

PELINDUNGAN HUKUM MEREK “DEWAN” SEBAGAI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM MENINGKATKAN NILAI EKONOMI BAGI PELAKU UMKM DELI SERDANG

Berliana Grace Devali Sianturi¹, Ahmad Aridho², Diandra Joy Hutapea³, Putri Andini⁴, Parlaungan Gabriel Siahaan⁵,
Reh Bungana Br. PA⁶
berlianagracedevalisianturi@gmail.com¹, ahmadaridho77@gmail.com², diandracheline@gmail.com³,
putriadini040703@gmail.com⁴, parlaungansiahaan@unimed.ac.id⁵, rehbungana@unimed.ac.id⁶
Universitas Negeri Medan

Abstrak: Merek adalah identitas produk yang menggambarkan kualitas yang diperdagangkan sehingga merek menjadi faktor yang sangat penting dalam proses pemasaran. Namun dalam prakteknya pedagang UMKM berasumsi tidak memiliki kepedulian kepada Merek sehingga adanya suatu permasalahan dalam peniruan merek, dan upaya perlindungan hukum terhadap merek. Dasar hukum merek telah lama diatur dalam UU Merek, merek dagang adalah bagian penting dari hukum HKI. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat dasar hukum hak kekayaan intelektual dalam ruang lingkup Undang-Undang Merek, dan upaya perlindungan hukum terhadap Merek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian.

Kata Kunci: Pelindungan Hukum, Undang-Undang Merek, Hak Kekayaan Intelektual.

Abstract: Trademark is a product identity that describes the quality that is traded so that the brand becomes a very important factor in the marketing process. However, in practice, MSME traders assume that they do not have concern for the Trademark so that there is a problem in trademark imitation, and efforts to protect the law against trademarks. The legal basis of trademarks has long been regulated in the Trademark Act, trademarks are an important part of IPR law. The purpose of this study is to look at the legal basis of intellectual property rights within the scope of the Trademark Act, and efforts to protect the law against Trademarks. The research method used in this research is normative juridical, namely the approach taken by examining theories, concepts, legal principles and legislation related to the research.

Keywords: Legal Protection, Trademark Law, Intellectual Property Rights.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dalam kemajuan teknologi informasi dapat membawa perubahan sebagai aktivitas kehidupan masyarakat di berbagai bidang, sehingga berdampak langsung di perkembangan ekonomi. Pemanfaatan teknologi informasi harus ditingkatkan yang sebagai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat. Disaat masyarakat bergabung dalam bidang perekonomian (UMKM) banyak ditemukan permasalahan yaitu merek, dimana masyarakat memiliki ketidakpedulian terhadap merek di bidang perekonomian (UMKM). Sehingga masyarakat dibidang perekonomian (UMKM) merek dapat ditiru oleh masyarakat yang tidak bertanggungjawab.

Persamaan pada pokoknya sendiri adalah terdapat unsur yang sama atau mirip antara Merek satu dengan Merek lainnya sehingga memunculkan kesan adanya persamaan atau kemiripan baik dari bentuk, posisi, tulisan atau kombinasi diantara itu, termasuk persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam Merek tersebut. Kemudian O.K. Saidin memberikan definisi terkait “persamaan-pada-pokoknya”, hal mana persamaan pada pokoknya merupakan kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang menonjol antara merek yang satu dan merek lainnya, yang dapat menimbulkan kesan adanya persamaan baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan, cara penulisa atau kombinasi antara unsur-unsur ataupun persamaan bunyi ucapan yang terdapat dalam merek tersebut (Akbar, 2023).

Adapun penjual yang memakai merek dan juga logo untuk bertujuan agar mudah diingat dan dibedakan dari logo (merek) lainnya. Logo dan merek juga tidak asal-asalan melainkan memiliki makna filosofi yang dibuat oleh ownernya sendiri. Adapun merek dan logo dapat kita lihat dibawah ini.

Merek (gambar atau nama) yang digunakan sebagai pengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasar. Hak merek merupakan hak kekayaan industri yang dilindungi oleh sistem HKI. Merek menurut UU No. 15 Tahun 2001 adalah 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. Pengertian merek pada UU yang baru yaitu UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengalami perubahan dan memberikan penjelasan lebih lengkap yaitu tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa (Hidayah, 2017). Oleh karena itu produk yang dihasilkan dalam merek atau kepunyaan individu harus dindungi dalam hukum.

