

PENDAFTARAN MEREK SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KABUPATEN KARAWANG

Detya Anggraeni^{1*}, Tiara Anisa Bagusti², Rendy Yudas Prawira³, Yahya Nazzala Romadhon⁴

^{1*} Detya Anggraeni; Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. H.S. Ronggowaluyo Kel. Puseurjaya Kec. Telukjambe Timur Karawang, Indonesia, detyaanggr18@gmail.com

² Tiara Anisa Bagusti; Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. H.S. Ronggowaluyo Kel. Puseurjaya Kec. Telukjambe Timur Karawang, Indonesia, tiarabagusti@gmail.com

³ Rendy Yudas Prawira; Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. H.S. Ronggowaluyo Kel. Puseurjaya Kec. Telukjambe Timur Karawang, Indonesia, rendyyudas12345@gmail.com

⁴ Yahya Nazzala Romadhon; Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. H.S. Ronggowaluyo Kel. Puseurjaya Kec. Telukjambe Timur Karawang, Indonesia, yahyanazzalar@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel
Diterima: 6 Desember 2023
Direvisi: -
Diterima: 6 Desember 2023
Diterbitkan: September 2024

Keywords:
Patent; Trademark; UMKM.

DOI:
<https://doi.org/10.51826/perahu.v12i2>

Abstract

One very crucial aspect for all businessmen in UMKM is the protection of the intellectual property of their products, such as brands, patents, copyrights, and industrial designs. Unfortunately, awareness of businessmen in UMKM is still relatively low in their efforts to protect the intellectual property of their businesses, which in reality can be a valuable asset. This research aims to reveal legal protection efforts for brands in Indonesia and the role of the Karawang Regency Government in accommodating brand registration for UMKM products. This research uses sociological juridical research whose focus is to evaluate applicable legal regulations and the realities that occur in society. The results of the research show that the government makes it easy for businessmen UMKM in industry to register brands, namely through a policy of cheaper UMKM brand registration fees, a collaboration between the Director General of IP, Ministry of Law and Human Rights, and the Ministry of Cooperatives and UMKM, as well as registering collective brands for the UMKM industry. The role of the Regional Government, in this case, the Karawang Regency UMKM and Trade Cooperatives Service, in accommodating brand registration for small businesses is to act as a facilitator and catalyst.

Copyright ©2024 by Author(s); This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.



PENDAHULUAN

Perlindungan Hukum merupakan pemberian pengayoman terhadap hak asasi manusia yang mungkin dirugikan oleh orang lain dengan tujuan untuk memastikan Masyarakat tersebut dapat menikmati sepenuhnya hak-hak yang diberikan oleh hukum. Dengan kata lain, perlindungan hukum merupakan serangkaian langkah hukum yang harus dilakukan oleh aparat penegak hukum untuk menciptakan suasana aman, baik secara mental maupun fisik, dengan mengatasi gangguan dan ancaman yang mungkin berasal dari berbagai pihak.¹

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hak yang timbul dari kegiatan intelektual manusia yang memiliki nilai ekonomi. Konsep Hak Kekayaan Intelektual berasal dari pemikiran bahwa karya intelektual yang dihasilkan oleh manusia melibatkan pengorbanan dalam bentuk tenaga, waktu, dan biaya. Pengorbanan tersebut memberikan nilai ekonomi pada karya tersebut karena manfaat yang dapat diperoleh darinya. Sehingga, melalui perlindungan hukum, pengorbanan tersebut diberikan pengakuan dan penghargaan terhadap hasil karya yang dihasilkan.² Berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 yang merupakan hasil dari ratifikasi WTO (*Agreement Establishing The World Trade Organization*) Hak Kekayaan Intelektual dikenal dengan istilah *Intellectual Property Rights* (IPR). Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*) didefinisikan sebagai hak-hak atas kekayaan hasil kemampuan intelektual manusia, yang berkaitan dengan hak individu secara personal (hak asasi manusia). *World Intellectual Property Organization* (WIPO) menyatakan bahwa HKI mencakup kreasi pemikiran manusia seperti invensi, karya sastra dan seni, simbol, nama, citra, dan desain yang digunakan dalam konteks perdagangan.³ Adapun beberapa elemen penting dalam Hak Kekayaan Intelektual, yaitu:

- a. Hak eksklusif: Hak Kekayaan Intelektual memberikan hak eksklusif kepada pemilik karya intelektual untuk memanfaatkan, menjual, dan mendapatkan manfaat ekonomi dari karya tersebut;
- b. Kemampuan intelektual: Hak Kekayaan Intelektual berkaitan dengan usaha manusia yang didasarkan pada kemampuan intelektual;
- c. Nilai ekonomi: Kemampuan intelektual tersebut memiliki nilai ekonomi.⁴

¹ Satjipto Rahardjo, "Penyelenggaraan Keadilan Dalam Masyarakat Yang Sedang Berubah," Jurnal Masalah Hukum (1993): 74.

² Adrian Sutedi, Hak Atas Kekayaan Intelektual (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 13.

³ Tomi Suryo Utomo, Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Globalisasi, Sebuah Kajian Kontemporer (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 1.

⁴ Napitupulu et al., Kajian Merek Pada Fenomena Vaksin Palsu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, Undergraduate thesis (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017).

