

PERLINDUNGAN MEREK DAGANG USAHA KULINER SKALA MIKRO-KECIL DI KALIMANTAN SELATAN

Fajrian Noor Anugrah¹, Muhammad Erpani², Irvan Abdillah³, Yoga Pratama⁴, Serly Julianti⁵

^{1,2,3,4,5}STIH Sultan Adam Banjarmasin
fajrianbkd@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pendaftaran merek dagang berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dan juga bagaimana pelaku usaha kuliner melindungi merek dagangnya di Kalimantan Selatan. Tujuan nya adalah untuk menganalisis aturan dari hasil wawancara dengan pelaku usaha mikro kecil kuliner di Kalimantan Selatan. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa perlindungan merek dagang bagi usaha kuliner kecil dan menengah di Kalimantan Selatan masih menghadapi beberapa tantangan. Mereka masih belum dapat mendaftarkan merek dagang mereka. Di sisi lain, pemilik usaha kuliner kecil dan menengah di Kalimantan Selatan yang telah mendaftarkan merek dagang mereka memperoleh manfaat dari perlindungan, komersialisasi dan pengembangan bisnis jangka panjang.

Keywords: Perlindungan, Merek Dagang, Usaha Kuliner Skala Kecil

1. PENDAHULUAN

Di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri. Menurut Bapak Teten Masduki selaku Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia menyatakan bahwa kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap perekonomian cukup signifikan. Sekitar 64,2 juta UMKM berkontribusi terhadap 99% dari total penyerapan tenaga kerja, 97% dari total tenaga kerja, 58,18% total investasi, 14,17% total ekspor, dan 60,34% dari total PDB nasional. Selain itu, jika ada 2,5% peningkatan UMKM, maka akan menghasilkan sekitar Rp. 468 triliun terhadap PDB dan 5% peningkatan UMKM menyumbang sekitar Rp. 936 Triliun terhadap PDB. (Lemhannas, 2022). Berdasarkan data, terdapat 461.762 UMKM di Kalimantan Selatan. Jumlah ini terbagi dari berbagai sektor. Kontribusi UMKM terhadap produk domestik regional bruto di Kalimantan Selatan sekitar 61%, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 1,16 juta orang. Peran dan kontribusi UMKM di Kalimantan Selatan cukup besar. (Diskominfo, 2022).

Freddy Harris menyatakan bahwa salah satu strategi untuk mengintensifkan kelas UMKM menjadi usaha berskala besar adalah melalui pendaftaran kekayaan intelektual, baik berupa merek, rahasia dagang, desain industri, paten, dan lain-lain. (Harris, 2019). Konsepsi mengenai Hak Kekayaan Intelektual didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memerlukan pengorbanan tenaga, waktu dan biaya. Pengorbanan ini menjadikan karya yang telah dihasilkan memiliki nilai ekonomi karena manfaat yang dapat dinikmatinya. Ini mendorong butuhnya penghargaan atas hasil berupa perlindungan hukum (Sutedi, 2013). Menurut Tomi Suryo Utomo, Hak Kekayaan Intelektual merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights* (IPR), sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang pengesahan WTO (*Agreement Establishing The World Trade Organization*), yang artinya hak atas kekayaan dari kemampuan intelektual manusia, yang mempunyai hubungan dengan hak seseorang secara pribadi (*human rights*). *World Intellectual Property Organization* (WIPO) menyatakan hal ini sebagai kreasi pemikiran manusia yang meliputi

inovasinya, karya sastra dan seni, simbol, nama, citra dan desain yang digunakan dalam perdagangan. (Utomo, 2010)

Adapun pencegahan oleh pihak perusahaan terhadap pelanggaran Merek mengingot Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran. Pengusaha biasanya berusaha mencegah orang lain menggunakan Merek mereka karena dengan menggunakan Merek, para pedagang memperoleh reputasi baik dan kepercayaan dari para konsumen serta dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dengan Merek yang telah digunakan perusahaan secara reguler. Semua hal di atas tentunya membutuhkan pengorbanan waktu, tenaga dan uang. (Lindsey & dkk, 2011)

UMKM yang telah memiliki sertifikat kekayaan intelektual, dapat mengembangkan usahanya lebih lanjut, melalui kemitraan melalui lisensi dan waralaba. Pendaftaran kekayaan intelektual memberikan jaminan kepastian dalam hal kepemilikan Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berfokus pada pelaku usaha mikro kecil di sektor kuliner di Kalimantan Selatan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut untuk mengetahui bagaimana pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan untuk mengetahui bagaimana perlindungan merek dagang pada usaha kecil dan mikro kuliner di Kalimantan Selatan.