Sehingga permasalahan pada persaingan dagang akibat peniruan merek umkm dapat menjadi masalah serius bagi pembisnis yang membangun merek yang kuat. Berikut adalah beberapa permasalahan yang dapat muncul akibat peniruan merek oleh UMKM yaitu ada penurunan pada penjualan dapat membuat mereka sulit membedakan produk asli dan produk palsu, kehilangan kepercayaan konsumen yang merasa tertipu oleh produk asli dan palsu dapat merusak reputasi merek dan citra usaha, kerugian finansial yaitu pengusaha harus mengeluarkan sumber daya tambahan untuk mengatasi peniruan pada merek, ketidaksetaraan persaingan dapat menciptakan ketidaksetaraan dalam persaingan, resiko hukum untuk melindungi merek mereka dapat mengakibatkan proses hukum yang Panjang dan biaya yang tinggi, ketidakstabilan pasar peniruan merek dapat mengganggu stabilitas pasar dan menghasilkan ketidakpastian dapat merugikan bisnis asli dan konsumen. pertumbuhan terhambat perusahaan yang terus-menerus menghadapi peniruan merek oleh UMKM mungkin menjadi enggan untuk berinvestasi dalam inovasi dan pengembangan produk baru karena khawatir produk mereka akan segera ditiru.

Oleh karena itu resiko pada kerugian merek dapat penurunan reputasi merek akibat asosiasi

dengan produk palsu yang mungkin berkualitas rendah atau tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen, hilangnya kepercayaan konsumen terhadap merek asli. Kerugian bagi pelaku UMKM yang tidak terlibat dalam pemalsuan merek tetapi beroperasi di sektor yang sama atau memiliki merek serupa dapat mengalami penurunan penjualan dan reputasi akibat asosiasi dengan pemalsuan merek, kerugian bagi ekosistem bisnis pemalsuan merek dapat merusak integritas ekosistem bisnis dan menciptakan ketidakpastian di pasar.

Penting untuk dicatat bahwa penegakan hukum yang efektif, edukasi, dan kesadaran tentang hak merek, serta upaya untuk mempromosikan etika bisnis yang baik, dapat membantu mengurangi pemalsuan merek oleh UMKM dan mengurangi dampak kerugian yang disebabkan oleh praktik ini. Selain itu, konsumen juga harus berperan aktif dalam mendukung merek asli dan berhati-hati dalam membeli produk agar tidak menjadi korban pemalsuan merek.

Dengan adanya ketentuan pemberian sanksi pidana, bagi setiap orang yang menirukan dan memalsukan merek dagang maupun dilusi terhadap barang atau produk yang diperdagangkan maka akan diberikan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan Pasal 100 dan Pasal 101 Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dan Indikasi Geografis, pemerintah telah memberikan kepastian hukum bagi seseorang yang hak milik atas mereknya ditiru (dipersamakan secara keseluruhan) atau dipalsukan (dipersamakan yang pada pokoknya/adanya kemiripan). Disamping pelanggaran-pelanggaran persamaan pada pokoknya, pemalsuan, dilusi (persamaan keseluruhan dengan merek terkenal), ada jenis pelanggaran yang baru-baru ini marak dilakukan oleh para pelaku usaha di internet dan penggunaan karakter dalam pemasaran (Rizkia, 2022)