Detya Anggraeni, et. al. : Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Karawang

PERAHU (Penerangan Hukum)

Jurnal Ilmu Hukum

Volume 12, Nomor 2, September 2024

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Sektor UMKM menempati posisi strategis sebagai salah satu elemen utama dalam struktur ekonomi nasional. UMKM merujuk pada unit-unit usaha yang bersifat mandiri atau berdiri sendiri, baik itu dijalankan oleh individu maupun badan usaha, yang beroperasi di berbagai sektor ekonomi. Meskipun berbeda dengan sektor informal, terdapat kesamaan antara keduanya. Salah satu kesamaan yang mencolok adalah bahwa keberadaan dan kelangsungan keduanya dalam konteks ekonomi saat ini bukanlah suatu indikasi yang merugikan. Sebaliknya, keduanya berperan penting dalam upaya pemerataan pendapatan dan memberikan kontribusi positif terhadap kemajuan ekonomi nasional.⁵

Kemajuan teknologi dan informasi yang memiliki peran dalam globalisasi di bidang industri dan perdagangan berdampak pada peningkatan tingkat produktivitas dan mengubah pola produktivitas ekonomi. Indonesia sebagai negara berkembang yang ikut serta dalam perdagangan bebas dunia perlu mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengantisipasi semua perubahan, perkembangan, dan kecenderungan global. Hal ini diperlukan agar tujuan nasional dapat tercapai. Kekayaan Intelektual (KI), sebagai bagian integral dari sistem hukum, memiliki hubungan yang erat dengan sektor industri, perdagangan, dan investasi, atau dengan kata lain, dunia bisnis. Sementara itu, pandangan umum menyatakan bahwa hukum berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat.

Perdagangan bebas dunia juga berpengaruh pada potensi pelanggaran hak kekayaan intelektual yang semakin tinggi. Melalui pendaftaran merek nilai-nilai ekonomis yang terdapat dalam kekayaan intelektual dapat terlindungi oleh hukum. Pendaftaran merek menjadi suatu keharusan karena negara Indonesia menganut prinsip konstitutif (*first to file principle*). Terhadap merek yang tidak didaftarkan mengakibatkan hak atas merek tidak mendapatkan perlindungan dari Negara. Fungsi utama merek tidak hanya sebagai penanda perbedaan antara barang atau jasa serupa, melainkan juga sebagai alat untuk meraih keunggulan dalam persaingan pasar konsumen. Selain itu, sebuah merek yang telah terkenal juga berperan sebagai goodwill dan aset perusahaan yang tak ternilai. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap hak merek menjadi suatu kebutuhan. Konsep perlindungan

⁵ R. Budiarto et al., Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis (Yogyakarta: Ugm Press, 2018).

Detya Anggraeni, et. al. : Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Karawang

PERAHU (Penerangan Hukum)

Jurnal Ilmu Hukum

Volume 12, Nomor 2, September 2024

hukum ini berkaitan dengan sifat eksklusif hak merek, di mana hak kebendaan yang bersifat monopoli tersebut hanya dapat digunakan oleh orang lain dengan izin dari pemilik merek.⁶

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, definisi 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.

Diundangkannya regulasi perlindungan merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG) dimaksudkan guna meningkatkan layanan dan memberikan kepastian hukum bagi sektor industri, perdagangan, dan investasi. Sehingga apabila terjadi pelanggaran merek yang dilakukan oleh pesaing usaha yang tidak berprinsip, pesaing usaha tersebut memperoleh nilai ekonomis berupa keuntungan melalui pelanggaran hak orang lain.⁷

Pada peringatan Hari Kekayaan Intelektual Sedunia 2021 yaitu IP and SMEs: *Taking Your Ideas to Market*, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (DJKI Kemenkumham) menyoroti bahwa guna memaksimalkan potensi ekonomi kreatif, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu mempertimbangkan berbagai aspek penting. Seringnya pelaku UMKM ditemukan kurang memperhatikan aspek legalitas dan regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah, begitu pula pemahaman mengenai proses komersialisasi UMKM. Salah satu aspek yang sangat krusial bagi pelaku UMKM adalah memberikan perlindungan terhadap kekayaan intelektual produknya, seperti merek, paten, hak cipta, dan desain industri. Sayangnya, kesadaran pelaku UMKM masih tergolong rendah dalam upaya melindungi kekayaan intelektual dari usahanya, yang pada kenyataannya dapat menjadi aset berharga. Berdasarkan data DJKI Kemenkumham, selama kurun waktu 2019 sampai 2021 permohonan pendaftaran KI yang masuk hanya 76.294 permohonan. Padahal jumlah UMKM di Indonesia berjumlah sekitar 65,4 juta.⁸

⁶ A. Sujatmiko and F. Silvia RR, "Pemberdayaan Pengusaha Kecil Dan Menengah Melalui Kepemilikan Sertifikat Merek," *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)* 4, no. 1 2020, doi:10.20473/jlm.v4i1.2020.812.

⁷ M. Ferdian, "Kedudukan Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Jujur," *Jurnal Ilmu Hukum Dirgantara* 9, no. 22014, doi: 10.35968/jh.v9i2.355.

⁸ Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM R.I, "Hari Kekayaan Intelektual Sedunia 2021, Pemerintah Dukung UMKM Tingkatkan Daya Saing di Pasar Global," *Agenda KI*, <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel/hari-kekayaan-intelektual-sedunia-2021-pemerintah-dukung-umkm-tingkatkan-daya-saing-di-pasar-global>. (diakses 1 Desember 2023).

