

PENYULUHAN HUKUM TENTANG HAK MEREK BAGI UMKM DI DESA PEGUYANGAN KANGIN, DENPASAR

Cokorda Gede Swetasoma¹, I Gede Mahatma Yogiswara Winatha², Kadek Ary Purnama Dewi³, I Ketut Satria Wiradharma Sumertajaya⁴, I Wayan Saras Yudi⁵, I Kadek Ardana⁶

^{1,2,3,4,5,6)} Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Ngurah Rai

e-mail: yogiswara.winatha@unr.ac.id

Abstrak

Perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) terutama yang ada Provinsi Bali menunjukkan peningkatan jumlah yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan melalui data dari Dinas Koperasi dan UMKM Bali, per bulan Mei Tahun 2022 tercatat kenaikan sebesar 6,4% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 28.344 UMKM baru yang ada di Provinsi Bali. Dari banyaknya jumlah UMKM di Provinsi Bali yang semakin meningkat, ditinjau perlu diadakan penyuluhan mengenai pentingnya Hak Merek karena masyarakat khususnya di desa Peguyangan Kangin masih belum memahami hak Merek. Penyuluhan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk melihat sejauh mana pemahaman masyarakat di desa Peguyangan Kangin tentang hak merek dengan metode pelaksanaan penyuluhan adalah metode hukum bersifat kognitif dengan pendekatan workshop dan ceramah. Hasil dari penyuluhan ini menunjukkan adanya kemajuan dari masyarakat pelaku usaha dimana yang sebelumnya kurang memahami tentang hak merek, kini menjadi paham akan pentingnya hak merek dan masyarakat pelaku usaha antusias untuk mendaftarkan mereknya.

Kata kunci: Hak Merek, Perlindungan Hukum, UMKM

Abstract

The growth of micro, small and medium enterprises (MSME), especially in Bali Province, has shown a significant increase in numbers. Based on data from the Bali Cooperative and MSME Office, in May 2022 there was an increase of 6.4% from the previous year or a total of 28,344 new MSME in Bali Province. since the increasing number of MSME in Bali Province, it is considered necessary to hold counseling on the importance of Trademark Rights because the community, especially in Peguyangan Kangin village, still does not understand Trademark rights. this workshop aims to determine the extent of understanding of the community in Peguyangan Kangin village regarding trademark rights. The method used in this workshop is a cognitive legal method with a workshop and lecture approach. The results of this workshop show the progress of the business community where previously less understanding of trademark rights, now become aware of the importance of trademark rights and enthusiastic business community to register the trademark.

Keywords: Brand Rights, Legal Protection, MSME

PENDAHULUAN

Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM) terutama di Provinsi Bali menunjukkan peningkatan jumlah yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan melalui data dari Dinas Koperasi dan UMKM Bali, per bulan Mei Tahun 2022 tercatat kenaikan sebesar 6,4% dari tahun sebelumnya atau sejumlah 28.344 UMKM baru yang ada di Provinsi Bali (Balipost.com). Banyaknya jumlah UMKM tersebut, sudah pasti menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat. Untuk menarik pelanggan setianya, para pelaku usaha UMKM berlomba-lomba untuk menciptakan suatu merek dagang yang unik untuk mempromosikan produknya dan juga agar lebih menarik minat konsumen (Kurnia, et.al. 2017).

Merek dagang digunakan sebagai tanda pengenal yang unik yang berasal dari produk barang dan jasa yang berfungsi untuk membedakannya dari produk lain yang sejenis. Dalam suatu merek, terkandung identitas produsen dan juga reputasi kualitas dari suatu produk dan hal tersebut akan mempengaruhi pilihan konsumen terhadap suatu produk. Dengan besarnya jumlah UMKM yang ada dan ketatnya persaingan usaha yang ada saat ini, tidak jarang terjadi adanya kemiripan satu merek dagang dengan lainnya, baik secara keseluruhan maupun pada pokoknya. Hal tersebut terjadi biasanya karena kurangnya informasi yang didapat oleh pelaku usaha yang bersangkutan atau adanya unsur kesengajaan dari pelaku usaha untuk mengambil jalan pintas dengan sengaja meniru merek dagang

yang telah ada dan laku keras di pasaran untuk mendorong peningkatan penjualan produknya dalam waktu yang singkat.