Masalah pemalsuan merek oleh UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah permasalahan yang signifikan dalam dunia bisnis. Beberapa masalah yang sering muncul terkait dengan pemalsuan merek oleh UMKM adalah sebagai berikut **pelanggaran hak merek** pemalsuan merek merupakan pelanggaran hak milik intelektual yang melibatkan penggunaan merek tanpa izin pemiliknya. Ini merugikan pemilik merek yang sah dan dapat mengakibatkan kerugian finansial. **Persaingan yang tidak sehat** pemalsuan merek menciptakan persaingan yang tidak sehat di pasar. UMKM yang terlibat dalam pemalsuan dapat menawarkan produk dengan harga lebih rendah karena mereka tidak memiliki beban biaya riset dan pengembangan yang sama dengan pemilik merek asli. **Kehilangan pendapatan untuk pemilik merek asli** pemalsuan merek dapat mengakibatkan penurunan penjualan produk asli karena konsumen mungkin beralih ke produk palsu dengan harga lebih murah, **dampak pada kesehatan dan keamanan konsumen** produk palsu seringkali tidak memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan oleh peraturan ini dapat membahayakan kesehatan dan keamanan konsumen, **ketidakpastian dalam pasar** pemalsuan merek menciptakan ketidakpastian dalam pasar dan dapat mengganggu stabilitas ekonomi. **kerugian hak pajak** produk palsu seringkali tidak dikenakan pajak, yang dapat mengakibatkan kerugian pendapatan bagi pemerintah, **kerugian bagi ekosistem bisnis** pemalsuan merek dapat merusak ekosistem bisnis dan menciptakan ketidakpastian di pasar, **tindakan hukum** pemilik merek asli mungkin harus mengeluarkan biaya tambahan untuk melindungi hak merek mereka melalui tindakan hukum terhadap pelanggaran. Pemalsuan merek oleh UMKM merupakan permasalahan yang kompleks dan memerlukan pendekatan holistik untuk mengatasi. Ini termasuk pendidikan dan kesadaran tentang hak merek, penegakan hukum yang efektif, serta dukungan untuk UMKM agar mereka dapat bersaing secara adil dan beretika di pasar. Upaya ini akan membantu melindungi pemilik merek, konsumen, dan integritas pasar.

Merek adalah identitas produk yang menggambarkan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan sehingga merek menjadi faktor yang sangat penting dalam proses pemasaran barang dan jasa (Riviyusnita & Angling, 2021). Menurut hemat penulis mendeskripsikan bahwa merek merupakan penanda yang memiliki kepunyaan tersendiri (produk dagang) untuk diperjualkan kepada konsumen (pembeli) dalam tingkat strategi pemasaran bahwa merek (produk dagang) yang dilihat

konsumen (pembeli) melihat mutu produk dagang tersebut.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merek diartikan sebagai tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen, dan sebagainya) pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal; cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya (Sekar Ayuning Pramewari, 2020). Merek adalah identitas produk yang menggambarkan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan sehingga merek menjadi faktor yang sangat penting dalam proses pemasaran barang dan jasa (Riviyusnita & Angling, 2021)

Menurut hemat penulis mendeskripsikan bahwa merek merupakan penanda yang memiliki kepunyaan tersendiri (produk dagang) untuk diperjualkan kepada konsumen (pembeli) dalam tingkat startegi pemasaran bahwa merek (produk dagang) yang dilihat konsumen (pembeli) melihat mutu produk dagang tersebut.

Merek tersebut memiliki dasar hukum, dasar hukum merek antara lain adalah:

- a) Undang-Undang Merek nomor 15 Tahun 2001
- b) UU No 20/2016 Merek dan Indikasi Geografis
- c) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek

Dasar hukum merek telah lama diatur dalam UU Merek dan Indikasi Geografis, merek dagang adalah bagian penting dari hukum HKI. Merek adalah properti industri yang mencakup kekayaan intelektual (Muchtar Anshary Hamid Labetubun, 2020).

Dari beberapa dasar hukum merek yang disebutkan diatas, di dalam penelitian ini melihat dasar hukum hak kekayaan intelektual dalam ruang lingkup Undang-Undang Merek dan Indetifikasi Geografis, dan Undang Merek yang menjadi peran utama (terpenting), serta menjadi pendukung untuk perlindungan merek dengan pendaftaran merek Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia nomor 67 Tahun 2016.

Menurut (Zulkifli Makkawaru, 2021) beberapa pengertian yang perlu dikemukakan berkenaan dengan merek yakni :

- a. 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.
- b. 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
- c. 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.

Dengan ini kelompok penelii mengambil pada merek dagang pada bagian UMKM yang berada di daerah Deli Serdang.

Pada Subjek Merek terdapat Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 yang dibagi menjadi 3 bagian antara lain (Individu, Perkumpulan, Badan Hukum) atau sebagai permohonan pendafataran merek. Sedangkan pada objek Merek yang menjadi penilaian serta perlindungan dalam badan hukum dalam pendukung harga ekonomis dalam dagang UMKM terdapat dalam Pasal 1 UU No.20/2016, antara lain: (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 oran atau badan hukumkegiatan perdagangan barang dan/jasa.

Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang

bersifat khusus (*exclusive*). Hak khusus tersebut bersifat monopoli artinya hak itu hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa adanya izin dari pemilik merek, orang lain tidak boleh mempergunakan hak khusus. Jika adapihak lain yang mempergunakan hak khusus tadi dengan tanpa adanya izin dari pemilik hak merek, maka telah terjadi pelanggaran yang dapat dikenai sanksi tertentu (Syafira, 2021).