Detya Anggraeni, et. al. : Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Karawang

PERAHU (Penerangan Hukum)

Jurnal Ilmu Hukum

Volume 12, Nomor 2, September 2024

Sedangkan di Kabupaten Karawang, berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Karawang, pada tahun 2021 terdapat 315.388 (tiga ratus lima belas ribu tiga ratus delapan puluh delapan) UMKM di Kabupaten Karawang. Adapun UMKM di Kabupaten Karawang yang telah mendaftarkan Mereknya di DJKI Kemenkumham di antaranya sebanyak 5 UMKM, yaitu Berkah Teknik Karawang, Dapoer Bintang Karawang, Sambel Teri Goyang Karawang, Karwita Legenda Beras Karawang, dan Distro Sunda Jajaka Karawang.

Hal ini jelas sangat memprihatinkan jika dilihat dari banyaknya UMKM di Kabupaten Karawang, namun yang terdaftar hanya sedikit saja. Padahal, merek merupakan suatu kekayaan immateriil dari produk yang menjadi aset ekonomi bagi para pelaku usaha. Selain itu, merek yang tidak terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) juga rentan terhadap potensi penyalahgunaan oleh pihak lain, yang dapat berdampak pada kerugian bagi pelaku usaha itu sendiri. Oleh karena itu, disarankan untuk mendaftarkan merek di DJKI sebagai langkah untuk mendapatkan perlindungan hukum.⁹ Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dalam hal ini mencoba mengangkat suatu pokok permasalahan sebagai berikut: “Bagaimanakah upaya perlindungan hukum terhadap merek UMKM di Indonesia?” dan “Bagaimana Peran Pemerintah Kabupaten Karawang dalam Mengakomodir Pendaftaran Merek pada Produk Usaha Mikro Kecil Menengah?”.

METODE PENELITIAN

Pada Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis sosiologis yaitu penelitian hukum yang dapat dikenal sebagai penelitian hukum sosiologis atau penelitian lapangan, yang mana fokusnya adalah untuk mengevaluasi peraturan hukum yang berlaku dan realitas yang terjadi di dalam masyarakat.¹⁰ Dalam hal ini yaitu menganalisis data dan masalah yang ada dengan mengkaji dan memberikan gambaran mengenai gejala yang menjadi pokok permasalahan yang dibahas. Penelitian dan analisis terhadap permasalahan yang disajikan dilakukan melalui pendekatan berpikir induktif, di mana penulis mengawali proses berpikir dari hal-hal yang bersifat spesifik. Pada akhirnya, suatu kesimpulan umum dibuat, dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip dan aturan hukum yang terkait dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan undang-undang (*statue approach*). Pendekatan

⁹ A.. Betlehn and P. O. Samosir, “Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia,” *Law Justice*, vol. 3, no. 1, pp. 3–11, 2018, doi: 10.23917/laj.v3i1.6080.

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 126.

Detya Anggraeni, *et. al.* : Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Karawang

PERAHU (Penerangan Hukum)

Jurnal Ilmu Hukum

Volume 12, Nomor 2, September 2024

undang-undang (*statue approach*) yaitu penelitian terhadap produk-produk hukum. Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengetahui keseluruhan peraturan hukum sebagai bahan acuan dasar penelitian yang akan diteliti.¹¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum Terhadap Merek Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia

Bagian Perlindungan merek memegang peran yang sangat signifikan. Merek berfungsi sebagai identitas unik yang menunjukkan asal-usul barang dan jasa, serta mengaitkan produk atau layanan tersebut dengan produsennya. Merek bukan hanya menjadi aset berharga yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya, melainkan juga berfungsi sebagai alat untuk melindungi konsumen dari potensi penipuan kualitas barang atau jasa tertentu. Kekecewaan konsumen dapat timbul jika merek yang dianggap berkualitas ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan standar kualitas yang rendah.

Merek memiliki peran krusial dalam meningkatkan kecenderungan pembelian konsumen. Semakin tinggi kesadaran konsumen terhadap suatu merek, semakin besar peluang bagi produk perusahaan untuk dibutuhkan oleh konsumen. Upaya penanaman dan penciptaan citra merek dalam benak konsumen menjadi hal sangat penting untuk meningkatkan keinginan beli terhadap produk tertentu. Kesadaran terhadap merek pada suatu produk membawa dampak positif, membuat konsumen lebih percaya terhadap produk tersebut, sehingga mendorong timbulnya keinginan beli terhadap produk tersebut.¹²

Pendaftaran merek membawa sejumlah manfaat bagi pelaku usaha, termasuk memberikan dorongan, dukungan, dan perlindungan hukum terhadap usaha mereka. Hal ini berperan penting dalam mencegah pemalsuan produk, menciptakan lingkungan persaingan usaha yang adil. Ketika suatu saat produk atau jasa yang dimiliki oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dipalsukan atau disalin tanpa izin, pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat, terutama dalam konteks pengadilan.¹³

Meskipun pendaftaran merek membantu UMKM menghadapi persaingan bisnis yang ketat di masa depan, saat ini masih banyak pelaku UMKM yang enggan untuk mendaftarkan merek mereka. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, wawasan, dan kesadaran

¹¹ P. M. Marzuki, *Penelitian Hukum*. 2009

¹² Wayan Dicky. Et all., "Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen," *E-Jurnal Manajemen Unud* 7.10 (2018), 5230-57 .

