikasinya pada tahun 1997. Proteksi hukum atas bermacam rupa produksi yang menandai gejala geografis di Indonesia wajib sanggup menanggapi intikad global ialah dengan membagikan peraturan hukum yang mencukupi sehingga bisa membagikan kepastian hukum terhadap produk asli Indonesia di luar negara. Merek memiliki peran yang sangat penting bagi suatu perdagangan atau jasa.

Merek sendiri ialah kode yang bisa ditampilkan secara grafis berbentuk foto, logo, nama, kata, huruf, angka, lapisan warna, dalam wujud 2 ukuran ataupun 3 ukuran, suara, hologram, ataupun kombinasi dari 2 ataupun lebih faktor tersebut buat membedakan benda serta ataupun jasa yang dibuat oleh orang ataupun tubuh hukum dalam aktivitas perdagangan benda serta ataupun jasa (Undang-Undang Nomer. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Pasal 1 Angka (1)) Pengertian merek sebagai bagian dari Hak Milik Intelektual tidak terlepas dari pemahaman bahwa hak merek diawali dari temuan-temuan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual lainnya, misalnya hak cipta. Pada merek ada unsur ciptaan, misalnya design logo atau huruf. Ada hak cipta dalam bidang seni, namun dalam hak merek bukan hak cipta dalam bidang seni yang dilindungi tetapi mereknya itu sendiri dan hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaiannya pada produk-produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomis. Jika dihubungkan satu sama lain UMKM serta Hak Kekayaan Intelektual Merek dagang ialah suatu kesatuan yang sangat membutuhkan serta tidak bisa dipisahkan satu sama lain, hal ini sebagai pencegahan dalam mengatasi permasalahan sengketa Merek dagang yang menimbulkan akibat hukum dalam pelaksanaannya. Dan juga pemerintah berfungsi sebagai regulator dan fasilitator Hak Atas Kekayaan Intelektual.

Merek dagang yakni tonggak perlindungan HKI bagi UMKM yang dimana jumlah Usaha UMKM yang besar harus juga didukung oleh perlindungan Hukum agar tidak terjadi penyalagunaan. Oleh sebab itu diperlukan kebijakan yang mengatur agar industri UMKM di Indonesia memperoleh perlindungan hukum terhadap merek dagangnya. Dan perlindungan hukum terhadap suatu Merek tidak hanya bertujuan untuk menguntungkan produsen tetapi juga mempunyai tujuan melindungi konsumen. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis kreativitas memiliki peran yang sangat penting. Oleh karena itu diperlukan

perlindungan hukum terhadap produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terutama terhadap Merek dagang. Produk-produk yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (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.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya. Kecuali itu, maka juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan. Metode penelitian adalah prosedur atau cara peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis bahan hukum. Penulisan skripsi yang baik dan benar harus menggunakan metode penelitian hukum yang baku yang sudah diakui oleh ahli hukum. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif (normative legal research), yakni penelitian hukum untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Penelitian hukum normatif dilakukan untuk mencari pemecahan masalah atas isu hukum (legal issue) yang ada

Memecahkan suatu isu hukum melalui penelitian hukum memerlukan pendekatan-pendekatan sebagai dasar penyusunan argumen yang tepat. Dalam penelitian ini digunakan beberapa pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach) dan pendekatan kasus (case approach).

## **PEMBAHASAN**

Sistem perlindungan merek bagi **usaha mikro kecil dan menengah** yang tidak terdaftar di Indonesia

Pada zaman modern dewasa ini, dengan perkembangan industri dan perdagangan peranan tanda pengenal menjadi sangat penting. Hal ini didahului oleh peranan para Gilda pada abad pertengahan yang memberikan tanda pengenal atas hasil kerajinan tangannya dalam rangka pengawasan barang-barang sebagai hasil pekerjaan anggota Gilda sejawatnya. Tanda pengenal tersebut kemudian dikenal dengan hak merek yang merupakan tanda pembeda dari suatu produk dengan produk lainnya. Merek sangat penting dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu imej, kualitas atau reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial. Merek suatu perusahaan seringkali lebih bernilai dibandingkan dengan asset riil perusahaan tersebut.

Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, memiliki peran penting dalam menghindari praktik persaingan usaha yang tidak sehat, karena merek dapat membedakan asal muasal, kualitas, dan jaminan originalitas suatu barang. Merek juga dapat digolongkan ke dalam kategori benda immaterial, karena merek merupakan sesuatu yang ditempelkan pada suatu produk tapi bukan produk itu sendiri dan yang dapat dinikmati oleh konsumen adalah produk bukan merek. Merek hanya dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumennya.

Merek memiliki pengertian sebagai 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 (Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016).

H.M.N. Purwo Sutjipto, S.H., memberikan rumusan bahwa: "Merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis".

Jadi Merek adalah suatu "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.

Merek dibagi menjadi 3 yaitu :

1) Merek Dagang

Adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.