Di samping itu, kurangnya pengetahuan di bidang hukum kekayaan intelektual dan informasi terkait tata cara pendaftaran merek menyebabkan merek dagang dari pelaku UMKM masih banyak yang belum didaftarkan. Sehingga, pada saat terjadi sengketa, UMKM yang bersangkutan kesulitan untuk mempertahankan merek dagang miliknya karena pada prinsipnya, perlindungan hak merek hanya diberikan setelah merek tersebut terdaftar. Sebagai tanda pembeda untuk sebuah produk jasa dan barang, merek dagang merupakan salah satu bentuk kekayaan intelektual perorangan yang dilindungi oleh Undang-Undang. Undang-Undang nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG), telah memperluas pengertian tentang merek mencangkup merek suara, merek hologram, dan merek tiga dimensi (Azhar, et.al. 2009). Setiap orang tidak diperkenankan memakai merek dagang yang serupa pada pokoknya atau seluruhnya pada merek dagang terdaftar milik pihak lain. Penggunaan secara ilegal, merek milik orang lain yang sah terdaftar menimbulkan adanya konsekuensi hukum baik secara perdata maupun pidana.

Desa Peguyangan Kangin berada di wilayah Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Memiliki lingkup wilayah dengan luas 416 hektar yang terdiri dari 11 Dusun yaitu: Dusun Cengkilung, Dusun Kedua, Dusun Jenah, Dusun Ambengan, Dusun Kayangan, Dusun Peninjoan, Dusun Bantas, Dusun Jurang Asri, Dusun Pengukuh, Dusun Punrama Asri, Dusun Tunjung Sari. Masyarakat Desa Peguyangan Kangin memiliki minat yang cukup tinggi dalam berwirausaha, dibuktikan dengan ±278 UMKM yang tersebar di seluruh wilayah Desa Peguyangan Kangin. UMKM di desa ini bergerak di berbagai sektor baik sektor jasa & perdagangan, makanan dan minuman, prikanan, peternakan hingga industry kerajinan. Pemerintah desa turut berkontribusi membantu pengembangan UMKM desa dengan program pembinaan dan pelatihan seperti : Pelatihan Wanita Tani Pangan Sari Dusun Cengkilung, Pembinaan Kelompok Ikan Mina Lungatad, Pengutan Ketahanan Pangan Kelompok Ternak Babi, dan Pengautan Ketahan Pangan Kelompok Lele. Program tersebut telah dijalankan pemerintah desa dengan baik dan mampu membantu pengembangan UMKM (peguyangankangin.com)

Berdasarkan observasi awal, ternyata masih banyak UMKM di Desa Peguyangan Kangin yang masih belum memahami tentang perlindungan hukum atas hak merek dan tata cara pendaftarannya. Berlandaskan permasalahan tersebut, maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai bergerak untuk melakukan program pengabdian kepada masyarakat melalui sosialisasi penyuluhan hukum hak kekayaan intelektual pada pelaku UMKM di Desa Peguyangan Kangin agar kedepannya mendapatkan perlindungan hukum atas merek yang saat ini sudah berkembang di masyarakat. Penyuluhan dalam pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman masyarakat di desa Peguyangan Kangin mengenai hak Merek.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini diadakan pada tanggal 26 November 2022 yang berlokasi di Aula Kantor Desa Peguyangan Kangin, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali dengan melibatkan masyarakat pelaku UMKM di desa setempat sebagai peserta penyuluhan. Metode yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan ini adalah metode hukum bersifat kognitif dengan metode pendekatan workshop, ceramah yang diakhir acara diisi dengan diskusi bersama masyarakat dengan tujuan peserta mendapatkan kesempatan untuk memahami pentingnya merek tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Hak Merek

Merek merupakan unsur penting dari sebuah produk, karena merek dapat meningkatkan nilai jual dari suatu produk. Merek bisa menjadi identifikasi pembeda antara satu produk dengan produk yang lainnya. Merek juga dapat membuat suatu produk lebih mudah dikenal pembeli serta bisa juga meningkatkan penjualan. Secara umum merek terdiri dari nama merek (*brand name*), penanda merek (*brand mark*), penanda merek dagang (*trademark*), dan hak cipta (*copyright*). Sedangkan hak merek adalah hak eksklusif untuk pemilik merek yang terdaftar sah guna menggunakan mereknya untuk aktivitas jual beli barang atau jasa yang sebanding dengan kelas dan jenis produk barang dan jasa.

Dengan adanya hak merek, perusahaan memiliki hak untuk memakai merek itu untuk kegunaan komersial, serta mempunyai kebebasan dalam melarang orang lain menggunakan hak tersebut (Kotler, 2009).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, di era perdagangan yang bebas seperti ini, hak merek adalah aspek penting dalam menciptakan sistem jual beli yang adil utamanya untuk menjaga persaingan yang sehat. Perlindungan hukum atas Hak Merek dapat menjamin adanya kepastian hukum bagi pemilik merek, kemudian dapat mencegah terjadinya kejahatan atas hak merek dan dapat memberi manfaat kepada masyarakat agar lebih termotivasi untuk mendaftarkan merek usaha yang dimiliki.