¹³ Devi Eka Verawati. "Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur." *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa* 5.2 (2022): 122-132.

Detya Anggraeni, et. al. : Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Karawang

PERAHU (Penerangan Hukum)

Jurnal Ilmu Hukum

Volume 12, Nomor 2, September 2024

dari pihak pelaku UMKM mengenai pentingnya pendaftaran merek dan manfaat yang dapat diperoleh setelah mendaftarkan merek untuk usaha mereka. Sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki prasangka negatif terhadap proses pendaftaran merek sebelum mereka mencoba melakukannya.

Menurut Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI), pendaftaran merek berperan sebagai bukti yang sah bagi pemilik yang memiliki hak atas merek yang telah didaftarkan. Pendaftaran merek juga menjadi dasar untuk menolak pendaftaran merek yang sama secara keseluruhan atau pada dasarnya identik, yang diajukan oleh pihak lain untuk barang atau jasa sejenis. Selain itu, pendaftaran merek juga berfungsi sebagai dasar untuk mencegah orang lain menggunakan merek yang sama secara keseluruhan atau pada dasarnya identik dalam peredaran barang atau jasa yang sejenis.

Pelaku usaha UMKM berbeda dengan pelaku usaha Non-UMKM yang ditinjau dari skala modal, aset serta keuntungan tahunan yang diperoleh. UMKM berada di bawah naungan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. Pengertian dan Penggolongan kriteria UMKM sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha mikro ada usaha produktif yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Pengamanan merek UMKM melalui pendaftaran merek akan memberikan dorongan tambahan untuk meningkatkan motivasi kerja dan berdampak positif pada peningkatan daya saing. Hal ini pada gilirannya akan berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan para pelaku usaha UMKM. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif untuk meningkatkan persentase pendaftaran merek di sektor industri UMKM.

Berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek, Adapun mengenai Syarat dan Tata Cara Permohonan Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual, dalam hal permohonan pendaftaran merek dalam BAB II Pasal 3, yaitu :

- 1) Permohonan diajukan dengan mengisi formulir rangkap 2 (dua) dalam bahasa Indonesia oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri.
- 2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a) tanggal, bulan, dan tahun Permohonan;
 - b) nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon;
 - c) nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
 - d) nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas;
 - e) label Merek;
 - f) warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna; dan
 - g) kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- 3) Dalam mengajukan Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus melampirkan dokumen:

- a) bukti pembayaran biaya permohonan;
 - b) label Merek sebanyak 3 (tiga) lembar, dengan ukuran paling kecil 2 x 2 cm (dua kali dua sentimeter) dan paling besar 9 x 9 cm (sembilan kali Sembilan sentimeter);
 - c) surat pernyataan kepemilikan Merek;
 - d) surat kuasa, jika permohonan diajukan melalui Kuasa;
 - e) bukti prioritas, jika menggunakan Hak Prioritas dan terjemahannya dalam bahasa Indonesia.
- 4) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut yang berupa visual dan deskripsi klaim perlindungan.
 - 5) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
 - 6) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa suara yang tidak dapat ditampilkan dalam bentuk notasi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk sonogram.
 - 7) Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berupa hologram, label Merek yang dilampirkan berupa tampilan visual dari berbagai sisi.
 - 8) Format formulir Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Direktur Jenderal. Selanjutnya dalam Pasal 6 menyebutkan bahwa permohonan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dapat dilakukan secara:
 - a) Elektronik; atau
 - b) Non-Elektronik.

Jadi Prosedur Pendaftaran Merek yang dilakukan pada Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Barat adalah sebagai berikut :

1. Pemohon datang untuk mendaftarkan merek/konsultasi persyaratan;
2. Melengkapi persyaratan yang ditentukan UU untuk pendaftaran merek;
3. Menyetor PNBP ke Bank sebesar Rp. 500.000,-/permohonan untuk UMKM dan Rp. 1.800.000,-/permohonan untuk Umum.

Selanjutnya menurut Kepala Sub Bidang Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Barat sesuai dengan peraturan tentang pendaftaran merek UU Nomor 20 Tahun 2016 dan PP Nomor 67 Tahun 2016 yaitu:

1. Pemohon/kuasanya datang ke Kantor Wilayah dan mengisi formulir pendaftaran merek yang telah disediakan diajukan kepada Menteri Hukum dan HAM;

2. Pemohon mengisi formulir dalam bahasa Indonesia yang memuat :

- a) tanggal pengajuan, bulan, dan tahun Permohonan;
- b) nama lengkap pemohon;
- c) kewarganegaraan;
- d) alamat pemohon;
- e) nama lengkap surat menyurat;
- f) alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa;
- g) nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas;
- h) Tipe merek;
- i) label Merek;
- j) warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna
- k) kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa; dan
- l) Tanda tangan pemohon.