Pelindungan hukum yang represif menitik beratkan pada persamaan merek pemberian sanksi hukum, baik perdata maupun pidana, terhadap harta benda. pelanggaran hak merek, bahwa pemilik merek terdaftar mempunyai perlindungan hukum apabila terjadi pelanggaran hak merek, baik berupa upaya hukum ganti rugi.

Apabila merek telah terdaftar, maka mendapat perlindungan hukum, baik secara perdata maupun pidana. Terkait dengan perlindungan hukum secara pidana, yaitu dengan pemberian hukuman kepada barang siapa yang telah melakukan kejahatan dan pelanggaran merek sebagaimana diatur dalam Pasal 90, 91, dan 94 UU Merek. Pasal 90 UU Merek pada dasarnya memberikan ancaman hukuman penjara paling lama lima tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar rupiah kepada barang siapa yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.

Undang-Undang Hak Merek memberikan pilihan penyelesaian hukum bagi pemegang merek yang haknya dilanggar oleh pihak lain. Berikut ini mekanisme penyelesaian bagi pemegang merek yang ingin mempertahankan haknya:

- a. Gugatan Perdata, mekanisme ini diatur di dalam pasal 83 UUM. Pemegang merek berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada pengadilan niaga atas kerugian yang dialami dan memohon kepada pengadilan niaga agar memerintahkan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek.
- b. Tuntutan Pidana. Ketentuan pidana pelanggaran merek diatur di dalam pasal 100-103 UUM. Pengajuan gugatan perdata tetap bisa dilakukan bersama tuntutan pidana. Proses perdata tidak menggugurkan hak negara untuk melakukan tuntutan pidana.
- c. Penyelesaian sengketa melalui alternatif penyelesaian sengketa/ ADR (*Alternative Dispute Resolution*) dalam bentuk negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan cara lain yang dipilih oleh para pihak sesuai dengan undang-undang yang berlaku (Pasal 93 UUM).

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan peneliti yaitu yuridis normatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian dan praktek yaitu “Pelindungan hukum merek “dewan” sebagai hak kekayaan intelektual dalam meningkatkan nilai ekonomi bagi pelaku UMKM di Deli Serdang”. Dengan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Jenis Teknik analisis data deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang memafaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Jenis analisis deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Lokasi penelitian Jalan pinang mas I no.C8, Paya Geli, Kec.Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwasanya merek dewan ini dari pemikiran narasumber (spontanitas) sehingga dapat membuka usaha dagang yaitu merek dewan, dalam merek dewan hanya mendapatkan surat izin UMKM namun untuk kendala yang dimiliki merek dewan

dagang belum mendaftarkan merek dan mendapatkan sertifikat merek dagang. UMKM merek dewan membuka usaha dagang coffe yang diperdagangkan oleh narasumber pak benny.

Hal ini narasumber yang beratas namakan pak Benny telah mendirikan usaha UMKM coffe sejak tahun 2013, narasumber pak benny telah mengetahui perlindungan hukum dalam merek dagang namun dalam kenyataannya pemerintah belum melaksanakan sosialisasi terkait pendaftaran merek dagang terkhususnya UMKM, oleh karena itu narasumber pak benny belum mengetahui bagaimana cara pendaftaran merek dagang di sistem online. namun narasumber pak benny ingin mendaftarkan merek dagang UMKM miliknya ke Kemenkuham, karena mendengar dari anak pemilik merek dewan dagang tersebut bahwasanya untuk mendaftarkan merek dewan dagang sulit.

Apabila Direktorat Kementrian Hukum dan HAM mengarahkan narasumber pak Benny sebagai pelaku merek Dewan UMKM, sebaiknya melakukan penyuluhan iptek (Ilmu Pengetahuan Teknologi) dalam mengarahkan pendaftaran merek, dengan tujuan meminimalisir peniruan atau persamaan merek dalam membangkitkan perekonomian dagang dalam UMKM