2) Merek Jasa

Adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

3) Merek Kolektif

Adalah merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam 3 (tiga) jenis, yaitu:

- a. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang);
- b. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan
- c. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Perolehan hak atas merek yang dimilikinya oleh seseorang atau badan hukum baru terjadi setelah merek tersebut terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Dengan kata lain suatu merek dapat digunakan oleh siapa saja, namun seseorang atau badan hukum baru memiliki hak eksklusif atas mereknya dan dapat melarang pihak lain untuk menggunakan merek dagang atau jasa miliknya jika merek tersebut telah didaftarkan ke DJHKI Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Pasal 3 dan Pasal 4 ayat(1)). Hak Merek merupakan bentuk perlindungan hak kekayaan intelektual yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan barang dan/atau jasa, sesuai dengan kelas dan jenis barang atau jasa

Maka dari Fungsi Merek sebagai berikut :

- 1) Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya;
- 2) Alat promosi, sehingga dalam mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya;
- 3) Jaminan atas mutu barangnya;
- 4) Penunjuk asal barang atau jasa dihasilkan .

#### 1.1. Perlindungan Merek Di Indonesia

Perlindungan hukum merek pada awalnya melindungi merek hanya sebagai tanda untuk mengidentifikasi sumber dan asal produk. Seiring berjalannya waktu, perlindungan hukum terhadap merek juga bertujuan untuk melindungi reputasi perdagangan yang dimiliki oleh pemilik merek yang telah menciptakan asosiasi dari sebuah produk barang dan/atau jasa dengan mereknya. Hal ini sejalan dengan tujuan utama dari perlindungan merek yaitu untuk menciptakan persaingan yang lebih kompetitif. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah kumpulan peraturan-peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Apabila berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut

Sedangkan menurut Suyud Margono, perlindungan hukum terhadap merek pada dasarnya merupakan bagian dari perlindungan hukum terhadap persaingan curang yang merupakan perbuatan melanggar hukum di bidang perdagangan. Secara menyeluruh, kepentingan-kepentingan yang hendak dilindungi oleh hukum merek adalah: <sup>1</sup>

##### a. Kepentingan pemilik merek

Perlindungan hak eksklusif merek akan memberikan manfaat bagi pemilik merek dengan cara melindungi segala investasi yang telah dikeluarkan oleh produsen dalam mengembangkan goodwill dari sebuah merek. Melindungi *goodwill* dari sebuah merek akan memberikan dorongan bagi pemilik merek untuk berinvestasi dalam mengasosiasikan sebuah

---

<sup>1</sup> Risa Amrikasari, Hukumnya menggunakan brand ternama dalam produk olahan sendiri, <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt57d16932b9230/hukumnya-menggunakan-brand-ternama-dalam-produk-olahan-sendiri> diakses pada tanggal 17 November pukul 21.37 WIB

merek dengan reputasi dan identitas terhadap kehadiran sebuah merek di pasaran. Nilai sebuah merek bergantung kepada kemampuan pemilik merek dalam menjaga kualitas produk-produk secara konsisten dan memancarkan sinyal kepercayaan kepada konsumen terhadap produk-produknya.

b. Kepentingan para produsen

Perlindungan hukum terhadap merek menjamin para produsen untuk bebas memasarkan barang-barangnya dengan memakai tanda-tanda umum yang dapat dipakai oleh siapa saja, dan yang seharusnya tidak boleh dimonopoli oleh siapapun sehingga tidak merugikan kebebasan mereka untuk menjual barang-barangnya dalam persaingan yang jujur

c. Kepentingan para konsumen

Perlindungan hukum terhadap merek menjamin para konsumen untuk dilindungi terhadap praktik-praktik yang cenderung hendak menciptakan kesankesan yang dapat menyesatkan dan menipu atau membingungkan mereka. Hal ini dilatarbelakangi bahwa konsumen mendasarkan kualitas dan karakteristik dari suatu produk melalui suatu merek dan oleh karenanya turut menciptakan persaingan usaha yang sehat.

d. Kepentingan umum

Perlindungan hukum terhadap merek bertujuan untuk memajukan perdagangan yang jujur di pasar-pasar, serta untuk mencegah timbulnya praktik-praktik yang tidak jujur dan pula bertentangan dengan norma-norma kepatutan dalam perdagangan.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu: "Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar".

Di Indonesia menganut sistem konstitutif. Dimana ada tidaknya perlindungan hak merek dalam sistem konstitutif adalah tergantung pada didaftarkan atau tidak didaftarkannya merek. Dalam sistem konstitutif, hak merek diakui keberadaannya secara *de jure dan de facto*.