Setelah mengisi formulir, petugas akan melakukan pemeriksaan. Jika formulir belum lengkap, pemohon akan diminta untuk melengkapinya terlebih dahulu. Apabila formulir sudah benar, petugas akan menanyakan apakah pendaftaran akan dilakukan secara manual atau melalui daring. Selanjutnya, pemohon disarankan untuk melakukan pembayaran Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) SIMPAKI melalui bank dan memberikan bukti pembayaran sebagai tanda bahwa PNBP telah dibayarkan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak secara rinci membahas tentang Merek Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Penyebutan terkait Merek UMKM disampaikan dalam konsideran huruf a UU Merek 2016, yang menyatakan “bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, dan industri dalam negeri;”.¹⁴

Berdasarkan konsideran tersebut, dapat dipahami bahwa fokus UU Merek 2016 adalah memberikan kepastian hukum dan perlindungan, terutama kepada konsumen dan pelaku usaha dalam negeri, serta menjaga persaingan usaha yang adil. Namun, untuk menciptakan persaingan yang sehat, penting bagi industri besar untuk tidak menyalahgunakan

¹⁴ Konsideran Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

dominasinya untuk menekan UMKM. Sebaliknya, kolaborasi antara industri besar dan UMKM diharapkan dapat membantu memajukan perekonomian secara bersama-sama tanpa menciptakan monopoli.

Keberadaan UU Merek 2016 diharapkan dapat menjadi salah satu cara pemerintah untuk melindungi usaha UMKM melalui perlindungan kekayaan intelektualnya, khususnya Merek. Dengan pengakuan merek bagi pelaku usaha UMKM, diharapkan industri besar atau pelaku usaha dengan tidak beritikad baik tidak dapat dengan mudah mengambil kekayaan intelektual yang dimiliki oleh UMKM. Pemerintah dapat menggunakan sertifikat merek sebagai bukti kepemilikan hak atas merek dalam menangani sengketa kepemilikan, kecuali terjadi pembatalan hak merek berdasarkan gugatan yang diajukan di pengadilan Niaga oleh salah satu pihak.

Selanjutnya, sebagai langkah untuk memberikan perlindungan hukum terhadap merek industri UMKM di Indonesia adalah dengan mendaftarkan merek oleh pelaku UMKM. Hal ini karena perlindungan hukum merek hanya akan diberikan kepada industri UMKM setelah merek mereka terdaftar. Adapun upaya yang telah diimplementasikan yakni dengan cara: ¹⁵

a. Biaya Registrasi Merek UMKM yang Lebih Murah Dibandingkan Merek Non-UMKM

Meskipun jumlah pendaftar Merek UMKM terbilang kecil, pemerintah tidak tinggal diam. Pemerintah, melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI), terus aktif mendorong peningkatan pendaftaran merek dari industri UMKM dengan menetapkan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pendaftar merek yang bukan UMKM. Hal ini mencerminkan kepedulian pemerintah terhadap kemajuan bisnis UMKM, dengan tujuan menjaga kekayaan intelektual para pelaku bisnis UMKM.

Dirjen KI memberikan perlakuan khusus bagi industri UMKM dengan memberlakukan tarif registrasi yang lebih rendah dibandingkan dengan pelaku usaha pada umumnya. Berikut disajikan perbandingan biaya registrasi permohonan pendaftaran merek antara merek UMKM dan merek umum.

Tabel 1.
Permohonan Pendaftaran Merek

Merek UMKM	Tarif Perkelas (Rp)	Merek Umum	Tarif Perkelas (Rp)
Secara Elektronik (<i>online</i>)	500.000,-	Secara Elektronik (<i>online</i>)	1.800.000,-
Secara Non-elektronik (<i>manual</i>)	600.000,-	Secara Non-elektronik (<i>manual</i>)	2.000.000,-

¹⁵ Betlehn, Andrew, and Prisca Oktaviani Samosir. "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia." *Law and Justice* 3.1 (2018): 1-11.

Detya Anggraeni, et. al. : Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Karawang

PERAHU (*Penerangan Hukum*)

Jurnal Ilmu Hukum

Volume 12, Nomor 2, September 2024

b. Kerjasama antara Ditjen KI Kementerian Hukum dan Ham dan Kementerian Koperasi dan UMKM

Tindakan yang telah dilakukan untuk melindungi merek dagang dari produksi industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melibatkan kerjasama antara Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, sesuai dengan Surat Keputusan Nomor M-10-UM.06.07.TH 2006. Surat Keputusan tersebut berkaitan dengan peningkatan pemahaman dan pemanfaatan Sistem Hak Kekayaan Intelektual, yang mencakup perlindungan merek dagang bagi Koperasi dan UMKM. Alasan di balik kerjasama tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) UMKM merupakan salah satu pelaku usaha yang memiliki kontribusi yang nyata dalam perekonomian nasional.
- 2) Pengetahuan dan pemahaman mengenai keberadaan dan pentingnya pemanfaatan sistem Hak Kekayaan Intelektual (khususnya Hak Merek) di kalangan pelaku UMKM sektor industri baik makanan, minuman maupun barang-barang produksi olahan rumah tangga masih perlu disosialisasikan.
- 3) Koordinasi dan kerjasama yang sinergi antara para pihak dan upaya peningkatan penyebarluasan, pemahaman dan pemanfaatan sistem Hak Kekayaan Intelektual belum optimal dalam perlindungan merek dagang produk makanan.

