# KESADARAN HUKUM PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH TERHADAP ARTI PENTING HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL TERKAIT MEREK DAGANG (STUDI DI DISNAKER PERINKOP DAN UKM KABUPATEN KUDUS)

**Rini Fatmala, Yusuf Istanto, Muhammad Ali Alladuniah**

rinifatmala88@gmail.com, yusufistanto35@gmail.com , muhammad.ali@umk.ac.id

 Fakultas Hukum Universitas Muria Kudus

***Abstract***

*This This study examines the legal awareness of micro, small and medium enterprises (MSMEs) on the importance of intellectual property rights related to trademarks in Kudus Regency. As well as to find out the obstacles and steps taken by the Manpower Office of Perinkop and UKM Kudus in providing an understanding of trademark rights to micro and small business actors.*

*The results of the study show that the legal awareness of MSME actors in Kudus Regency on the importance of intellectual property rights, especially trademarks for business development, is still low.* *The low legal awareness of business actors is caused by lack of information and unwillingness to register trademarks by business actors due to the high cost factor.* *The steps taken by the Manpower Office of Perinkop and UKM of Kudus Regency are to provide understanding regarding trademarks, which is carried out by socializing counseling to MSME actors and facilitating MSME actors by freeing or freeing trademark registration fees with a limited quota.*

***Keywords: Legal Awareness, MSME actors, Intellectual Property Rights, Trademarks***

# Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang kesadaran hukum pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap arti penting hak kekayaan intelektual terkait merek dagang yang berada di Kabupaten Kudus. Serta untuk mengetahui kendala dan langkah yang dilakukan oleh Disnaker Perinkop dan UKM Kudus dalam memberikan pemahaman hak merek dagang kepada pelaku UMKM.

Hasil penelitian diketahui bahwa kesadaran hukum pelaku UMKM di Kabupaten Kudus terhadap arti penting hak kekayaan intelektual khususnya merek dagang bagi pengembangan usaha masih rendah. Rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha disebabkan oleh kurangnya informasi dan ketidak mauan pendaftaran merek oleh pelaku usaha karena faktor biaya yang cukup mahal. Langkah yang dilakukan oleh Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus adalah memberikan pemahaman terkait merek dagang dilakukan dengan cara sosialisasi penyuluhan terhadap pelaku UMKM dan memfasilitasi pelaku UMKM dengan membebaskan atau menggeratiskan biaya pendaftaran merek dagang dengan kuota terbatas.

Kata Kunci: **Kesadaran Hukum, pelaku UMKM, Hak Kekayaan Intelektual, Merek Dagang**

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berpotensi sebagai salah satu motorik aktivitas ekonomi masyarakat dan menjadi sumber pendapatan masyarakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan, sehingga pemerintah perlu melakukan peningkatan terhadap pemberdayaan UMKM untuk mengembangkan kemitraan usaha yang sama-sama memberikan profit antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, serta meningkatkan sumber daya manusia.[[1]](#footnote-1) Kelompok usaha ini membuktikan peran strategis UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional dengan terbukti penyerapan tenaga kerja yang berperan dalam pendistribuan hasil pembangunan. Data dari Badan Pusat Statistik yang ada di Kudus menunjukkan bahwa UMKM dapat menyerap 250.039 tenaga kerja sampai dengan 2014.

Berdasarkan data Kemenkop UKM pada tahun 2021 menunjukkan eksistensi UMKM di Indonesia dengan jumlah mencapai 64,2 juta unit usaha merupakan pelaku usaha nasional.[[2]](#footnote-2) Sebagai pelaku UMKM sudah seharusnya sadar serta memperhatikan akan pentingnya kekayaan intelektual dari suatu produk yang dihasilkan, serta pemerintah telah mengeluarkan kebijakannya sehingga dapat memberikan dampak pada perkembangan UMKM dalam peningkatan daya saing sehingga dapat mengembangkan produk-produk barunya.

