

Pendaftaran Merek Dagang Sebagai Upaya Perlindungan Hak Merek Terhadap Kekayaan Intelektual di UMKM Toko Batam Sejahtera

Vindriyanto¹, Winsherly Tan²

Universitas Internasional Batam

Email: 1951040.Vindriyanto@uib.edu, winsherly@uib.ac.id

Abstrak

Merek merupakan tanda atau simbol yang dikenali oleh konsumen pada saat membeli produk atau menggunakan jasa yang tersedia di pasaran. Merek menjadi identitas dari sebuah produk/jasa. Tanpa adanya merek, masyarakat menjadi kesulitan untuk menjelaskan kepada orang lain terkait produk yang dikonsumsi atau jasa yang digunakan. UMKM merupakan sebuah usaha produktif yang didirikan berdasarkan tuntutan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu UMKM yang telah berdiri sejak lama ialah Toko Batam Sejahtera (untuk selanjutnya disingkat TBS) yang bergerak di bidang cat, namun belum pernah mendaftarkan mereknya. Banyaknya UMKM mengakibatkan banyaknya merek yang bermunculan. Dengan bermunculannya banyak merek tersebut, tidak menutup kemungkinan bahwa akan terciptanya merek yang serupa. Perlindungan merek yang disediakan oleh Undang-Undang hanya diberikan apabila merek tersebut telah terdaftar, dengan kata lain merek yang belum terdaftar belum mampu dilindungi oleh negara. Observasi dan wawancara menjadi metode yang digunakan untuk memperoleh informasi terkait permasalahan merek yang akurat. Ide demi ide dikeluarkan untuk membuat sebuah rancangan yang dapat diimplementasikan pada TBS. Implementasi dari rancangan yang diciptakan dinilai berhasil untuk memberikan perlindungan kepada TBS dalam jangka waktu yang lama. Kegiatan pengabdian masyarakat yang terintegrasi PkM terkhusus pada sektor pendaftaran HKI membutuhkan lebih banyak partisipasi dari pelaku usaha agar dapat mendorong pendaftaran merek di Indonesia.

Abstract

A brand is a sign or symbol that is recognized by consumers when buying products or using services available on the market. A brand is the identity of a product or service. Without a brand, people find it difficult to explain to others the products they consume or the services they use. An MSME is a productive business that was founded based on human demands to meet the needs of life. One of the SMEs that has been around for a long time is Toko Batam Sejahtera (hereinafter abbreviated as TBS), which is engaged in painting, but has never registered its brand. The number of MSMEs has resulted in the emergence of many brands. With the emergence of many of these brands, it is possible that similar brands will be created. Trademark protection provided by law is only granted if the mark has been registered. In other words, an unregistered mark has not been able to be protected by the state. Observation and interviews are the methods used to obtain accurate information related to brand issues. Ideas after ideas are issued to create a design that can be implemented on FFB. The implementation of the design that was created was considered successful in providing protection to FFB in the long term. Community service activities that are integrated with PkM, especially in the IPR registration sector, require more participation from business actors in order to encourage trademark registration in Indonesia.

Keywords: *Brand, Registration, Protection, UMKM(MSME).*

Pendahuluan

Merek yang sering ditemui menduduki peranan yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi (Syahriyah Semaun, 2016) dan terkhusus merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual (Hediati, 2020) yang memiliki fungsi sebagai sebuah tanda pengenal untuk membedakan sebuah kepemilikan antara perorangan ataupun dalam skala yang lebih besar (Arifin dan Iqbal, 2020). Selain itu merek juga memberikan identitas terhadap sebuah barang yang diperdagangkan (Bafadhal, 2018). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan definisi Merek sebagai “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. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sebuah bentuk usaha produktif yang tercipta karena adanya tuntutan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktivitas yang dilakukannya sehari-hari. Biasanya UMKM merupakan usaha yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang mana usahalah yang memproduksi sendiri produk yang dijual. Tidak semua usaha termasuk kedalam UMKM, ada regulasi yang mengatur kriteria-kriteria dari UMKM itu sendiri (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM). Setiap produk dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha UMKM memiliki kekayaan materiil dan immateriil. Salah satu kekayaan immateriil yang dimiliki UMKM adalah merek. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa merek merupakan sebuah tanda atau simbol yang akan menjadi identitas dari sebuah produk