Sistem ini meyakini dasar "*first to file* " Artinya, pendaftaran merek hanya diperbolehkan kepada pihak yang semula mengajukan pendaftaran merek, dan negara tidak menyediakan pendaftaran merek yang sama dengan merek dagang yang sebelumnya diserahkan kepada pihak lain untuk barang atau jasa serupa. Dengan sistem konstitutif tersebut maka persaingan curang atau *unfair competition* dapat dicegah, karena kepastian hukum terhadap perlindungan hukum merek memberi hak pada pemilik merek untuk

menuntut pihak yang melakukan pelanggaran merek berupa peniruan atau pendomplengan merek.<sup>2</sup>

Fungsi Pendaftaran Merek yaitu :

- Sebagai alat bukti kepemilikan hak atas merek yang didaftarkan;
- Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama pada keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenisnya;
- Sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama pada keseluruhannya atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.

Jangka waktu perlindungan hukum terhadap merek yang sudah terdaftar adalah 10 tahun dan dapat diperpanjang dengan masa yang sama. artinya pemilik merek memiliki hak eksklusif terhadap mereknya selama 10 tahun dan pihak lain yang tidak berhak menggunakan merek yang sudah terdaftar tersebut selama merek tersebut masih dalam masa perlindungan hukum 10 tahun. Perpanjangan perlindungan merek menurut pasal 35 ayat 3 UU No 20 Tahun 2016 mengintruksikan dalam jangka 6 (enam) bulan sebelum masa perlindungan habis pemilik merek seharusnya sudah melakukan pendaftaran perpanjangan perlindungan merek.

## 1.2. Sistem Konstitutif Bagi UMKM

Dalam penerapan sistem konstitutif yang dianut oleh Undang-undang Merek No 20 Tahun 2016 ditujukan kepada semua pihak tanpa terkecuali. Perlakuan yang sama yang diberikan oleh pemerintah melalui Undang-undang tersebut tidak mewujudkan keadilan. Perlakuan yang sama antara pihak yang kuat dengan pihak yang lemah yaitu UMKM tidak mewujudkan keadilan. Karena dalam perlakuan tersebut adanya salah satu pihak yang menderita, yaitu mereka yang berada pada posisi lemah. Penerapan sistem konstitutif secara merata membuat mereka yang dalam posisi lemah kurang mendapatkan keadilan. Dalam penerapan sistem konstitutif tersebut terjadi penafsiran yang berbeda antara pihak yang kuat dan pihak yang lemah. Penerapan sistem konstitutif secara merata, baik pada pihak yang

---

<sup>2</sup> Achmad Fata'al Chuzaibi, "Sistem Konstitutif Dalam UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Bagi UMKM", Jurnal Syiar Hukum VOL. XIII NO. 2 JULI 2011, hal 162 (152-167), [http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/syiar\\_hukum/article/view/657/pdf](http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/syiar_hukum/article/view/657/pdf), diakses 17 November 2017

memiliki ekonomi kuat maupun pihak yang dalam kondisi ekonomi lemah, dapat dikatakan kurang adil. Ketidakadilan tersebut karena kedua pihak tersebut berada dalam posisi yang berbeda satu sama lain. Disatu pihak mereka berada dan memiliki ekonomi yang kuat (pihak yang beruntung), sedangkan pihak yang lain berada dalam posisi ekonomi yang lemah atau rendah (pihak yang kurang beruntung). Kedua pihak juga memiliki kemampuan intelektual dan pengetahuan yang tinggi sedangkan pihak yang lain memiliki kemampuan intelektual dan pengetahuan yang rendah.

Pandangan mengenai keadilan sosial sama seperti konsep keadilan yang dicetuskan oleh John Rawls. Keadilan menurut John Rawls terdiri dari 2 (dua) prinsip yaitu :

- a) Prinsip pertama adalah prinsip kesamaan dan
- b) Prinsip kedua adalah prinsip ketidaksamaan.

Prinsip kesamaan tersebut menurut John Rawls bahwa keadilan tersebut harus dirasakan secara merata oleh semua masyarakat. Setiap orang mempunyai hak yang sama atas kebebasan dasar yang luas, seluas kebebasan yang sama bagi semua orang.

Konsep keadilan John Rawls dapat menjadi patokan ketika merek dalam tahap pendaftaran. Mereka yang lemah kurang berpeluang mendapatkan perlindungan merek karena proses pendaftaran yang menyulitkan pihak lemah kurang beruntung tersebut. Hal ini yang perlu menjadi perhatian khusus oleh pemerintah atau negara guna menciptakan keadilan sosial bagi semua warga negara untuk mewujudkan tujuan negara yaitu kesejahteraan umum

Sistem konstitutif sebenarnya suatu sistem yang baik, karena sistem konstitutif tersebut memunculkan kepastian hukum terhadap hak merek. Tetapi sistem konstitutif tersebut kurang adil bagi UMKM jika ketentuan-ketentuan mengenai permohonan pendaftaran merek menyulitkan UMKM. Dengan kata lain sistem konstitutif belum tepat bagi UMKM jika ketentuan-ketentuan mengenai permohonan pendaftaran merek masih lebih menguntungkan pihak yang kuat dan menyulitkan pihak yang lemah yaitu UMKM. Belum adanya keringanan yang diberikan oleh pemerintah baik melalui pertauran perundang-undangan membuat sistem konstitutif tidak berjalan mulus terhadap UMKM. Akibatnya timbul ketidakadilan terhadap UMKM.