Hak kekayaan intelektual merupakan kekayaan, aset pribadi yang dapat dimiliki sama seperti bentuk kekayaan lainnya, dalam tata kehidupan modern hak kekayaan intelektual melekat dalam lingkungan hidup maupun persaingan usaha sehingga menjadi konsep dasar untuk tercapainya kesepakatan negara untuk mengangkat konsep hak kekayaan intelektual menjadi sebuah kesepakatan bersama dalam wujud *Agreement Establishing The World Trade Organization* (*WTO Agreement*) yang telah diratifikasi pada tahun 1994 dan semua perjanjian internasional yang menjadi lampirannya, yaitu termasuk hak kekayaan intelektual.[[3]](#footnote-3)

Perkembangan perdagangan barang dan jasa di Indonesia terjadi peningkatan yang cukup signifikan yang disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi serta sarana transportasi. Meningkatnya arus perdagangan ini cenderung akan berjalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Merek yang merupakan karya intelektual yang peranannya tidak terlepas dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan mempunyai peranan yang sangat penting.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem *stelsel konstitutif* dengan menganut prinsip *first to file*. Merek yang telah terdaftar pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI (DJKI) secara otomatis akan mendapatkan perlindungan hukum dari segi hukum, hal ini disebabkan banyaknya budaya perdagangan bebas yang berkembang, sehingga peranan merek menjadi sangat vital dalam menjaga persaingan usaha yang tidak sehat. Merek dagang juga perlu mendapatkan perhatian khusus yang berupa perlindungan hukum, yang lebih utama yaitu bagi pelaku UMKM, sehingga kebijakan yang dapat dilakukan yaitu memberikan fasilitas dan kesempataan bagi para pelaku UMKM untuk mendaftarkan produknya sebagai merek dagang sebab penggunaan merek sangat diperlukan seperti era sekarang ini. Penerapan hak kekayaan intelektual pada pelaku UMKM disebabkan karena beberapa hal yaitu:[[4]](#footnote-4)

1. Seringnya pelaku UMKM meniru produk perusahaan lain yang telak memiliki HKI, karena hal ini jelas bertentangan dengan *TRIPs;*
2. Kurangnya kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM dalam upaya pendaftaran HKI;
3. Kurangnya inovasi dan pengembangan produk.

Perkembangan ekonomi yang berjalan secara dinamis ini, serta perkembangan inovasi diberbagai bidang usaha yang salah satunya ialah pelaku UMKM, dengan demikian pelaku UMKM ini meningkatkan motifnya mengembangkan dan memperkenalkan produknya ke masyarakat, sehingga pelaku UMKM perlu membangun kepercayaan konsumen terhadap produk atau barangnya.

Menurut data dari Disnaker Perinkop dan UKM Kudus pada tahun 2020 terdapat 15.894 unit UMKM, kemudian pada tahun 2021 bertambah menjadi 17.182 unit UMKM.[[5]](#footnote-5) Data ini menunjukkan telah terjadinya pertumbuhan UMKM yang ada di Kudus, kesadaran masyarakat untuk membuka usaha meningkat, tetapi kegiatan usaha pelaku UMKM sampai pada tahun 2021 hanya sebesar 12,55% yang telah memiliki merek dagang terdaftar. Pada tahun 2021 saja hanya terdapat 27 pelaku UMKM yang memiliki merek terdaftar.[[6]](#footnote-6) Oleh sebab itu sangat menarik untuk diteliti terkait sejauh mana tingkat kesadaran pelaku UMKM serta pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pendaftaran merek dagang untuk memberikan kepastian hukum dan persaingan usaha yang sehat dikalangan UMKM serta faktor yang menyebabkan pelaku UMKM tidak melakukan pendaftaran merek dagangnya dan faktor yang mendorong untuk melakukan pendaftaran merek dagangnya pada DJKI, karena mengingat banyaknya para pelaku usaha diera perdagangan global sehingga seyogyanya kesadaran untuk mendaftarkan merek dagang atas produk UMKM guna menghindari persaingan usaha yang tidak sehat diantara para pelaku usaha sangat diperlukan.

**KAJIAN PUSTAKA**

**Pengertian Kesadarahan Hukum**

Menurut Sudikno Mertokusumo, kesadaran hukum berarti tentang apa yang seyogyanya dilakukan atau seyogyanya tidak kita lakukan atau perbuat.[[7]](#footnote-7)7 Kesadaran hukum menyangkut aspek hukum dan nilai sosial yang dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi hubungan hukum dengan perilaku manusia dalam masyarakat.[[8]](#footnote-8)8

Kesadaran hukum merupakan kesadaran atau nilai yang terdapat dalam diri manusia tentang hukum yang ada atau hukum yang diharapkan ada.[[9]](#footnote-9)9 Dengan demikian yang ditekankan disini ialah nilai tentang fungsi hukum yang berdasarkan pada validitas hukum yang berlaku, yang kemudian harus dikembalikan pada nilai masyarakat.

**Pengertian UMKM**

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah menjelaskan tentang pengertian usaha mikro yang berbunyi:

“Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”.