sehingga konsumen lebih mudah untuk mengenali produk/jasa yang ditawarkan. Dengan adanya merek, juga dapat menjadi sebuah pembeda pada produk yang sejenis. Alasan tersebut menjadikan merek sebagai unsur yang penting dalam proses perdagangan dalam kehidupan sehari-hari. Ditambah lagi dengan banyaknya permasalahan seperti peniruan, pemalsuan, dan penyalahgunaan merek oleh pelaku usaha lain yang mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha yang sebenarnya dan konsumen, merek menjadi unsur yang benar-benar penting. Oleh sebab itu, merek menjadi salah satu bagian dari Kekayaan Intelektual yang harus dilindungi (Indrawati dan Setiawan, 2020). Sayangnya Undang-undang menganut asas konstitutif (Jotyka & Suputra, 2021) yang artinya merek hanya akan memperoleh perlindungan apabila telah dilakukan pendaftaran (Gultom, 2014). Nurhidayati (2017) Pendaftaran sebuah merek bukanlah sebuah kewajiban yang harus ditempuh oleh orang/badan hukum dalam bidang perdagangan, melainkan hanya memudahkan para proses pembuktian pada sengketa yang terjadi di kemudian hari. Hal ini dikarenakan pendaftaran merek menganut sistem “siapa cepat dia dapat”, artinya siapa yang pertama kali mendaftarkan merek maka ia akan dianggap sebagai pemilik yang sah. Balqis dan Santoso (2020) Perlindungan tersebut bukan semata-mata hanya untuk kepentingan pelaku usaha, melainkan juga memberikan perlindungan kepada pihak konsumen. Dengan adanya pendaftaran tersebut keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat selalu terjaga (Wijaya, 2020). TBS merupakan salah satu UMKM yang ada di kota Batam yang terletak di Ruko Mitra Raya Blok A No 25. TBS bergerak dibidang jasa penjualan cat. Bidang ini telah ditekuni selama belasan tahun oleh pelaku usaha. Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha mengelola sendiri usahanya bersama dengan keluarganya (istri dan anaknya). Selama belasan tahun tersebut merek

UMKM telah didirikan hanya saja belum didaftarkan kepada DJKI dengan alasan tidak mengetahui bahwa merek harus didaftarkan. Ketidaktahuan pemilik usaha terkait edukasi merek menyebabkan merek yang telah didirikan dan dipupuk selama belasan tahun lamanya tersebut tidak memperoleh perlindungan sama sekali, sehingga sangat berpotensi untuk terjadinya peniruan dan yang paling buruk adalah rusaknya nama baik yang telah dijaga oleh pemilik usaha selama belasan tahun lamanya. Oleh sebab itu, tujuan dari pelaksanaan kerja praktek ini adalah untuk mengedukasi dan membantu UMKM Toko Batam Sejahtera dalam mendaftarkan mereknya melalui sistem online yang telah disediakan, dengan harapan dapat memberikan perlindungan terhadap merek yang telah dibangun dan dipupuk oleh pemilik usaha selama bertahun-tahun.

Masalah

Permasalahan yang sering ditemukan dalam masyarakat ketika pemerintah berusaha untuk mendorong pendaftaran merek di Indonesia adalah kurangnya edukasi masyarakat terkait dengan merek. Kurangnya edukasi tersebut mengakibatkan masyarakat terutama para pelaku UMKM menjadi acuh tak acuh dengan pendaftaran merek. Kurangnya edukasi juga menyebabkan pelaku usaha UMKM baik kalangan muda dan kalangan tua beranggapan bahwa pendaftaran merek baik secara offline dan online cukup rumit sehingga pelaku usaha merasa bahwa merek tidak perlu didaftarkan selama mereka dapat keuntungan dari UMKM yang dijalankan. Yang pada intinya, akar dari permasalahan yang berkaitan dengan merek ialah kurangnya edukasi kepada masyarakat.

Metode

1. Teknik Pengumpulan Data

Pelaksana kerja praktek menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai teknik untuk mengumpulkan data. Wawancara

dilakukan dengan pemilik usaha untuk mengetahui latar belakang usaha, pengetahuan pemilik usaha terkait tema kerja praktek, dan kelengkapan informasi lainnya. Observasi dan Dokumentasi dilakukan sebagai bahan pendukung dan pelengkap dalam proses pelaksanaan kerja praktek. Data yang diperoleh kemudian digunakan sebagai sumber pelaksanaan dari kerja praktek.