### 1.3. Perlindungan merek yang dapat diterapkan bagi pemilik merek tidak terdaftar di Indonesia

Perlindungan hak merek memerlukan pendaftaran. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang 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”.

Pemegang merek dagang tercatat memegang hak eksklusif atas merek dagang tersebut. Ini memberinya hak untuk mengimplementasi merek dagang serta menghindari pihak ketiga yang tidak berwenang memakai merek dagang atau membingungkan merek dagang serupa. Merek juga menghindari pembeli dan masyarakat umum dari kebingungan tentang suatu produk. Dalam rangka melindungi pihak yang dirugikan atas sesuatu registrasi merek, Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja memberikan peluang untuk pihak yang merugikan untuk mengpermohonkan upaya hukum. Dalam Undang-Undang tersebut, terdapat suatu mekanisme upaya hukum terhadap pemilik merek yang tidak terdaftar apabila terdapat tindakan- tindakan yang termasuk dalam Pasal 20 serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 21.

Upaya hukum tersebut adalah berbentuk pengajuan gugatan pembatalan merek yang sudah terdaftar yang melanggar hak dari pemilik merek tidak terdaftar dengan ketentuan pemilik merek tersebut mengajukan permohonan registrasi kepada Menteri. Pemilik merek yang tidak terdaftar yang dalam tentang ini menggambarkan pemakai awal sesuatu merek maupun menggambarkan pihak yang semestinya dilindungi, sanggup mengajukan upaya pembatalan merek meski telah jatuh tempo waktu lima tahun semenjak registrasi merek dengan dalih jika merek terdaftar tersebut didaftarkan atas permohonan yang beritikad tidak baik serta tidak ada kegunaannya dalam perdagangan. Merek terdaftar masih bisa dibatalkan pendaftarannya, apabila menurut dalil yang layak merek tersebut didaftar dengan tidak memenuhi dasar absolut maupun dasar relative .

Prinsip first-to-file atau "first-to-file" memberikan hak superior dan superior pendaftar pertama kepada pemilik merek dagang yang ada, dan sesuai dengan "first-to-file", tetapi pada saat yang sama meningkat. First-to-file atau "first-to-file" diberlakukan. Menggunakan sistem

"Jika dia adalah pengguna awal dan dapat membuktikan bahwa pemiliknya benar-benar berpikir dia sangat baik, maka haknya pada prinsipnya adalah jika seseorang memainkan peran utama. "Pengguna sebelumnya memiliki hak yang lebih baik" atau pengguna pertama memiliki lebih baik hak dari pendaftar pertama.

Sedangkan sebagaimana diketahui pendaftaran merek merupakan suatu keharusan bagi produsen sebagaimana yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Yang berarti merek yang tidak didaftarkan oleh produsen otomatis tidak akan mendapatkan perlindungan hukum dan akan menyulitkan produsen itu sendiri jika terjadi sengketa merek. Untuk itu suatu merek itu perlu untuk didaftarkan sebagai upaya untuk memperoleh hak eksklusif karena hak eksklusif itu diberikan kepada pemegang hak atas merek karena adanya pendaftaran (required by registration)

2. Pertanggungjawaban pemerintah dan atau pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan tersebut

- 2.1. Tanggungjawab pemerintah terhadap merek yang sudah terdaftar

Merek merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen, yang merupakan simbol pengusaha untuk memperluas pasar produk atau barang dagangnya. Oleh karena itu merek memegang peranan yang penting terutama dalam dunia perdagangan. Dengan adanya merek masyarakat dapat menentukan pilihannya kepada suatu produk yang mempunyai merek. Bisa juga merek adalah jaminan suatu produk barang atau jasa.

Di Indonesia merek yang sudah terdaftar mendapatkan perlindungan yaitu dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam Pasal 1 angka 5 yang berbunyi 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 serta ada

Hak atas Merek adalah hak khusus yang diberikan Negara kepada pemilik merek terdaftar. Hak atas merek merupakan salah satu hak kekayaan intelektual yang harus dilindungi oleh Negara. Karena merek mempunyai fungsi yaitu sebagai alat pembeda antara barang atau jasa yang satu dengan barang atau jasa yang lain, terutama barang atau jasa yang sejenis. Sehingga masyarakat dapat mengerti serta dapat membedakannya antara merek terkenal dan tidak terkenal.

Perlindungan merek diberikan manakala terjadi suatu pelanggaran merek yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hak terhadap suatu merek. Dengan demikian untuk dapat memperoleh perlindungan hukum dari negara, setiap hak kekayaan intelektual harus didaftarkan, karenanya pendaftaran yang memenuhi persyaratan perundang-undangan merupakan pengakuan dan membenaran atas hak kekayaan intelektual seseorang yang diwujudkan dengan sertifikat pendaftaran, sehingga pemilik merek terdaftar memperoleh perlindungan hukum. Begitu juga halnya dengan merek yang dimiliki UMKM.