Berbagai kegiatan inovasi serta teknologi yang dilakukan oleh UMKM telah membuktikan dapat berkembang di iklim usaha ini dengan mensiasati situasi perdagangan bebas yang diikuti dengan kian meningkatnya persaingan global. Terkait kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021 mengenai perubahan kriteria UMKM tentang penyelenggaraan basis data tunggal UMKM, pengelolaan terpadu UMKM, fasilitas hak kekayaan intelektual, jaminan kredit program, pengalokasian 40% pengadaan barang dan jasa pemerintah pusat dan daerah untuk UMKM.[[10]](#footnote-10)10

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah dijelaskan bahwa UMKM bertujuan untuk menumbuh kembangkan usaha untuk membangun ekonomi nasional dengan berdasarkan demokrasi ekonomi yang adil.

**Hak Kekayaan Intelektual**

Hak kekayaan intelektual (HKI) adalah salah satu hak yang dapat lahir yang disebabkan karena kemampuan intelektual manusia.[[11]](#footnote-11)11 Menurut Budi Santoso, hak kekayaan intelektual pada dasarnya ialah hak yang timbul dari hasil kemampuan intelektual manusia dalam berbagai bidang yang menghasilkan proses dan produk yang bermanfaat bagi manusia.[[12]](#footnote-12)12

Perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual mengandung hak individu dan hak masyarakat. Hak individu yang merupakan hak ekslusif oleh pemegang hak kekayaan intelektual, sedangkan hak masyarakat ialah hak untuk memperoleh serta mengakses kekayaan intelektual tersebut. Ada tiga hak khusus pada hak kekayaan intelektual sebagai berikut:[[13]](#footnote-13)13

1. Hak ekonomi *(economic right)*

Hak ekonomi adalah hak untuk memperoleh keuntungan atau manfaat ekonomi atas kekayaan intelektual. Hak ekonomi dapat berupa keuntungan sejumlah uang yang dihasilkan dari penggunaan sendiri hak kekayaan intelektual maupun penggunaan kekayaan intelektual oleh pihak lain berdasarkan lisensi.

1. Hak moral *(moral right)*

Hak moral ialah pengakuan dan penghargaan bahwa produk tersebut merupakan hasil karya si pencipta atau penemu.[[14]](#footnote-14)14

1. Fungsi Sosial

Dalam sistem hukum Indonesia, tiap-tiap hak mempunyai fungsi sosial termasuk hak kekayaan intelektual. Fungsi sosial ini memiliki dua makna bahwa hak kekayaan intelektual di samping untuk kepentingan pribadi pencipta, juga diperuntukkan untuk kepentingan umum yang penggunaan kekayaan intelektual oleh penciptanya dibatasi oleh undang-undang. [[15]](#footnote-15)15

**Merek**

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis telah menyebutkan bahwa pengertian merek ialah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Pasal 2 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek dapat meliputi berikut ini:

1. Merek Dagang

Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Merek merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual yang pemakaian atau penggunaannya berkaitan dengan perdagangan, yang pemakaiannya ialah terhadap produk yang dipasarkan dan mengandung nilai ekonomi.

1. Merek Jasa

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

Perlindungan hukum merek dapat diberikan apabila pelaku usaha telah mendaftarkan merek barang atau jasa ke Direktorat Jendral HKI dengan sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. Perlindungan hukum dengan sistem *first to file principle* dapat diberikan kepada pemegang hak merek yang telah terdaftar yang memiliki itikad baik bersifat preventif maupun represif. [[16]](#footnote-16)16

Untuk dapat mendapatkan perlindungan hukum, tentunya perlu untuk mendaftar mereknya sehingga ia dapat diberikan hak ekslusif *(exclusive right)* oleh negara. Fungsi pendaftaran merek diantaranya:

1. Pendaftaran merek sebagai upaya menjamin serta mendapat perlindungan hukum bagi pemegang hak ekslusif atas merek.
2. Sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama yang pada intinya untuk dimohonkan pendaftaran oleh orang lain terhadap barang atau jasa sejenisnya.
3. Sebagai dasar untuk mencegah orang lain menggunakan merek yang sama terhadap merek terdaftar untuk peredaran dan pemasaran terhadap barang atau jasa sejenisnya.