A. Wawancara

Sederhananya, wawancara sering diartikan sebagai proses komunikasi antara dua pihak atau lebih yang terjadi secara langsung. Dalam wawancara terdapat dua pihak, yaitu pihak pertama yang bertindak sebagai pewawancara (orang yang mengajukan pertanyaan) dan pihak kedua yang bertindak sebagai narasumber (orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang ditanyakan oleh pewawancara) (Moleong, 2017).

B. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik dengan tujuan untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara melakukan pengamatan aktivitas dilapangan secara langsung, dimana data yang didapatkan dari observasi ini biasanya bersifat data yang lebih akurat (Wood et al., 2019).

2. Lokasi, Waktu, dan Durasi Kegiatan

Tempat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berlokasi di Ruko Mitra Raya Blok A No 25, Kota Batam. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini memakan waktu berkisar 4 bulan lamanya, yang dimulai dari bulan Januari – April 2022. Pada bulan pertama, pelaksana mensurvei lokasi pengabdian kepada masyarakat, melaksanakan observasi dan wawancara kemudian bulan selanjutnya mencari pemecahan dari permasalahan yang dihadapi, lalu bulan berikutnya melakukan implementasi dari luaran yang telah

dirancang sebelumnya dan kemudian pada bulan selanjutnya melakukan laporan dan revisi dari laporan tersebut.

Pembahasan

Dalam proses pelaksanaan pengabdian, pelaksana telah memikirkan rancangan luaran yang hendak diimplementasikan kepada mitra (TBS) dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra. Berikut merupakan luaran dari kegiatan kerja praktek yang telah dirancang dan akan diterapkan kepada TBS:

1. Pemberian Edukasi Terkait Merek

Pemberian edukasi terkait hak merek dilakukan terhadap mitra dengan tujuan agar pemilik usaha benar-benar mengetahui bahwa merek itu penting dan harus didaftarkan. Pemberian edukasi dengan menggunakan bantuan power point dilaksanakan pada 19 Maret 2022 oleh pelaksana kepada anak dari pelaku usaha dan pada tanggal 26 Maret 2022 oleh pelaksana kepada pelaku usaha TBS.



Gambar 1 Edukasi yang dilakukan oleh pelaksana kepada anak dari pemilik usaha, Sumber: Pelaksana pengabdian (19 Maret 2022)



Gambar 2 Edukasi yang dilakukan oleh pelaksana kepada pemilik usaha, Sumber: Pelaksana pengabdian (26 Maret 2022)

2. Pendampingan Pendaftaran Merek Mitra Melalui Platform Online Yang Telah Disediakan Oleh Pemerintah

Pendampingan pendaftaran merek dilakukan oleh pelaksana terhadap mitra, dengan tujuan agar mitra mengetahui bagaimana prosedur yang harus dilakukan ketika ingin mendaftarkan mereknya kepada DJKI melalui platform yang telah disediakan. Pendampingan pendaftaran merek dilaksanakan pada tanggal 4 April 2022.



Gambar 3 Pelaksana dan pemilik usaha bersama mendaftarkan merek, Sumber: Pelaksana pengabdian (04 April 2022)

3. Penerapan Poster

Pemasangan poster di tempat mitra bertujuan untuk menambah edukasi dari mitra, dan secara tidak langsung bertujuan untuk mengedukasi para pelaku usaha lainnya, sehingga dapat mendorong para pelaku usaha untuk mendaftarkan mereknya.



Gambar 4 Desain poster yang dibuat oleh pelaksana untuk diserahkan kepada pemilik usaha, Sumber: Pelaksana pengabdian (2022)

4. Penerapan Bagan / Skema

Penerapan Bagan dan Skema pada mitra bertujuan untuk mengedukasi mitra terkait prosedur atau tahapan yang harus dilalui untuk mendaftarkan sebuah merek melalui platform online yang telah disediakan



Gambar 5 Desain bagan/skema yang dibuat oleh pelaksana untuk diserahkan kepada pemilik usaha, Sumber: Pelaksana pengabdian (2022)

5. Penerapan Video Edukasi

Penerapan Video yang diberikan secara online melalui google drive kepada mitra yang didalamnya berisikan terkait prosedur pendaftaran merek melalui platform online. Penerapan video ini bertujuan untuk memberikan gambaran lebih detail terkait pendaftaran merek, sehingga mitra tidak perlu takut untuk mendaftarkan mereknya karena tidak mengetahui prosedurnya. Video digunakan sebagai bahan pembelajaran dikarenakan video memiliki daya tarik tersendiri, sehingga dengan adanya video tersebut akan lebih mudah memahami sebuah informasi yang ada.