Pelindungan hukum dapat dibedakan dalam pelindungan hukum preventif dan represif. Pelindungan hukum preventif diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Sedangkan pelindungan hukum represif merupakan pelindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran. Pelindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa.

Berdasarkan sistem konstitutif yang dianut dalam hukum merek Indonesia, hak merek UMKM hanya bisa diakui dan dilindungi oleh Undang-Undang jika hak merek tersebut didaftarkan. Merek terdaftar mendapat pelindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan. Bahwa hanya merek yang sudah terdaftar yang berhak atas perlindungan hukum dari negara. Gugatan terhadap dugaan pelanggaran yang terjadi sebelum lahirnya perlindungan merek tersebut tidak dapat diajukan.

## 2.2. Tanggungjawab pemerintah terhadap pelaksanaan perlindungan merek yang tidak terdaftar

Di Indonesia menganut sistem konstitutif dimana dalam system ini yaitu tergantung pada didaftarkan atau tidak didaftarkannya produk terhadap merek. Sistem konstitutif tersebut diterapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dikarenakan sistem konstitutif tersebut mengandung kepastian hukum yang artinya bahwa pihak yang mendaftarkan pertama adalah pihak yang mendapatkan hak merek

Amerika Serikat menggunakan system perlindungan merek dengan prinsip "*Use in Commerce*". Sebagai salah satu bentuk dari kekayaan intelektual, merek memiliki peran krusial bagi peningkatan dan kelancaran dalam kegiatan perdagangan. Dalam "*Lanham Act*", bahwa merek adalah suatu tanda pembeda yang mempunyai berbagai macam variasi seperti

nama, gambar, kata, huruf-huruf, angka-angka, bentuk, desain atau kombinasinya, simbol, yang dipergunakan dalam kegiatan perdagangan untuk membedakan barang atau jasa dari produsen dari produsen lainnya.

Pada umumnya, Amerika Serikat menganut prinsip yang sama, yaitu prinsip konstitutif atau sistem perlindungan berasaskan *"first to file"*. Tentunya, permohonan perlindungan merek memerlukan syarat permohonan maupun syarat merek itu sendiri. Setelah merek yang diajukan memenuhi syarat-syarat tersebut, maka akan diproses lebih lanjut oleh lembaga *"United States Patent and Trademark Office"* (USPTO). USPTO adalah *"agency"* pada Departemen Perdagangan Amerika Serikat yang mengeluarkan paten terhadap inventor & usaha akan penemuannya, registrasi merek bagi produk dan atau jasa, serta identifikasi kekayaan intelektual. Terdapat dua sistem registrasi pada *"Lanham Act"* yaitu:

- 1) Pendaftaran Prinsipal (*"Principal Register"*), adalah registrasi yang diperuntukan buat seluruh hak yang diatur *"Lanham Act"*.
- 2) Pendaftaran Tambahan (*"Supplemental Register"*), adalah registrasi bagi yang tidak bisa didaftarkan pada *"principal"*

Registrasi tidak menyebabkan perlindungan hak merek, namun hanya menyatakan bahwa hak itu bisa diperoleh melalui suatu penggunaan. Untuk melakukan registrasi setiap pemohon wajib memiliki kegiatan perdagangan yang sah untuk pencatatan. Basis primer yaitu berdasarkan (*use in commerce*) dan (*intent to use in commerce*). Untuk memiliki hak merek di Amerika Serikat, pada umumnya pemilik merek harus menjadi yang pertama memanfaatkan jejak dalam perdagangan pada produk atau jasa tertentu. Ada beberapa pengecualian, misalnya, ketika calon pendaftar memiliki pendaftaran yang tidak biasa atau mendaftarkan mereknya sebelum menggunakannya terlebih dahulu atau (*intent to use*). Dalam proses registrasi merek untuk mendapatkan hak katas merek, USPTO memerlukan tanggal atau jejak pertama kali dimana merek tersebut digunakan dan tanggal jejak pertama kali digunakan dalam kegiatan perdagangan. Bukti produk atau jasa dan usaha yang dapat dikenali wajib dilampirkan dalam registrasi merek.