**METODE PENELITIAN**

**Metode Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan hukum empiris yang merupakan metode penelitian hukum yang berupaya untuk melihat hukum dalam arti yang sesungguhnya, meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat.[[17]](#footnote-17)17

**Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif analitis. Menurut Kartini Kartono deskriptif artinya adalah penelitian yang dilakukan dengan maksud menggambarkan keadaan objek masalahnya secara jelas, runtut dan sistematis. Suatu penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin sebagai sesuatu yang utuh.[[18]](#footnote-18)18

**Metode Penentuan Sampel**

 Metode penentuan sampel dalam penulisan skripsi ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* disini semua individu tidak dapat dijadikan sampel, tetapi sampel diambil sesuai kepentingan yang dapat mewakili lainnya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini ialah:

1. Sub koordinator Pengembangan, Penguatan, Perlindungan, Pendanaan (P4) UKM di Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus.
2. 27 pelaku UMKM yang dapat mewakili wilayah Kabupaten Kudus dalam 3 bidang usaha yang telah ditentukan yaitu bidang usaha kuliner, kerajinan, dan konveksi yang meliputi:
3. 15 pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek dagang.
4. 12 pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan merek dagangnya pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI (DJKI).

**Metode Pengumpulan Data**

Sesuai dengan metode pendekatan yang di tentukan dan digunakan adalah hukum empris, maka dalam penelitian sangatlah diperlukan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara terjun langsung ke lapangan *(field research)* yaitu wawancara yang dilakukan dengan para responden sampel, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*).

**Metode pengolahan dan Penyajian Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer sebagai sumber utama yang disajikan dengan data yang telah terkumpul dan telah diolah akan menjadi pembahasan yang diuraikan dengan cara merumuskan dan menafsirkan serta mendiskusikan dalam bentuk kalimat secara sistematis, kemudian data sekunder mengklasifikasikan sesuai dengan bahan hukum serta menyusun hasil penelitian yang telah dilakukan secara sistematis.

**Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam meneliti adalah analisis kualitatif, dengan data yang telah diperoleh tersebut akan dianalisis secara deskriptif analisis, dengan proses analisis terhadap seluruh data yang telah diperoleh kemudian mengelompokkan dan menyeleksi data yang telah didapat menurut kebenaran keabsahan data dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil pengamatan, selanjutnya disinkronkan dengan teori, dan kaidah hukum yang didapat dari sumber kepustakaan untuk mendapatkan jawaban permasalahan yang menjadi objek kajian penelitian ini.

**HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**Kesadaran hukum Hukum Pelaku UMKM Di Kabupaten Kudus Terhadap Arti Penting HKI Terkait Merek Dagang Bagi Pengembangan Usaha**

Penelitian ini terkait kesadaran hukum pelaku UMKM kabupaten Kudus terhadap hak kekayaan intelektual terlebih lagi terkait merek dagang bagi pengembangan usaha mereka yang data hasil penelitiannya diperoleh langsung dengan observasi lapangan, sehingga penulis melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap kesadaran hukum para pelaku UMKM tekait merek dagang sehingga diperlukannya perlindungan hukum bagi setiap hasil produk yang dihasilkan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan indikasi Geografis terdapat dalam Pasal 3 yang menyebutkan bahwa:

“Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar”.

Data yang dihasilkan di Disnaker Perinkop Kabupaten Kudus, pelaku UMKM sampai dengan tahun 2021 berjumlah 17.182 unit UMKM, telah terjadinya pertumbuhan UMKM yang ada di Kabupaten Kudus, kesadaran masyarakat untuk membuka usaha yang semakin meningkat dengan tidak dibarengi dengan kesadaran hukum untuk memiliki hak atas merek dagang para pelaku UMKM karena kegiatan usaha pelaku UMKM sampai pada tahun 2021 hanya sebesar 12,55% yang telah memiliki merek dagang terdaftar. Pada tahun 2021 saja hanya terdapat 27 pelaku UMKM yang memiliki merek dagang terdaftar.[[19]](#footnote-19)19 Hal ini yang menjadi salah satu indikator kesadaran pelaku UMKM di Kabupaten Kudus terbilang masih rendah dalam hal sadar hukum karena penerapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis belum terlaksana dengan baik, karena dilihat dari jumlah UMKM yang semakin meningkat ini tidak sesuai dengan jumlah pelaku UMKM yang mendaftarkan merek dagangnya pada DJKI. Berikut merupakan data tabel persebaran serta tumbuh kembang pelaku UMKM di Kabupaten Kudus dari tahun 2020 sampai dengan 2021 yang diperoleh dari Disnaker Perinkop dan UKM Kudus:[[20]](#footnote-20)20

|  |  |
| --- | --- |
| **Kecamatan** | **Tahun** |
| **2020** | **2021** |
| Mejobo | 656 | 668 |
| Kaliwungu | 1957 | 2062 |
| Kota Kudus | 2714 | 2869 |
| Jati | 1707 | 1806 |
| Undaan  | 1711 | 1727 |
| Jekulo | 1854 | 1922 |
| Bae | 1605 | 1648 |
| Gebog | 1615 | 1911 |
| Dawe | 2075 | 2569 |
| **Total** | **15894** | **17182** |