Tujuan diadakan kerjasama antara Departemen Hukum dan HAM RI dengan Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah adalah:

- 1) Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta pemanfaatan sistem HKI khususnya merek dagang dikalangan pelaku UMKM.
- 2) Mewujudkan UMKM berorientasi HKI khususnya Hak Merek, memiliki kualitas dan daya saing yang tinggi dalam persaingan global.
- 3) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang sinergis dan produktif antara para pihak dalam mengembangkan UMKM dan memberdayakan sistem Hak Kekayaan Intelektual (HKI) nasional.

c. Pendaftaran Merek Kolektif Industri UMKM

Dalam bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, seringkali terjadi penjualan barang atau jasa dengan ciri khas yang serupa oleh beberapa pelaku UMKM. Oleh karena itu, pemerintah memfasilitasi perlindungan merek secara bersama-sama melalui

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan penjelasan UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, 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.

Di Indonesia, peraturan mengenai merek kolektif dijelaskan dalam Pasal 46 hingga Pasal 51 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penggunaan merek kolektif bertujuan untuk menyederhanakan proses permohonan pendaftaran. Sebagai contoh, jika sepuluh pengusaha memproduksi berbagai jenis barang atau jasa, mereka mungkin harus mengajukan permohonan pendaftaran terpisah untuk melindungi setiap produk atau jasa yang mereka hasilkan. Namun, jika setiap produk atau jasa tersebut memiliki karakteristik yang sama, dimungkinkan untuk menggunakan satu merek secara kolektif. Dengan cara ini, satu permohonan pendaftaran merek dapat mencakup semua jenis barang atau jasa yang mereka hasilkan dan perdagangkan secara kolektif. Pendekatan ini memungkinkan pengusaha, terutama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk menghemat biaya, waktu, dan tenaga dalam pengolahan permohonan pendaftaran merek.¹⁶

Pemerintah Indonesia memberikan opsi kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui konsep merek kolektif. Dengan merujuk pada definisi dalam Pasal 1 angka 4, dapat dijelaskan bahwa secara prinsip merek kolektif adalah merek yang digunakan oleh sebuah komunitas pelaku usaha yang memperdagangkan produk atau jasa serupa. Dengan pendekatan ini, para pelaku usaha tidak perlu melakukan pendaftaran atau pembangunan merek secara individu, melainkan dapat dilakukan secara bersama-sama oleh beberapa individu atau badan usaha.

2. Peran Pemerintah Kabupaten Karawang Dalam Mengakomodir Pendaftaran Merk Pada Produk Usaha Mikro Kecil Menengah

Hak atas merek atau perlindungan atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek.¹⁷ Oleh sebab itu pendaftaran yang telah memenuhi persyaratan berdasarkan perundang-undangan

¹⁶ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996), hlm. 604.

¹⁷ E. Mirfa, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar," *J. Huk. Samudra Keadilan*, vol. 11, no. 1, pp. 65-77, 2016.

merupakan pengakuan dan membenaran atas hak kekayaan intelektual seseorang yang kemudian diwujudkan dengan sertifikat pendaftaran sehingga pemilik mana terdaftar memperoleh perlindungan hukum atas karyanya.¹⁸ Begitupun dengan merek yang dimiliki UMKM, berikut usaha yang telah mendaftarkan mereknya:

Tabel 2.
Usaha Yang Telah Mendaftarkan Merek

Nama Pemilik	Alamat	Produk	Nama Merk
Kholil Khoerurohman	Dusun Cibuaya III, RT.005/006, Desa Cibuaya, Kec. Cibuaya, Karawang 41356	Mesin pengering biji-bijian, mesin pengering padi, peralatan pemisahan bahan padat, yaitu, mesin pengering material	Berkah Teknik Karawang
Asep Maman	Dusun Padatimulya Rt.013 Rw.007 Lemahsubur, Tempuran	Acar jahe [bumbu], acar manis [bumbu], adas bintang, adas manis, Adas manis bubuk, aditif gluten untuk keperluan kuliner, dll	Dapoer Bintang Karawang
Lusi Asela, ST, M.Si	Jl. Ir. Ali Muchtar No 53 RT 003/018 kelurahan Adiarsa Barat Kecamatan Karawang Karawang Jawa Barat	Sambel Teri	Sambel Teri Goyang Karawang
Karwita Suprianto	Dusun Ciampel, Rt/Rw. 003/001 Desa Sindangmulya, Kec. Kutawaluya	Beras	Karwita Legenda Beras Karawang
Carma	Dusun Bugel Rt 16/08 Desa Purwadana Kec. Telukjambe Timur, Karawang - Jawa Barat Indonesia	Kaos kaki panjang	Distro Sunda Jajaka Karawang + Logo

Sumber : Data Hasil Penelitian, 2023

¹⁸ Abdulkadir Muhammad, Perjanjian baku dalam praktek perusahaan perdagangan. Bandung: Citra Aditya Bakti
Detya Anggraeni, *et. al.* : Pendaftaran Merek Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Karawang
PERAHU (Penerangan Hukum)
Jurnal Ilmu Hukum
Volume 12, Nomor 2, September 2024

Apabila dikaitkan dengan teori perlindungan hukum dari *Philipus MH John* terdapat dua macam perlindungan hukum yakni perlindungan Hukum preventif dan perlindungan hukum represif. di mana perlindungan Hukum preventif adalah subjek hukum yang diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah yang tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.¹⁹

Perlindungan secara preventif menitik beratkan kepada upaya untuk mencegah merek untuk dipakai dan ditiru oleh pihak lain dengan etika tidak baik. Sedangkan perlindungan hukum Represif diberikan kepada seseorang apabila telah terjadi pelanggaran hak atas merek. perlindungan hukum ini bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. perlindungan hukum represif digunakan oleh pengadilan umum dan pengadilan Niaga di Indonesia.²⁰ Apabila terjadi sengketa maka upaya penyelesaian sengketa dapat ditempuh dengan cara litigasi maupun non litigasi titik pemilik merek terdaftar bisa mengajukan gugatan ganti rugi atau tuntutan hukum pidana melalui aparat penegak hukum.