Karena belum mendaftarkan merek dagang UMKM yang dimiliki oleh narasumber pak benny sehingga ada satu usaha yang hampir mendekati merek dagang tersebut dengan nama “Dupak”. Segi kemiripan merek antara dewan dan dupak yakni, rasa dari segi kopi tersebut sama dan desain tempat yang disajikan hampir mendekati. Serta dalam mendukung pendapat dari peneliti terdapat pada “kesetaraan mendasar” sebagai salah satu unsur yang terkandung dalam Pasal 21 ayat (1) UU No. 20/2016, Penjelasan Pasal 21 ayat (1) UU No. 20/2016 memberikan pengertian “kesamaan mendasar” sebagai “kemiripan”, yang disebabkan oleh adanya unsur dominan antara merek yang satu dengan merek yang lain sehingga menimbulkan akibat kesamaan yang terdapat pada merek tersebut, baik mengenai: kesamaan bentuk;persamaan cara penempatan;kesamaan cara penulisan; kombinasi antar elemen, atau kesamaan bunyi ujaran (Usman, 2021).

Pemalsuan terhadap merek melanggar ketentuan yang terkandung dalam UU tentang Merek yang diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dan pelaku pemalsuan bisa dijatuhi hukuman Pidana Pasal 100 ayat (1) UU MIG Jo. Pasal 55 ayat (1) Ke-1 KUHP (Wittadarma, 2022) narasumber pak benny untuk mempertahankan merek dewan yang medagangkan kopi untuk meningkatkan UMKM dalam merek dewan dan mendapatkan perlindungan hukum salah satunya memastikan dan memahami nilai dari merek kemudian dalam strategi bisnis merek juga dapat meningkatkan daya tarik dengan mempertahankan merek dagang (*trade mark*)

Dalam pemahaman peneliti bahwa masyarakat UMKM seringkali memiliki keterbatasan sumber daya pengetahuan tentang hukum merek. Itulah sebabnya peneliti ada disini untuk membantu pak Benny untuk memberikan paduan, informasi, dan mendukung apa yang pak Benny butuhkan dalam memahami proses perlindungan merek dagang. Peneliti akan membantu pak Benny mengidentifikasi langkah-langkah yang diperlukan untuk mendaftarkan merek anda secara sah dan melindunginya dari potensi pelanggaran persamaan merek.

Selain itu, peneliti akan memastikan pak Benny untuk memahami nilai dari merek pak Benny dalam strategi bisnis pak Benny. Merek yang kuat dapat meningkatkan daya tarik produk atau layanan pak Benny dipasar, membantu membangun reputasi positif, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan melindungi merek pak Benny, pak Benny tidak hanya menjaga hak hak pak Benny tetapi juga berinvestasi dalam masa depan bisnis pak Benny.

Menurut pemahaman dari Kepala UMKM terdapat kritik bahasanya pak Benny tidak peduli terhadap merek yang dibuat oleh pemilik usaha merek “Dewan UMKM” . Sedangkan saran yang diberikan oleh Kepala UMKM sebaiknya pemilik usaha merek “Dewan UMKM” mendaftarkan merek tersebut dalam perlindungan Hak Kekayaan Intelektual pada bagian merek dagang, selanjutnya secara teknis tidak meniru merek atau meniru hak kekayaan intelektual (HKI) orang lain, tetapi tidak mencari perlindungan hukum yang setara karena tidak sesuai dengan syarat-syarat yang diberlakukan dan semua merek tidak dapat diterbitkan oleh pihak Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia

tetapi jika pemilik dari merek “Dewan UMKM” ingin mendaftarkan mereknya beliau harus mengeluarkan dana sebagai perlindungan hak kekayaan intelektual mengenai merek dagang.

Bagaimana menerapkan atau mengetahui hukum terkait hak-hak merek tersebut atas jawaban dari kepala UMKM hak merek (logo), hak intelektual (buah pikiran) dalam membangun ekonomi pihak UMKM akan mengarah pada perlindungan hak kekayaan intelektual, sebelum pengarah secara hukum pihak yang menjalankan UMKM harus memantaskan mereknya, layak atau tidak merek tersebut di ajukan kepada Lembaga Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Kepala UMKM memberikan contoh apabila peneliti membuat usaha apa tidak terburu buru untuk mendaftarkan mereknya harus terlebih dahulu mempunyai niat seperti memantaskan mereknya, dan tujuannya agar usaha tidak diduplikat orang terhadap hak cipta merek (UU 20/2016)