Hasil penelitian diketahui bahwa kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap merek dagang di Kabupaten Kudus dengan mengambil total 27 sampel pelaku UMKM yang terdiri dari 6 pelaku usaha dengan kriteria usaha mikro, 18 pelaku usaha dengan kriteria usaha kecil, dan 3 pelaku usaha dengan kriteria usaha menengah yaitu dibidang usaha kuliner, kerajinan, dan konveksi yang meliputi 15 pelaku UMKM yang tidak mendaftarkan merek dagang, dan 12 pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan merek dagangnya pada DJKI. Berikut merupakan tabel jumlah sampel pelaku UMKM di Kabupaten Kudus yang belum mendaftarkan merek dagang dan sudah memiliki merek dagang terdaftar.

|  |
| --- |
| **Pelaku UMKM yang Belum Memiliki Merek**  |
| Sektor Usaha | Jumlah |
| Sektor Kuliner | 5 Pelaku UMKM |
| Sektor Konveksi | 8 Pelaku UMKM |
| Sektor Kerajinan | 2 Pelaku UMKM |
| **Perlaki UMKM yang Memiliki Merek** |
| Sektor Usaha | Jumlah |
| Sektor Kuliner | 6 Pelaku Usaha |
| Sektor Konveksi | 2 Pelaku Usaha |
| Sektor Kerajinan | 4 Pelaku Usaha |

Kesadaran hukum pelaku UMKM terkait merek dagang bagi pengembangan usaha yang tidak mendaftarkan merek dagang karena mereka tidak mengetahui cara mendaftarkan merek dagang serta tidak tahu manfaat perlindungan hukum merek dagang untuk pengembangan usaha disampaikan oleh Solekhan, Muntajab, dan Solihin sebagai pelaku UMKM yang termasuk dalam kriteria usaha mikro dibidang konveksi ini mereka mengungkapkan bahwasannya tidak terlalu mementingkan merek karena sudah menjadi suatu hal kebiasaan bagi mereka untuk dapat memproduksi dan bisa menjual hasil produksi bagi mereka sudah cukup, merek dagang baginya ialah hanya suatu label yang hanya dipasang untuk membedakan hasil produksinya.[[21]](#footnote-21)21

Alasan yang menjadi penyebab tidak mendaftarkannya merek dagang oleh pelaku UMKM karena tidak mengetahui prosedur pendaftaran merek dagang serta masih beranggapan mahalnya pendaftaran merek dagang bagi pelaku UMKM, hal ini disampaikan oleh Ken Fajri Amelia Putri pelaku usaha kecil dengan merek dagang “Geprek Djowo” dan Mulyadi pelaku usaha kecil.[[22]](#footnote-22)22

Hasil penelitian kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap arti penting merek dagang di Kabupaten Kudus bagi pengembangan usaha juga disampaikan oleh pelaku UMKM yang sudah memiliki merek dagang terdaftar pada DJKI.

Menurut Fina Ayu Ferdiyanti pelaku UMKM yang memiliki merek dagang terdaftar “AlifBaa” nomor permohonan DID2022039984 dengan kriteria usaha kecil yang memulai usahanya dibidang kerajinan batok kelapa mengaku bahwa merek dagang baginya merupakan suatu yang dapat mengembangkan usahanya serta karya hasil produksinya dapat terkenal dimasyarakat sehingga banyak yang tertarik dan sampai saat ini menuturkan bahwasannya masih menjaga kualitas dari segi produksinya yang dapat menjaga reputasi produk yang dihasikannya. Kekhawatirannya jika merek dagangnya tidak segera didaftarkan pada DJKI akan membuka peluang untuk dipakai oleh oranglain sehingga beliau selaku pengembang usaha yang merintis dari awal akan merasa dirugikan.[[23]](#footnote-23)23

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dengan melalui wawancara kepada pelaku UMKM di Kabupaten Kudus yang tidak memiliki merek dagang terdaftar, bahwasannya secara konkret pelaku UMKM ini telah memiliki merek dagang untuk pengembangan usahanya karena para pelaku UMKM ini mengaku bahwa merek dagang yang mereka miliki saat ini sangat membantu untuk mendorong usahanya menjadi berkembang, namun sangat disayangkan karena kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pentingnya merek dagang yang telah terdaftar pada DJKI masih terbilang sangat minim, karena para pelaku UMKM ini hanya berorientasi pada produksi, pemasaran, serta penghasilan atau pendapatan atas penjualan produknya saja tanpa memikirkan jangka panjangnya terhadap pengembangan usaha dimasa yang akan mendatang karena mengingat persaingan dalam perdagangan global di era yang semakin maju.