Kontribusi yang diharapkan adalah untuk pemahaman mengenai proses pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, sehingga usaha mikro dan kecil dapat mendaftarkan mereknya serta Memberikan informasi sebagai dasar pertimbangan, dan sumbangan pemikiran kepada pelaku usaha dan para pengambil kebijakan dalam hal perlindungan merek bagi usaha mikro-kuliner di Kalimantan Selatan.

Teori kepastian hukum digunakan dalam kegiatan ini, menurut Van Apeldoorn bahwa kepastian hukum memiliki dua segi, yaitu dapat ditentukannya hukum dalam hal yang konkret dan keamanan hukum. Hal memiliki arti bahwa pihak yang mencari keadilan ingin mengetahui apa yang menjadi hukum dalam suatu hal tertentu sebelum ia memulai perkara dan perlindungan bagi para pencari keadilan. (Julyano & Sulistyawan, 2019)

Menurut Maria S.W. Sumardjono, tersedianya peraturan perundang-undangan merupakan hal yang mutlak untuk menjamin kepastian hukum. Peraturan-peraturan tersebut dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen oleh aparat penegak hukum. (Sumardjono, 1997)

Teori kepastian hukum terkait perlindungan merek dagang bagi usaha mikro-kecil kuliner di Kalimantan Selatan merupakan dasar dari pengabdian ini. Kepemilikan merek dibuktikan dengan adanya sertifikat hak merek yang dikeluarkan oleh Kementerian Hukum & Hak Asasi Manusia.

Pengertian tentang Merek berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, pada Pasal 1 menerangkan bahwa:

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

- 2) 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 sejenis lainnya.
- 3) 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 sejenis lainnya
- 4) Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya;
- 5) 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.

Adapun ruang lingkup Merek yang dilindungi oleh undang-undang Merek ini sebagaimana ketentuan dari Pasal 2 ayat (3) menyebutkan bahwa Merek yang dilindungi terdiri atas tanda 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.

2. METODOLOGI

Jenis normative dan sosiologis digunakan dalam kegiatan ini yang bertujuan untuk menganalisis aturan, hukum, peraturan, kebijakan, atau norma yang berlaku dalam suatu bidang atau topik tertentu. Lebih lanjut, hukum normatif dan sosiologis memfokuskan diri pada hukum, atau peraturan-peraturan yang tertulis dan diterapkan ke dalam Masyarakat. Sumber data dibedakan antara data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat, dan dari bahan kepustakaan. Data yang diperoleh dari usaha mikro-kecil di Kalimantan Selatan merupakan data primer atau data dasar, sedangkan bahan kepustakaan yaitu dokumen-dokumen resmi, buku-buku kepustakaan, peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, artikel-artikel, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian merupakan data sekunder.

3. HASIL

Merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan Pasal 1 angka (1) definisi “merek adalah tanda yang berupa gambar, logo, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) unsur tersebut yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum.”

Undang-undang ini mengatur ketentuan pendaftaran merek, tata cara permohonan merek, proses, pemeriksaan formal dan substantif, hingga persetujuan atau penolakan permohonan. Sertifikat adalah bukti kepemilikan.

Merek merupakan aset tidak berwujud yang memiliki nilai yang luar biasa. Secara umum, merek dibagi menjadi merek barang dan jasa. Hak eksklusif untuk merek diperoleh melalui pendaftaran. Indonesia menggunakan sistem konstitutif atau prinsip *first to file*.

Penulis melakukan wawancara dengan anggota organisasi Gerakan Ekonomi Kreatif Nasional (Gekrafs) di Kalimantan Selatan, khususnya dengan usaha kecil dan menengah di bidang kuliner. Penulis menemukan hasil sebagai berikut:

- a. Mereka masih fokus pada kegiatan operasional bisnis mereka, setelah terkena dampak ekonomi dari pandemi *Covid 19*;
- b. Mereka menghadapi masalah dalam pendaftaran merek dagang, terutama dalam hal biaya;
- c. Akses mereka terhadap informasi untuk pendaftaran merek juga terbatas;
- d. Fasilitasi pendaftaran merek oleh pemerintah daerah masih terbatas;
- e. Mereka tidak memahami manfaat dari mendaftarkan merek mereka;
- f. Mereka tidak memahami bahwa merek merupakan aset kekayaan intelektual yang harus dilindungi dalam persaingan usaha.