Gambar 6 Video edukasi yang disiapkan oleh pelaksana untuk diserahkan kepada pemilik usaha, Sumber: Pelaksana pengabdian (2022)

Setelah proses implementasi dilakukan, pelaksana pengabdian meminta mitra untuk melakukan pengisian terhadap link gform (<https://forms.gle/RfGzSujGGoTHRT1A6>) yang telah disediakan oleh pelaksana,

dengan tujuan untuk melihat manfaat yang diperoleh oleh mitra. Pengisian link dilakukan dan hasilnya menunjukkan bahwa mitra mengerti dan memahami konsep dari merek sehingga edukasi yang diberikan oleh pelaksana dapat diserap dengan baik oleh mitra, namun untuk pendaftaran merek yang dilakukan sebagaimana seperti yang telah disampaikan oleh pelaksana kepada mitra, bahwa manfaat tidak akan diperoleh dalam waktu dekat, tetapi memberikan manfaat dalam waktu yang panjang.

Simpulan

Berdasarkan hasil observasi pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat terhadap implementasi luaran yang diterapkan kepada TBS dapat dinyatakan bahwa implementasi tersebut berhasil, dikarenakan pelaku usaha TBS memahami pentingnya merek dan berhasil mendapatkan tanda terima pendaftaran merek, Untuk dampak dan manfaat dari kegiatan ini tidak dapat dirasakan secara signifikan pada saat ini, melainkan dapat dinikmati dalam jangka waktu yang panjang. Salah satu manfaatnya ialah, terhindar dari penipuan dan pemalsuan sehingga nama baik yang dijaga selama bertahun-tahun lamanya akan tetap terjaga. Yang mana dengan terjaganya nama baik, akan menciptakan konsumen setia.

Kedepannya jika ada kegiatan pengabdian masyarakat yang terintegrasi dengan PkM terutama pada sektor pendaftaran HKI, diharapkan agar pelaksana dapat bekerjasama dengan pelaku usaha, terutama pada bagian anggaran, dan akan lebih baik jika pelaksana memilih pelaku usaha UMKM yang telah mendaftarkan surat keterangan UMKM.

Terima kasih saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan kegiatan PkM ini. Untuk Miss Winsherry Tan, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing saya yang selalu dengan sabar membimbing saya. Dan tak lupa kepada

Bapak Jimmy selaku pemilik usaha dari TBS yang sudah mengizinkan saya untuk mengimplementasi rancangan yang telah saya buat.

Daftar Pustaka

- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47–65. <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2217>
- Bafadhal, T. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia. *Undang: Jurnal Hukum*, 1(1), 21–41. <https://doi.org/10.22437/ujh.1.1.21-41>
- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(2), 117–127. <https://doi.org/10.14710/jphi.v2i2.205-221>
- Gultom, M. H. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 56(April), 1–12.
- Hediati, F. N. (2020). Optimalisasi Pengawasan pada Penerimaan Pendaftaran Merek dalam Rangka Perlindungan Merek. *Jurnal Suara Hukum*, 2(2), 234–257. <https://doi.org/10.26740/jsh.v2n2.p234-257>
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Perlindungan Produk UMKM di Kabupaten Kebumen Melalui Pendaftaran Merek. *Surya Abdimas*, 4(2), 37–43. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v4i2.574>
- Jotyka, G., & Suputra, I. G. K. R. (2021). Prosedur Pendaftaran Dan Pengalihan Merek Serta Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal Menurut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. *Ganesha Law Review*, 3(1), 125–139. <https://doi.org/10.23887/glr.v3i2.447>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nurhidayati. (2017). Perlindungan Merek Terkenal Menurut UU No . 15 Tahun 2001 (Kasus Pierre Cardin Melawan Alexander. *Jurnal Administrasi Kantor*, 5(1), 9–26.
- Syahriyah Semaun. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa. *Jurnal Hukum Diktum*, 14(1), 107–123.
- Wijaya, E. L. F. (2020). Perlindungan Hukum Konsumen Atas Kesamaan Bunyi Merek Terhadap Barang Yang Tidak Sejenis. *JCH (Jurnal Cendikia Hukum)*, 5(2), 185–197. <https://doi.org/10.33376/jch.v5i2.187>
- Wood, P., Cajkler, W., & Jakobsen, A. (2019). The Role of Observation in ITE Lesson Study. *Lesson Study in Initial Teacher Education: Principles and Practices*, 75–88. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-797-920191006>