Hal ini sejalan dengan 5 teori perlindungan Haki dari *Robert M Sherwood*²¹

1. *Reward Theory*

Dalam teori ini berpendapat bahwa pencipta atau Inventor yang akan diberikan perlindungan harus diberikan penghargaan atas usahanya. terkandung semacam pengertian perihal penghargaan masyarakat atas usaha seseorang suatu pengakuan atas keberhasilannya Dalam menemukan atau menciptakan suatu karya intelektual. Dalam hal ini beberapa merek yaitu Berkah teknik Karawang, dapur bintang Karawang sambal teri Goyang Karawang telah berhasil mendaftarkan mereknya, maka pemerintah dalam hal ini Pemerintah Kabupaten Karawang memberikan sebuah sertifikat hak merek sebagai bentuk penghargaan atas usaha dari seseorang itu.

2. *Recovery Theory*

Dalam teori ini berpendapat bahwa mungkin tanpa suatu penilaian yang mendalam bahwa pencipta atau inventor telah membuang waktu, biaya, serta tenaga untuk menghasilkan sebuah karya intelektualnya perlu diberikan semacam kesempatan untuk meraih kembali apa yang telah dikeluarkannya berkah teknik Karawang, dapur bintang Karawang, sambal teri Goyang Karawang telah mendaftarkan merk melalui proses panjang yang memerlukan waktu, tenaga dan biaya. alasan ini yang kemudian membuat pemilik merk seperti bapak

¹⁹ P. M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, 1989th ed. Surabaya: penerbit Bina Ilmu.

²⁰ G. D. E. T. Ardika, "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK MEREK DI INDONESIA," pp. 1739-1746, 2022.

²¹ Robert M. Sherwood, *Intellectual Property and Economic Development*. New York: Routledge.

Kholil, Bapak Asep Maman dan Ibu Lusi perlu memperoleh kembali atas apa yang telah dikeluarkannya yaitu sertifikat sebagai penjamin kualitas produk, perlindungan merek dari penyalahgunaan merk oleh pihak lain.

3. *Intencive Theory*

Dalam teori ini berpendapat bahwa insentif bermanfaat untuk menarik upaya dan dana bagi pelaksanaan dan pengembangan kreativitas penemuan dan semangat untuk menghasilkan penemuan baru. dengan adanya pendaftaran merek diharapkan untuk menarik pelaku usaha lain agar mendaftarkan mereknya seperti yang terjadi pada merek berkah teknik Karawang, dapur bintang Karawang, sambal teri Goyang Karawang

4. *Risk Theory*

Dalam teori ini berpendapat bahwa kekayaan intelektual merupakan hasil dari suatu penelitian yang mengandung resiko dan dapat memungkinkan orang lain yang terlebih dahulu menemukan cara tersebut atau memperbaikinya sehingga wajar saja untuk memberikan suatu perlindungan hukum terhadap upaya atau kegiatan yang mengandung risiko tersebut. jika dikaitkan dengan merek maka seseorang yang mempunyai hak untuk dilindungi.

5. *Economic Growth Stimulus Theory*

Dalam teori ini berpendapat bahwa hukum perlindungan atas Haki merupakan alat untuk pembangunan ekonomi pembangunan ekonomi merupakan keseluruhan tujuan dibangunnya suatu sistem perlindungan atau HKI yang efektif. pendaftaran merek untuk produk usaha kecil merupakan salah satu alat pembangunan stimulus ekonomi di Kabupaten Karawang, di mana diharapkan melalui pendaftaran ini ketiga merek berkah teknik Karawang, dapur bintang Karawang, sambal teri goyang Karawang dan merek-merek lainnya yang berada di daerah Karawang dapat meningkatkan penjualan produknya sehingga dapat mengangkat perekonomian di Kabupaten Karawang

Dalam mengembangkan dan mendorong pendaftaran merek pada produk usaha kecil yang berada di daerah Kabupaten Karawang pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kabupaten Karawang berperan sebagai fasilitator dan katalisator. Fasilitasi yang dimaksud adalah bentuk pemberian sesuatu atau pemberian keistimewaan serta kebijakan Yang Tersendiri oleh pemerintah untuk suatu wilayah. Dalam upayanya untuk mengembangkan potensi UMKM yang berada di daerah Karawang pemerintah daerah khususnya bidang penelitian dan pengembangan Bappeda telah memberikan pelayanan bagi

para pelaku usaha inovator perangkat daerah maupun peneliti di Kabupaten Karawang yang kemudian akan mendaftarkan kekayaan intelektual dari hasil karyanya.