Untuk produk, (*use in commerce*) mengacu pada barang yang dijual atau dikirim di Amerika Serikat dalam proses standar pertukaran dengan merek yang idealnya ditunjukkan pada produk atau kemasan, label, dan lain-lain. Mempublikasikan dan mempromosikan

material dari produk tersebut pada umumnya adalah contoh yang tidak dapat diterima. Untuk jasa, (*use in commerce*) mengacu pada jasa yang diperdagangkan di Amerika Serikat. Contoh yang layak dari penggunaan jasa dapat mencakup publikasi dan promosi yang menunjukkan jejak dan mengacu pada jasa yang diakui dalam pendaftaran merek

(*Lanham Act*) umumnya menganggap pengguna merek dagang pertama sebagai pemilik yang sah. Perbedaan ini membuat Amerika Serikat berbeda dari banyak negara yang memberikan hak merek dagang kepada pengguna merek pertama. Jadi jika penggunaan merek dagang lebih awal adalah faktor penentu, mengapa perusahaan harus mengajukan permohonan merek lebih awal daripada yang lain mengajukan permohonan merek serupa? Apa perbedaan yang dibuat oleh tanggal pengajuan merek dagang awal? Tanggal pengajuan merek dagang yang lebih awal dapat membuat perbedaan besar. Dalam hal permohonan merek dagang yang diajukan ke USPTO, tanggal pengarsipan yang lebih awal membawa keuntungan substansial dalam hal biaya, prosedur, dan hak substantif. Dengan kata lain, tidak ada alasan yang baik untuk menunggu ke pendaftaran jika pengguna merek tersebut telah memutuskan untuk melanjutkan dengan merek tertentu. Pengguna pertama yang dapat menghemat banyak uang dengan mengajukan permohonan merek dagang pengguna sebelum orang lain. Secara umum, USPTO meninjau permohonan merek dagang dalam urutan penerimaannya. Jika dua permohonan merek serupa diajukan oleh dua perusahaan berbeda, permohonan merek dagang yang diajukan sebelumnya akan diperiksa terlebih dahulu. Permohonan yang menunggu keputusan ini akan ditinjau tanpa memperhatikan tanggal penggunaan pertama yang diduga dalam permohonan yang diajukan nanti. Dengan kata lain, pemeriksa tidak membandingkan tanggal penggunaan pertama saat meninjau permohonan merek dagang. Meskipun permohonan merek dagang yang diajukan kemudian menuduh tanggal penggunaan pertama yang lebih awal dari tanggal penggunaan pengguna, tanggal penggunaan yang lebih awal tersebut tidak menjadi masalah bagi pemeriksa. Beban akan ditanggung oleh pemohon berikutnya untuk menentang permohonan merek dagang pengguna. Untuk perusahaan yang kekurangan sumber keuangan, pertentangan merek dagang seperti itu mungkin tidak akan pernah terjadi.

### 2.3. Tanggungjawab pemerintah terhadap masyarakat

UMKM di Indonesia masih banyak yang belum mendaftarkan Merek Pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM.

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Indonesia tidak jauh berbeda dengan permasalahan yang dihadapi UMKM di negara-negara berkembang, yaitu antara lain masalah kurangnya bahan baku yang biasanya harus diimpor dari negara lain untuk proses produksi. Di samping itu pemasaran barang, permodalan, ketersediaan energi, infrastruktur dan informasi juga merupakan permasalahan yang sering muncul kemudian, termasuk masalah masalah non-fisik seperti tingginya inflasi, skill, aturan perburuhan dan lain sebagainya. Kendala lainnya adalah kendala hukum dan regulasi pemerintah, kualitas produk dan daya saing, perpajakan, informasi pasar, kualitas SDM, keahlian dalam pemasaran, dan sulit mengakses pinjaman atau kredit.

Lisensi adalah izin yang diberikan oleh pemilik Merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak untuk menggunakan Merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu. Perjanjian lisensi wajib dimohonkan pencatatannya kepada DJHKI dengan dikenai biaya. Akibat hukum dari adanya pencatatan perjanjian lisensi tersebut adalah bahwa perjanjian lisensi tersebut selain berlaku bagi para pihak, juga mengikat pihak ketiga.

Bagi pelaku usaha menengah dan besar, pendaftaran merek sudah menjadi sesuatu yang lazim bahkan menjadi suatu kebutuhan dalam rangka melindungi merek dagangnya. Hal berbeda ditemui pada pengusaha UMKM yang sebagian besar belum memiliki kesadaran akan pentingnya dan manfaat dari pendaftaran merek. Menurut World Intellectual Property Rights (WIPO), UMKM memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas produk. Namun, sayangnya kesadaran pengusaha UMKM akan pentingnya pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual untuk mendukung kegiatan usaha mereka masih rendah. Sebagai contoh, melalui pemanfaatan merek sebagai penanda produk, pengusaha UMKM dapat membantu konsumen mengenali produk hasil kreasi mereka, sehingga memudahkan para konsumen untuk mencari dan membeli produk-produk tersebut. Dengan pendapat tersebut, manfaat perlindungan merek bagi UMKM, antara lain:

- a) Hak eksklusif dalam pasar;
- b) Merek dapat meningkatkan nilai atau jaminan dimata investor dan institusi keuangan;

- c) Merek meningkatkan *performance* dan *competitiveness*.
- d) Merek meningkatkan pendapatan melalui lisensi dan penjualan.
- e) Merek membangun perlindungan dan penegakan hak.