Selanjutnya, penulis melakukan penyuluhan terhadap pemilik usaha kuliner kecil dan menengah di wilayah Kabupaten Kotabaru Provinsi Kalimantan Selatan yang belum mendaftarkan mereknya dan mewawancarai pelaku usaha UMKM yang telah mendaftarkan mereknya seperti pemilik “Galuh Marawa”, “Ayam Goreng Bamega” & “Culinair Lashira”. Hasil dari pendaftaran merek mereka sebagai berikut:

1. Memberikan kepastian hukum atas kepemilikan merek;
2. Memberikan kepastian hukum untuk komersialisasi merek dan pengembangan usaha. Dalam kasus Galuh Marawa, pemilik dapat membuka 7 cabang hanya dalam waktu sekitar 1,5 tahun setelah pembukaannya di akhir tahun 2021.
3. Mencegah persaingan usaha yang tidak sehat oleh kompetitor (kasus Galuh Marawa);
4. Mempromosikan merek melalui influencer media sosial di Facebook, Instagram, Tik Tok (Galuh Marawa, Culinair Lashira, dan Ayam Goreng Bamega)
5. Meningkatkan daya saing produk dan layanan (Galuh Marawa, Culinair Lashira, dan Ayam Goreng Bamega)

4. KESIMPULAN

Undang-undang nomor 20 tahun 2016 mengatur ketentuan pendaftaran merek, tata cara permohonan merek, proses, pemeriksaan formal dan substantif, hingga persetujuan atau penolakan permohonan. Perlindungan merek dagang bagi usaha kuliner kecil dan menengah di Kalimantan Selatan masih menghadapi tantangan. Mereka masih belum dapat mendaftarkan merek dagang mereka. Beberapa faktor diantaranya adalah biaya pendaftaran yang tinggi, kurangnya pengetahuan tentang manfaat yang diterima dari pendaftaran merek, terbatasnya akses untuk melakukan pendaftaran, dan terbatasnya fasilitasi pendaftaran merek dari pemerintah daerah. Di sisi lain, merek terdaftar dari usaha kuliner kecil dan menengah di Kalimantan Selatan mendapat perlindungan hukum. Pemilik memahami manfaat perlindungan merek dagang. Mereka memperoleh manfaat dari komersialisasi dan pengembangan bisnis jangka panjang.

5. SARAN DAN REKOMENDASI

Merek diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Usaha kecil dan menengah di Kalimantan Selatan perlu lebih proaktif dalam mengikuti seminar dan sosialisasi mengenai pengaturan dan pendaftaran merek. Kepada pemerintah dan perguruan tinggi perlu

mensosialisasikan ketentuan tersebut dengan kelompok usaha kecil dan menengah yang ada di Kalimantan Selatan.

Usaha kecil dan menengah di Kalimantan Selatan perlu mendaftarkan merek dagang mereka. Sistem pendaftaran didasarkan pada prinsip first to file, sehingga pendaftaran merek merupakan bagian dari strategi bisnis. Kepada pemerintah, khususnya pemerintah daerah, untuk dapat memfasilitasi pendaftaran merek bagi usaha kecil dan mikro di Kalimantan Selatan.

Daftar Pustaka

- Diskominfo. (2022, mei 23). <https://kalselprov.go.id/>. Retrieved from Pemprov Kalsel Dukung Showcase Umkm Unggulan Kalimantan Selatan: <https://kalselprov.go.id/berita/eyJpdii6IjJYcEtiK2kzcmYwMjZuRFpaRklSQXc9PSIsInZhbHVlIjoieMHNhQ3Y2cEZsQkh0XC9LY29yRmE0d2c9PSIsIm1hYyI6IjNiNjBIYWUwMmMwNDI1ODdlOWZjZTMwYjc2YmJIM2JmMDE3MWZjYzZjZTVlMTVhNDEyNTU3ZDZkMUYxZmVjN2YifQ%3D%3D>
- Harris, F. (2019). *Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Tahun 2019*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum Dan Ham.
- Julyano, M., & Sulistyawan, A. Y. (2019). Pemahaman Terhadap Asas Kepastian Hukum Melalui Konstruksi Penalaran Positivisme Hukum. *Credito*, 14.
- Lemhannas. (2022, Juni 24). *Menteri Koperasi dan UKM: Pentingnya Ekonomi Digital bagi Kepentingan Rakyat*. Retrieved from <https://www.lemhannas.go.id/>: <https://www.lemhannas.go.id/index.php/berita/berita-utama/1762-menteri-koperasi-dan-ukm-pentingnya-ekonomi-digital-bagi-kepentingan-rakyat>
- Lindsey, T., & dkk. (2011). *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: PT. Alumnii.
- Sumardjono, M. S. (1997). *Kepastian Hukum dalam Pendaftaran Tanah dan Manfaatnya Bagi Bisnis Perbankan dan Properti*. Jakarta.
- Sutedi, A. (2013). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Utomo, T. S. (2010). *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Globalisasi, Sebuah Kajian Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.