Bagaimana pendapat bapak selaku kepala UMKM pada perlindungan hukum pada persamaan merek UMKM? menurut jawaban dari kepala UMKM Merek Deli Serdang tidak ada perlindungan hukum secara khusus yang di buat oleh pemerintahan kabupaten deli Serdang bagi semua yang ikut di dalam pelaku UMKM di deli Serdang, namun menurut beliau selaku kepala UMKM Merek Deli Serdang lebih lanjut pihak kepala dinas juga memakai dan menaati aturan hukum di kemenkumham. (Kemenetrian Hak Asasi Manusia) dan seluruh pelaku UMKM juga menaati dan mengikuti arahan dari pemerintah pusat langsung bagi pelaku UMKM, di saat itu juga di perjelas oleh kepala UMKM Merek Kabupaten Deli Serdang bahwa setiap masyarakat di Deli Serdang yang memiliki produk untuk ikut juga mendaftarkan produknya kedalam UMKM itu di lakukan untuk meningkat kan partisipasi masyarakat untuk mendaftarkan produknya agar bisa di kembangkan dan dapat meningkatkan perkembangan UMKM tersebut.

Di dalam yang penulis ketahui dari hasil bacaan dan mini riset yang penulis teliti bahwa perlindungan hukum di dalam peraturan kemenkumham, bahwa pelaku UMKM, harus mendaftarkan pelaku umkm dan juga mendaftarkan produk merek yang dia miliki ke dalam kemenkumham agar merek yang di buat tidak akan sama oleh produk Dari umkm lain nya, serta sudah di atur juga di dalam peraturan kemenkumham juga bahwa pelaku umkm yang mendaftarkan merek produk nya mendapatkan perlindungan hukum selama 25 tahun sehingga di dalam 25 tahun itu tidak ada satu pun pelaku UMKM lain nya tidak boleh sama menirukan merek yang beliau buat.

Kemudian penulis juga bertanya kepada kepala UMKM Merek Kabupaten Deli Serdang, bagaimana tanggapan dari bapak selaku kepala UMKM Merek Deli Serdang terhadap persamaan Merek Dagang terutama pada UMKM yang meningkatkan sumber daya perekonomian dagang, pada jawaban yang beliau sampaikan “menurut saya, dan dengan keterbatasan saya mungkin itu bisa saja terjadi namun tidak terekspos, contohnya ada pelaku UMKM baru-baru ini memiliki produk salvo yang berupa selai (produk makanan) dengan tujuan produk ini akan dijual pada pasar dengan pemilik usahnya asik berdagang dalam penjualan selai (produk makanan) sehingga pedagang tersebut lupa akan perlindungan merek dagang tersendiri yang akan di lindungi dalam ranah hak kekayaan intelktual”. Kepala Dinas UMKM Deli Serdang telah mengingatkan untuk antisipasi pada perlindungan merek UMKM khususnya pada merek dagang, dalam perjalanan menuju perekenomian produk salvo semakin berkembang produk salvo tersebut telah banyak dikirim seperti pengiriman ke Jakarta, maka setelah ditelusuri bahwa merek salvo telah didaftarkan pada perlindungan hak kekayaan intelktual salah satunya pada provinsi Sumatera Selatan dengan ibukota Palembang oleh karena itu secara hukum yang diakui ialah provinsi Sumatera Selatan walapun secara *decafto* (pengakuan dari orang) yang berada dari sumatera utara, tapi secara hukum hanya mengakui pada *dejure* (*in law*). Ketika adanya peniruan maka pedagang UMKM merek berdiskusi kepada Kepala Dinas UMKM Deli Serdang dengan mengganti merek usaha dagang UMKM (revisi).

Ujar beliau selaku kepala UMKM Merek Kabupaten Deli Serdang, “apabila ingin mendirikan sebuah dagang terlebih dahulu untuk melindungi merek dagang harus adanya niat pada perlindungan merek dagang dalam hukum agar tidak adanya peniruan pada merek dalam kerugian merek yang

tidak dilindungi secara hukum, sehingga telah banyak orang mengetahui produk yang di ciptakan atau dihasilkan dalam memajukan suatu ekonomi pada merek UMKM menjualkan produk orang lain namun tidak pada objek (orang penjual) yang sama hanya persamaan pada merek akan memperjualkan produk orang lain”. Dan banyaknya oknum pada perlindungan merek dagang seperti dengan membiayai orang agar proses pendaftaran merek dagang UMKM terlebih dahulu di daftarkan.