Tidak semua UMKM mau mendaftarkan merek produk mereka. Keenganan untuk mendaftarkan produk mereka disebabkan beberapa faktor. Tarif biaya permohonan merek bisa dilihat dalam PP No.28 Tahun 2019

Sementara itu Pemerintah juga harus melakukan sosialisasi terhadap masyarakat bagaimana cara mendaftarkan merek suatu barang atau jasa. Cara Permohonan Pendaftaran Merek .

- 1) Permohonan pendaftaran merek diajukan dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan untuk itu dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap 4 (empat);
- 2) Pemohon wajib melampirkan:
  - a. surat pernyataan di atas kertas bermeterai cukup yang ditandatangani oleh pemohon (bukan kuasanya), yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan adalah miliknya;
  - b. surat kuasa khusus, apabila permohonan pendaftaran diajukan melalui kuasa;
  - c. salinan resmi akte pend irian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisir oleh notaris, apabila pemohon badan hukum;
  - d. 241embar etiket merek (4lembar dilekatkan pada formulir) yang dicetak di atas kertas;
  - e. bukti prioritas asli dan terjemahannya dalam bahasa Indonesia, apabila permohonan diajukan menggunakan hak prioritas;
  - f. fotokopi kartu tanda penduduk pemohon;
  - g. bukti pembayaran biaya permohonan.

Sedangkan Cara Permohonan Perpanjangan Merek Terdaftar:

1. Permohonan perpanjangan pendaftaran merek diajukan dengan cara mengisi formulir yang khusus disediakan untuk itu dalam bahasa Indonesia dan diketik rangkap 4 (empat).
2. Pemohon wajib melampirkan:
  - a. surat pernyataan dari pemohon atau instansi terkait yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan perpanjangannya masih tetap digunakan;

- b. surat kuasa khusus, apabila permohonan perpanjangan pendaftaran merek diajukan melalui kuasa;
- c. salinan resmi akte pendirian badan hukum atau fotokopinya yang dilegalisir oleh notaris, apabila pemohon badan hukum;
- d. 241embar etiket merek (4lembar dilekatkan pada formulir) yang dicetak di atas kertas;
- e. fotokopi kartu tanda penduduk pemohon; dan
- f. bukti pembayaran biaya permohonan.

Tahapan mendaftarkan merek dagang secara online di DJKI Kemenkumham:

- 1) Registrasi akun di situs merek.dgip.go.id
- 2) Tunggu email balasan untuk aktivasi akun
- 3) Masukkan username dan password pilih permohonan online
- 4) Klik tambah untuk membuat permohonan pendaftaran baru
- 5) Pesan Kode billing dengan mengisi tipe, jenis, dan pilihan kelas
- 6) Lakukan pembayaran sesuai tagihan pada aplikasi SIMPAKI
- 7) Isi formulir yang tersedia dengan lengkap dan teliti
- 8) Unggah data yang dibutuhkan terkait pendaftaran yaitu:
  - Label merek
  - Tanda tangan pemohon
  - Surat keterangan UMK (jika pemohon merupakan usaha mikro/kecil)
- 9) Jika semua sudah lengkap diisi, klik selesai
- 10) Permohonan akan diterima DJKI

## KESIMPULAN

Merek memiliki pengertian sebagai 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 (Pasal 1 angka 1). Merek itu sendiri dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu merek dagang dan merek jasa. (Undang-Undang No. 20 Tahun 2016).

Perlindungan hukum terhadap merek awalnya hanya melindungi sebuah merek sebagai tanda untuk mengidentifikasi sumber dan asal suatu produk. Seiring berjalannya waktu, perlindungan hukum terhadap merek juga bertujuan untuk melindungi reputasi perdagangan yang dimiliki oleh pemilik merek yang telah menciptakan asosiasi dari sebuah produk barang dan/atau jasa dengan mereknya. Persyaratan dilakukannya pendaftaran merek dalam pemanfaatan hak merek menunjukkan rezim pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem konstitutif. Ada tidaknya perlindungan hak merek dalam sistem konstitutif adalah tergantung pada didaftarkan atau tidak didaftarkannya merek. Dalam sistem ini pendaftaran adalah suatu keharusan.

Dalam undang-undang tersebut menganut sistem konstitutif untuk mendapatkan perlindungan merek. Artinya bahwa pihak yang mendaftarkan pertama adalah pihak yang mendapatkan hak merek. Jadi hak eksklusif diberikan kepada pihak pertama yang mendaftarkan mereknya di kantor merek. Sistem konstitutif tersebut diterapkan oleh Undang-Undang No 20 Tahun 2016 tentang Merek dikarenakan sistem konstitutif tersebut mengandung kepastian hukum. Pihak yang mendaftarkan pertama atas suatu merek maka pihak tersebut berhak atas merek tersebut dan berhak memberi izin kepada orang lain untuk menggunakan merek tersebut. Pihak tersebut juga berhak menuntut pihak lain yang memanfaatkan mereknya tanpa izin. Sistem konstitutif tersebut memiliki keunggulan lebih daripada sistem deklaratif, yaitu adanya kepastian hukum.