Hasil penelitian yang dilakukan penulis dengan melalui wawancara kepada pelaku UMKM di Kabupaten Kudus yang telah memiliki merek dagang terdaftar, bahwa kesadaran hukum untuk mendaftarkan merek dagangnya pada DJKI karena mereka menganggap merek dagang menjadi sebuah aset yang penting. Selain sebagai aset kekayaan baginya ialah alat yang dapat melindungi masyarakat selaku konsumen dari tindakan pemalsuan kualitas barang tertentu. Karena konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka anggap memiliki kualitas tinggi, ternyata diproduksi olek oranglain dengan kualitas rendah, jaminan kualitas suatu barang sangat berguna bagi pelaku usaha dalam persaingan usaha dan sekaligus memberikan perlindungan jaminan produknya kepada konsumen.[[24]](#footnote-24)24

Bentuk kesadaran hukum yang dilakukan oleh pelaku UMKM yang telah memiliki merek dagang terdaftar merupakan salah satu perwujudan bahwa merek dagang untuk pengembangan usahanya ini memerlukan perlindungan hukum, dimana pemerintah memberikan perlindungan hukum terhadap pemilik merek apabila telah mendaftarkan.

**Langkah yang Dilakukan Oleh Disnaker Perinkop Dan UKM Kudus Serta Kendala yang Ditemui Dalam Memberikan Pemahaman Hak Merek Dagang Kepada Pelaku UMKM di Kabupaten Kudus**

Upaya yang dilakukan oleh Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus dalam memberikan pemahaman terkait merek dagang kepada pelaku UMKM ini dengan cara:[[25]](#footnote-25)25

1. Sosialisasi atau penyuluhan

Sosialisasi yang diberikan kepada pelaku UMKM tentang pentingnya merek dagang yang mendatangkan narasumber untuk memberikan materi ialah ahli di bidang hak kekayaan intelektual yang telah memiliki sertifikasi untuk memberikan pemahaman terkait merek dagang, yang didatangkan langsung dari Pemerintah Pusat sebagai stakeholder pada kegiatan tersebut, dan kegiatan sosialisasi ini hanya dilakukan setiap satu tahun sekali dengan kuota maksimal 30 pelaku UMKM..

1. Fasilitasi pendaftaran merek

Dalam upaya meningkatkan kesadaran hukum pelaku UMKM dalam mendaftarkan merek dagangnya, Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus memberikan fasilitasi pendaftaran merek yang diberikan kepada pelaku UMKM yang telah mengikuti sosialisasi dan proses pendampingan tentang hak kekayaan intelektual yaitu dengan membebaskan atau menggeratiskan biaya pendaftaran merek dagang, akan tetapi tidak semua pelaku UMKM yang menjadi peserta sosialisasi mendapatkan fasilitasi merek, hal ini disebabkan karena terbatasnya kuota yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku UMKM yang ingin mendaftarkan merek dagangnya, hanya 5 sampai dengan 10 pelaku UMKM yang mendapat fasilitasi tersebut setiap tahunnya.

Pelaku UMKM di Kabupaten Kudus enggan melakukan pendaftaran merek dagang karena menurutnya biaya untuk mengurusnya terbilang mahal. Dengan sikap pasifnya ini pelaku UMKM yang tidak tahu dan tidak berusaha ingin tahu sehingga memiliki kesadaran hukum yang rendah mengenai merek dagang karena sebenarnya pemerintah memberikan kebijakan khusus bagi pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagang yakni untuk memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada UMKM dan memenuhi perkembangan hukum, perlu dilakukan penyesuaian jenis dan tarif atas jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia sebagaimana yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Dikeluarkannya kebijakan pemerintah dengan membebankan biaya pelaku UMKM untuk pendaftaran merek dagang lebih murah dibandingkan dengan pendaftar Merek Non UMKM tersebut menunjukkan kepedulian pemerintah untuk meningkatkan perkembangan bisnis UMKM dengan menjaga kekayaan intelektual dari para pelaku bisnis UMKM sehingga Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis berlaku secara efektif.