Selanjutnya penulis bertanya terhadap upaya merek dagang terkait UMKM yang berada dalam ruang lingkup Kabupaten Deli Serdang ada peraturan lain? selain dalam perlindungan hukum di daerah Deli Serdang? atau hanya mengikuti dari Kemenetrian Hak Asasi Manusia?, ujar beliau selaku kepala UMKM Merek di Deli Serdang “bahwa tugasnya ialah mensosialisasikan pentingnya perlindungan merek dagang pada kategori UMKM agar meminalisir persamaan merek dagang, apabila usaha dagang merek yang paling terkenal dan besar akan berdampak pada kegiatan usaha UMKM serta perlindungan merek dalam hukum bagi pelaku UMKM yang benar-benar serius”.

Prosedur-prosedur berikut ini dapat dilakukan oleh pemilik usaha UMKM Dewan untuk mempertahankan merek "Dewan" sebagai aset kekayaan intelektual Pendaftaran merek dagang, dengan mendaftarkan merek dagang adalah pendekatan yang paling efektif untuk melindungi merek secara hukum. Pemilik usaha dapat mengajukan aplikasi merek dagang ke lembaga yang berwenang, seperti Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (direktorat jenderal kekayaan intelektual) atau badan yang bertanggung jawab atas pendaftaran merek dagang. Penelitian merek dagang, sebelum mengajukan aplikasi untuk merek dagang, sangat penting untuk melakukan penelitian tujuannya adalah untuk memverifikasi bahwa merek "Dewan" tidak bertentangan dengan merek lain yang sudah terdaftar. Ini membantu menghindari masalah hukum di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah kami lakukan mengenai Perlindungan Hukum Merek “Dewan” Sebagai Hak Kekayaan Intelektual dalam meningkatkan nilai ekonomi bagi pelaku UMKM Deli serdang, merek merupakan hak kekayaan industri yang dilindungi oleh sistem HKI. Merek menurut UU No.15 Tahun 2001 adalah 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. Adapun permasalahan pada persaingan dagang akibat peniruan merek umkm dapat menjadi masalah serius bagi pembisnis yang membangun merek yang kuat. Berikut beberapa permasalahan yang dapat muncul akibat peniruan merek oleh UMKM yaitu ada penurunan pada penjualan dapat membuat mereka sulit membedakan produk asli dan produk palsu, dan sebagainya. Kepala UMKM juga memberikan contoh apabila peneliti membuat usaha apa tidak terburu buru untuk mendaftarkan mereknya harus terlebih dahulu mempunyai niat seperti memantaskan mereknya, dan tujuannya agar usaha tidak diduplikat orang terhadap hak cipta merek (UU 20/2016). (Kemenetrian Hak Asasi Manusia) dan seluruh pelaku UMKM juga menaati dan mengikuti arahan dari pemerintah pusat langsung bagi pelaku UMKM, di saat itu juga di perjelas oleh kepala UMKM Merek Kabupaten Deli Serdang bahwa setiap masyarakat di Deli Serdang yang memiliki produk untuk ikut juga mendaftarkan produknya kedalam UMKM itu di lakukan untuk meningkat kan partisipasi masyarakat untuk mendaftarkan produknya agar bisa di kembangkan dan dapat meningkatkan perkembangan UMKM tersebut. Apabila ingin mendirikan sebuah dagang terlebih dahulu untuk melindungi merek dagang harus adanya niat pada perlindungan merek dagang dalam hukum agar tidak adanya peniruan pada merek dalam kerugian merek yang tidak dilindungi secara hukum, sehingga telah banyak orang mengetahui produk yang di ciptakan atau dihasilkan dalam memajukan suatu ekonomi pada merek UMKM menjualkan produk orang lain namun tidak pada objek (orang penjual) yang sama hanya persamaan pada merek akan memperjualkan produk orang lain.