Penerapan sistem konstitutif secara merata, baik pada pihak yang memiliki ekonomi kuat maupun pihak yang dalam kondisi ekonomi lemah, dapat dikatakan kurang adil. Ketidakadilan tersebut karena kedua pihak tersebut berada dalam posisi yang berbeda satu sama lain. Disatu pihak mereka berada dan memiliki ekonomi yang kuat (pihak yang beruntung), sedangkan pihak yang lain berada dalam posisi ekonomi yang lemah atau rendah (pihak yang kurang beruntung). Kedua pihak juga memiliki kemampuan intelektual dan pengetahuan yang tinggi sedangkan pihak yang lain memiliki kemampuan intelektual dan pengetahuan yang rendah.

Sistem konstitutif tersebut kurang adil bagi UMKM jika ketentuan-ketentuan mengenai permohonan pendaftaran merek menyulitkan UMKM. Dengan kata lain sistem konstitutif belum tepat bagi UMKM jika ketentuan-ketentuan mengenai permohonan pendaftaran

merek masih lebih menguntungkan pihak yang kuat dan menyulitkan pihak yang lemah yaitu UMKM. Belum adanya keringanan yang diberikan oleh pemerintah baik melalui pertauran perundang-undangan membuat sistem konstitutif tidak berjalan mulus terhadap UMKM. Akibatnya timbul ketidakadilan terhadap UMKM.

Dalam rangka melindungi pemilik merek tidak terdaftar dan pelaku UMKM dengan terdapatnya permohonan pendaftaran merek yang digunakan oleh pihak lain tetapi belum didaftarkan, ada usulan dari ahli-ahli hukum merek ialah dengan mengedepankan prinsip proteksi kombinasi atau perlindungan hukum gabungan. Sistem proteksi gabungan merupakan sistem proteksi yang didasarkan atas sistem deklaratif serta sistem konstitutif. Mr. E. A. Van Nieuwenhoven Helbach: (Hukum merek dari bermacam negeri memahami dua metode demi mendapatkan hak atas merek, pertama, pemakai awal serta pendaftar awal).

Sistem konstitutif sebenarnya suatu sistem yang baik, karena sistem konstitutif tersebut memunculkan kepastian hukum terhadap hak merek. Tetapi sistem konstitutif tersebut kurang adil bagi UMKM jika ketentuan-ketentuan mengenai permohonan pendaftaran merek menyulitkan UMKM. Dengan kata lain sistem konstitutif belum tepat bagi UMKM jika ketentuan-ketentuan mengenai permohonan pendaftaran merek masih lebih menguntungkan pihak yang kuat dan menyulitkan pihak yang lemah yaitu UMKM. Belum adanya keringanan yang diberikan oleh pemerintah baik melalui pertauran perundang-undangan membuat sistem konstitutif tidak berjalan mulus terhadap UMKM. Akibatnya timbul ketidakadilan terhadap UMKM. maka merek yang digunakan dapat diberikan perlindungan hukum jika dapat membuktikan bahwa merek tersebut telah digunakan dalam kegiatan perdagangan ("use in commerce") atau hendak akan digunakan dalam kegiatan perdagangan ("intent to use in commerce").

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zaenal, and Muhammad Iqbal, 'Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar', *Jurnal Ius Constituendum*, 5.1 (2020), 47 <<https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>>
- Atsar, Abdul, 'Perlindungan Hukum Terhadap Produk Umkm Melalui Hak Merek Sebagai Salah Satu Upaya Peningkatan Daya Saing Berbasis Kreativitas', 15, 2017, 1–11 <<https://doi.org/10.31227/osf.io/7cuzn>>
- Nomor, Peraturan Pemerintah, and Penerimaan Negara, 'Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2019 Tentang Jenis Dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara

- Bukan Pajak Yang Berlaku Pada Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia', *SSRN Electronic Journal*, 5.564 (2019), 1–19
- Prameswari, Tifania Ayunda, 'Hak Merek Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Industri UMKM', 3.2 (2021), 97–104
- Ramli, Ahmad, 'DIREKTORAT JENDERAL HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA R.T', *Hak Kekayaan Intelektual*, 2013
- RI, DPR, 'Undang-Undang Merek Dan Indikasi Geografis', *Hukumonline.Com*, 2016, 1–56  
<<https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt5850fd588be8e/undang-undang-nomor-20-tahun-2016?r=3&q=merek&rs=1847&re=2020>>
- Sa'adah, Zumrotus, 'Jati Diri Bangsa Dan Potensi Sumber Daya Konstruktif Sebagai Aset Ekonomi Kreatif Di Indonesia', *Jurnal Economia*, 11.2 (2015), 150  
<<https://doi.org/10.21831/economia.v11i2.8239>>
- Saidin, O.K, 'Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual', *Intellectual Property Rights*, 1.1 (2004), 329–30