**PENUTUP**

**Simpulan**

Kesadaran hukum pelaku UMKM di Kabupaten Kudus terhadap arti penting merek dagang bagi pengembangan usaha masih rendah, karena banyak yang masih berorientasi pada produksi, pemasaran, serta penghasilan atau pendapatan atas penjualan produknya saja tanpa memikirkan jangka panjangnya terhadap pengembangan usaha dimasa mendatang.

baik cerai gugat dan/atau cerai talak masih sangat minim.

 Langkah yang dilakukan oleh Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus dalam memberikan pemahaman terkait merek dagang dilakukan dengan cara sosialisasi terhadap pelaku UMKM dan memfasilitasi pelaku UMKM yaitu dengan membebaskan biaya pendaftaran merek dagang dengan kuota terbatas. Kendala Disnaker Perinkop dan UKM Kabupaten Kudus dalam memberikan pemahaman merek dagang ialah faktor internal yang karena keterbatasan tenaga kerja Disnaker Perinkop Dan UKM Kabupaten Kudus, serta faktor eksternal yang meliputi faktor pengetahuan pelaku UMKM, faktor budaya pelaku UMKM, serta faktor ekonomi.

**Saran**

Seharusnya pelaku UMKM tidak menerapkan sikap pasif karena tidak memiliki pengetahuan dan rasa tidak ingin tahu terhadap pentingnya merek dagang yang telah terdaftar sebagai payung hukum untuk mendapatkan perlindungan hukum karena masih banyak pelaku UMKM yang acuh.

Diharapkan Disnaker Perinkop Dan UKM Kabupaten Kudus untuk lebih sering mengadakan sosialisasi terkait merek dagang, manfaat mendaftarkan merek dagang, perlindungan hukum merek dagang sampai dengan tata cara pendaftaran merek dagang dan biaya registrasi untuk melakukan pendaftaran merek dagang,

**DAFTAR PUSTAKA**

 Aatang Herman Usman, “Kesadaran Hukum Masyarakat Dan Pemerintah Sebagai Faktor Hukum Tegaknya Negara Hukum Di Indonesia” Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 30, No. 1, Februari 2014, Kaur Rapkum Bipkum Kepolisian Daerah Jawa Barat.

Abdulkadir Muhammad, “Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual”, PT Cipta Aditya Bakti, Bandung, 2009

Budi Santoso, “Hak Atas Kekayaan Intelektual”, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Della Alrit, Cut Elidar, at all, Perlindungan Hukum Terhadap Merek, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Meukuta Alam, Vol. 3, No. 2, Desember 2021, Universitas Samudra, Aceh, hlm. 252.

Kesowo Bambang, *“Posisi Dan Arti Penting HKI Dalam Perdagangan Internasional”,* Jakarta, 2007.

Much Nurachmad, *“Segala Tentang HKI Indonesia”,* Buku Biru, Yogyakarta, 2012.

Muhammad Djumahana dan R. Djubaedillah, *“Hak Milik Intelektual “Sejarah, Teori, dan Praktiknya di Indonesia”,* Cetakan Keempat, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung. 2014*.*

Sudikno Mertokusumo, *“Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat”,* Liberty, Yogyakarta, 2010.