Saran dari penulis tentang perlindungan hak merek untuk meningkatkan nilai ekonomi bagi pelaku UMKM Deli Serdang agar pihak umkm lebih bersosialisasi lagi terhadap masyarakat yang memiliki usaha usaha kecil menengah agar mereka menyadari betapa pentingnya merek yang mereka buat untuk segera didaftarkan kepihak UMKM agar tidak dapat ditiru oleh pemilik usaha lainnya, karena dapat menimbulkan kerugian kepada pemilik usaha yang ditiru dan juga dapat menimbulkan penurunan pada penjualan karena masyarakat sulit membedakan produk asli dan produk palsu, dan ada banyak lagi kerugian kerugian lainnya. Semoga pembahasan dari hasil penelitian kami dalam makala ini dapat bermanfaat bagi para pembaca terutama pada mahasiswa dan mahasiswi PPKn Universitas Negeri Medan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atsar Abdul. (2018). Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Yogyakarta:Deepublish.
- Depi Paujjah, S. (2021). Pengaruh citra merek terkenal terhadap keputusan pembelian tas sport yang di produksi di kampung cilame. *Proceedings Uin Sunan ...*, 1(20), 78.
- Freddy Harris. (2020). Merek dan Indikasi Geografis. Jakarta.
- Hanim, L. (2018). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha. In Hak cipta dilindungi Undang-undang All Rights Reserved.
- Hawin & Riswandi (2017). Isu-Isu Penting Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia. Yogyakarta:Anggota IKAPI.
- Mashdrohatun Anis. (2013). Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Perspektif Sejarah di Indonesia
- Mujiyono & Feriyant. (2017). Memahami dan cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual. Yogyakarta Riviyusnita, R., & Angling, K. D. (2021). Perlindungan Hukum Merek Asing Terkenal Terhadap Peniruan Merek Yang Menyebabkan Persaingan Curang Menurut UU No.20 Tahun 2016 Tentang Merek. *Rianda Riviyusnita, Derry Angling Kesuma*, 27(2), 77.
- Rizkia, N. D. dan H. F. (2022). Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar. In Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM. Bali.
- Satyahadi, D., & Disemadi, H. S. (2023). Perlindungan Merek Produk UMK: Konstruksi Hukum & Peran Pemerintah. Kalimantan.
- Sri, H., Sukesi, & Kanty, H. (2019). Manajemen UMKM dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai. Unitomo Press, 1, 35.
- Usman, R. (2021). DASAR-DASAR HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL (M. H. Diana Rahmawati S.H. (ed.); 1st ed.). KENCANA.
- Usman Rachmadi. (2021). Dasar-Dasar Hukum Kekayaan Intelektual. Jakarta:Kencana.
- Zulkifli Makkawaru. (2021). Hak kekayaan intelektual seri hak cipta, paten, dan merek.

Jurnal

- Akbar. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG MEREK TERKENAL TERHADAP PELANGGARAN MEREK UNTUK MEMBANGUN. *HUKUM BISNIS*, 7(4), 1180.
- Hidayah, K. (2017). Hukum Hak Kekayaan Intelektual. In Setara Press: Vol. (Issue).
- Indra, P. A. (2021). Pendampingan Pendaftaran Merek Dagang Gold Hill Di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. *Conference on Community Engagement Project*, 1(1), 421.
- Martania, D. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Piegon Teens Skin Care. *Science of Management and Students Research Journal*, 2(4), 234.
- Muchtar Anshary Hamid Labetubun, M. V. G. P. (2020). Controlling of Imported or Exported Goods

- Related To Brand. *UNTAG Law Review (ULREV)*, 4(1), 20.
- Riviyusnita, R., & Angling, K. D. (2021). Perlindungan Hukum Merek Asing Terkenal Terhadap Peniruan Merek Yang Menyebabkan Persaingan Curang Menurut UU No.20 Tahun 2016 Tentang Merek. *Rianda Riviyusnita, Derry Angling Kesuma*, 27(2), 77.
- Rizkia, N. D. dan H. F. (2022). Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar. In *Widina Bhakti Persada Bandung: Vol. (Issue)*.
- Sekar Ayuning Pramewari, I. E. J. (2020). Tanggung Jawab Pemboncengan Produk Kesehatan dalam Sistem Hukum Merek: Penjualan Produk Kesehatan Pada Situs Online YANG Memanfaatkan Keadaan Masa Pandemi Covid-19. *National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era*, 204.
- Syafira, V. T. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Superman Terhadap Pelanggaran Merek. *Jurnal Suara Hukum*, 3(1), 103.
- Wittadarma, D. (2022). KAJIAN YURIDIS PERTIMBANGAN MAJELIS HAKIM TERHADAP TINDAK PIDANA PEMALSUAN MEREK DAGANG (Studi Kasus Putusan PN.Denpasar No.1080/PID.SUS/2019/PN DPS). *Jurnal Preferensi Hukum*, 3(3), 533 & 5.