Regulator berkaitan dengan pembuatan regulasi sehingga para pelaku UMKM lebih diberi kemudahan untuk melakukan pengembangan pada usahanya sebagaimana yang telah tertuang dalam Peraturan daerah kabupaten Karawang Nomor 7 Tahun 2022 Tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi dan Usaha Mikro dijelaskan bahwa dalam rangka pemberdayaan dan perlindungan koperasi dan usaha mikro yang mempunyai kedudukan dan peran strategis dalam meningkatkan perekonomian Kabupaten Karawang diperlukan peranan pemerintah daerah dalam mendorong dan memberi perlindungan serta peluang berusaha yang kondusif agar mampu mewujudkan peran secara optimal dalam pembangunan ekonomi daerah.

KESIMPULAN

Perlindungan produk dari usaha kecil di Kabupaten Karawang diperoleh melalui pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pelaku usaha kecil seperti Berkah Teknik Karawang, Dapoer Bintang Karawang, Sambel Teri Goyang Karawang, Karwita Legenda Beras Karawang, dan Distro Sunda Jajaka Karawang telah mendaftarkan merek mereka, mendapatkan dua jenis perlindungan: Perlindungan Hukum Preventif dan Perlindungan Hukum Represif. Perlindungan Hukum Preventif berfungsi untuk mencegah penggunaan dan peniruan merek oleh pihak lain secara tidak sah, yang dicapai dengan mendaftarkan merek. Perlindungan Hukum Represif diberikan Ketika telah terjadi pelanggaran hak merek, memungkinkan pelaku usaha kecil untuk mengajukan gugatan ganti rugi atau tuntutan hukum di pengadilan. Kelima (Ke-5) pelaku Usaha kecil tersebut dapat mengajukan gugatan ganti rugi atau tuntutan hukum untuk menyelesaikan sengketa di Pengadilan Umum, atau Pengadilan Niaga, maupun secara non litigasi. Peran Pemerintah Daerah, khususnya Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Kabupaten Karawang, adalah sebagai fasilitator dan katalisator. Sebagai fasilitator, pemerintah membantu UMKM mencapai tujuan pengembangan usaha, sementara sebagai katalisator, pemerintah terlibat dalam proses perkembangan UMKM yang bersedia melakukan transformasi untuk menjadi usaha yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

Satjipto Rahardjo, "Penyelenggaraan Keadilan Dalam Masyarakat Yang Sedang Berubah," *Jurnal Masalah Hukum* (1993): 74.

Adrian Sutedi, *Hak Atas Kekayaan Intelektual* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 13.

- Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Globalisasi, Sebuah Kajian Kontemporer* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 1.
- Napitupulu et al., *Kajian Merek Pada Fenomena Vaksin Palsu Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*, Undergraduate thesis (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017).
- R. Budiarto et al., *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis* (Yogyakarta: Ugm Press, 2018).
- A. Sujatmiko and F. Silvia RR, "Pemberdayaan Pengusaha Kecil Dan Menengah Melalui Kepemilikan Sertifikat Merek," *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)* 4, no. 1 2020, doi:10.20473/jlm.v4i1.2020.812.
- M. Ferdian, "Kedudukan Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Jujur," *Jurnal Ilmu Hukum Dirgantara* 9, no. 22014, doi: 10.35968/jh.v9i2.355.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum & HAM R.I, "Hari Kekayaan Intelektual Sedunia 2021, Pemerintah Dukung UMKM Tingkatkan Daya Saing di Pasar Global," *Agenda KI*, <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel/hari-kekayaan-intelektual-sedunia-2021-pemerintah-dukung-umkm-tingkatkan-daya-saing-di-pasar-global>. (diakses 1 Desember 2023).
- A. Betlehn and P. O. Samosir, "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia," *Law Justice*, vol. 3, no. 1, pp. 3-11, 2018, doi: 10.23917/laj.v3i1.6080.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 126.
- P. M. Marzuki, *Penelitian Hukum*. 2009
- Wayan Dicky. Et all., "Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen," *E-Jurnal Manajemen Unud* 7.10 (2018), 5230-57 .
- Devi Eka Verawati. "Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur." *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa* 5.2 (2022): 122-132.
- Konsideran Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Betlehn, Andrew, and Prisca Oktaviani Samosir. "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia." *Law and Justice* 3.1 (2018): 1-11.
- Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum dan Hukum Merek di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1996), hlm. 604.
- E. Mirfa, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar," *J. Huk. Samudra Keadilan*, vol. 11, no. 1, pp. 65-77, 2016.
- Abdulkadir Muhammad, *Perjanjian baku dalam praktek perusahaan perdagangan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- P. M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, 1989th ed. Surabaya: penerbit Bina Ilmu.
- G. D. E. T. Ardika, "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK MEREK DI INDONESIA," pp. 1739-1746, 2022.

- Robert M. Sherwood, *Intellectual Property and Economic Development*. New York: Routledge.
- Indonesia. P. U. (1994) Undang-Undang No. 7 Tahun 1994 Tentang Pengesahan Agreement Establishing The World Trade Organization (persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia)
- Indonesia. P. U. (2016) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Indonesia. P. N. (2016) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Merek
- Indonesia. P. D. (2022) Peraturan daerah kabupaten Karawang Nomor 7 Tahun 2022 Tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Koperasi dan Usaha Mikro