1. Inayah, *Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perlindungan Kekayaan Intelektual,* Law And Justice, Vol. 4, No. 2, Oktober, 2019, Universitas Muhammadiyah Surakarta, hlm. 121. [↑](#footnote-ref-1)
2. Kementrian Keuangan RI, *“Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan”,* <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>, 25 Maret 2022. [↑](#footnote-ref-2)
3. Muhammad Djumahana dan R. Djubaedillah, *“Hak Milik Intelektual “Sejarah, Teori, dan Praktiknya di Indonesia”,* Cetakan Keempat, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung. 2014*,*  hlm. 1 [↑](#footnote-ref-3)
4. Wendy Aritenang, *“Strategi Peningkatan Ketahanan Ekonomi Bangsa Berbasis Pendayagunaan Kekayaan Intelektual Domestic Didukung Penataan Kelembagaan Pengelola Kekayaan Intelektual”*, Deputi Menteri Riset Dan Teknologi Bidang Pendayagunaan Dan Pemasyarakatan IPTEK, Jakarta, 2004, hlm. 20. [↑](#footnote-ref-4)
5. Mahmudah, *“Wawancara Pribadi”,* Pengembangan, Penguatan, Perlindungan, Pendanaan (P4) UKM, 24 Maret 2022, DISNAKER PERINKOP dan UKM Kudus. [↑](#footnote-ref-5)
6. Mahmudah, *“Wawancara Pribadi”,* P4 UKM, 28 Juni 2022, DISNAKER PERINKOP dan UKM Kudus. [↑](#footnote-ref-6)
7. 7 Sudikno Mertokusumo, *“Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat”,* Liberty, Yogyakarta, 2010, hlm. 2. [↑](#footnote-ref-7)
8. 8 Atang Herman Usman, *“Kesadaran Hukum Masyarakat Dan Pemerintah Sebagai Faktor Hukum Tegaknya Negara Hukum Di Indonesia”* Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 30, No. 1, Februari 2014, Kaur Rapkum Bipkum Kepolisian Daerah Jawa Barat, hlm. 34. [↑](#footnote-ref-8)
9. 9 *Loc. Cit.* [↑](#footnote-ref-9)
10. 10 Kementerian Koperasi Dan UKM RI, *“SESKEMENKOP UKM Terus Sosialisasikan PP Nomor 7 Tahun 2021 Agar Optimal Dalam Implementasi”,* [*https://*kemenkopukm.go.id/read/seskemenkopukm-terus-sosialisasikan-pp-7-2021-agar-optimal-dalam-implementasi](https://kemenkopukm.go.id/read/seskemenkopukm-terus-sosialisasikan-pp-7-2021-agar-optimal-dalam-implementasi), 3 April 2021. [↑](#footnote-ref-10)
11. 11 Kesowo Bambang, *“Posisi Dan Arti Penting HKI Dalam Perdagangan Internasional”,* Jakarta, 2007, hlm. 3. [↑](#footnote-ref-11)
12. 12 Budi Santoso, *“Hak Atas Kekayaan Intelektual”,* Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 38. [↑](#footnote-ref-12)
13. 13 Abdulkadir Muhammad, “Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual”, PT Cipta Aditya Bakti, Bandung, 2009, hlm. 19. [↑](#footnote-ref-13)
14. 14 Much Nurachmad, *“Segala Tentang HKI Indonesia”,* Buku Biru, Yogyakarta, 2012, hlm. 15-16. [↑](#footnote-ref-14)
15. 15 Ibid.*.,* hlm. 25. [↑](#footnote-ref-15)
16. 16 Della Alrit, Cut Elidar, at all, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek,* Jurnal Ilmiah Mahasiswa Meukuta Alam, Vol. 3, No. 2, Desember 2021, Universitas Samudra, Aceh, hlm. 252. [↑](#footnote-ref-16)
17. 17 Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, “*Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris”,* Prenada Media Grup, Depok, 2016, hlm. 150. [↑](#footnote-ref-17)
18. 18 Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *“Dualisme Penelitian Hukum Normative Dan Empiris”,* Pustaka Pelajar, Yogyakarta 2010, hlm. 192. [↑](#footnote-ref-18)
19. 19 Mahmudah, *“Wawancara Pribadi”,* P4 UKM, 28 Juni 2022, DISNAKER PERINKOP dan UKM Kudus. [↑](#footnote-ref-19)
20. 20 Mahmudah, *Wawancara Pribadi,* P4 UKM, DISNAKER PERINKOP dan UKM Kudus. 28 Juni 2022. [↑](#footnote-ref-20)
21. 21 Solekhan, Muntajab, at all, *Wawancara Pribadi,* pelaku UMKM Bidang Konveksi, Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus, 9 Juli 2022. [↑](#footnote-ref-21)
22. 22 Ken Fajri Amelia Putri dan Mulyadi, *Wawancara Pribadi,* Pelaku UMKM Bidang Kuliner, Kecamatan Undaan dan Mejobo Kabupaten Kudus, 9 Juli 2022. [↑](#footnote-ref-22)
23. 23 Fina Ayu Ferdiyanti, *Wawancara Pribadi,* Pelaku UMKM Bidang Kerajinan, Kecamatan Jati Kabupaten Kudus, 8 Juli 2022. [↑](#footnote-ref-23)
24. 24 Khoirul Hidayah, “Hukum Hak Kekayaan Intelektual”, Setara Press, Malang, 2017, hlm. 54. [↑](#footnote-ref-24)
25. 25 Mahmudah, *“Wawancara Pribadi”,* P4 UKM, 28 Juni 2022, DISNAKER PERINKOP dan UKM Kudus. [↑](#footnote-ref-25)