Untuk mendapatkan perlindungan hukum, masyarakat dapat mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI). Merek yang telah didaftarkan secara sah, akan mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun. Pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem "*First to File*" yang artinya, siapapun yang mendaftarkan mereknya pertama kali, maka pihak tersebut yang memiliki hak atas mereknya. Perlindungan hukum preventif dilakukan melalui pendaftaran merek, sedangkan perlindungan hukum represif diberikan jika terjadi pelanggaran merek melalui gugatan perdata maupun tuntutan pidana dengan mengurangi kemungkinan penyelesaian alternatif diluar pengadilan (Hartati, Gultom. 2019).

Dewasa ini, masyarakat pelaku usaha sangat diharapkan untuk lebih paham mengenai hak merek. Pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dan bisnis rintisan digital harus menyadari pentingnya pendaftaran merek untuk mendapatkan perlindungan hukum. Sebagai pelaku usaha mikro, mendaftarkan merek yang dimiliki juga dapat mengantisipasi adanya kasus persengketaan merek di masa depan.

Selain mendapatkan perlindungan hukum, dengan mendaftarkan mereknya maka pemilik merek akan mendapatkan hak eksklusif dalam menggunakan merek. Hak eksklusif tersebut adalah hak atas merek yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek. Dalam penggunaanya, hak eksklusif memiliki beberapa manfaat; yang pertama adalah dapat memiliki kesempatan untuk memberikan lisensi atau waralaba. Kedua, dapat menjadi penguatan ketika melakukan negosiasi. Ketiga, dapat memberikan citra yang baik bagi suatu perusahaan. Dan yang keempat dapat juga meningkatkan pangsa pasar.

Keunggulan lain dari memiliki hak merek adalah, ketika pemilik merek sah menemukan adanya pihak lain yang melakukan pelanggaran atas mereknya maka pemilik hak merek tersebut dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang melakukan pelanggaran tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam pasal 83 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016. Pada ayat satu diterangkan bahwa Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa; a) gugatan ganti dan/atau b) penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.

Dampak Akibat Tidak Memiliki Hak Merek

Perlindungan hukum atas merek sangat penting sebagai jaminan dari merek yang dimiliki tersebut agar tidak mudah ditiru. Apabila suatu merek tidak didaftarkan atau tidak memiliki hak eksklusif, maka merek tersebut tidak akan mendapatkan perlindungan hukum. Sebagai contohnya adalah ketika suatu merek tidak diaftarkan, maka pemilik dari merek tersebut tidak dapat menempuh jalur hukum ketika terjadi kasus pelanggaran merek (Ramadhanty, Nadira, et.al. 2019).

Apabila pihak pertama yang menemukan merek tidak mendaftarkan mereknya, maka pihak lain dapat mendaftarkan merek tersebut dengan nama yang sama dan pihak tersebut yang akan mendapatkan perlindungan hukum yang sah. Akibatnya, pihak pertama yang menemukan merek tersebut yang akan mengalami kerugian karena tidak mendaftarkan mereknya. Maka dari itu, pihak pertama harus mendaftarkan mereknya sebelum di klaim dan di daftarkan oleh pihak lain.



Gambar 1.1 Partisipasi Masyarakat Dalam Mengikuti Sosialisasi



Gambar 1.2 Mahasiswa memberikan pengantar penyuluhan

Hasil pengabdian masyarakat di Desa Peguyangan Kangin mengenai Penguatan Usaha Mikro Melalui Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Hak Merek Bagi UMKM memberikan timbal balik yang positif dari masyarakat. Pada awalnya, masyarakat di desa Peguyangan Kangin menganggap bahwa hak merek dan hak cipta merupakan hal baru dan membutuhkan biaya yang besar. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya hak merek. Masyarakat juga belum memahami bahwa merek dapat mempengaruhi nilai jual dari usaha yang mereka miliki. Namun setelah dilaksanakan penyuluhan, masyarakat mulai sadar akan pentingnya pendaftaran merek, dan melalui pendampingan yang diberikan oleh tim penyuluhan, masyarakat antusian melakukan diskusi mengenai hak merek.

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, tim penyuluhan juga telah melakukan Pendataan Usaha Di Desa Peguyangan Kangin dengan tujuan untuk mengetahui jumlah pengusaha aktif di desa serta membantu pendaftaran hak merek oleh Kelompok Mahasiswa yang turut dalam penyuluhan pengabdian kepada masyarakat. Mahasiswa juga memberikan pendampingan dengan cara membantu masyarakat pengusaha yang ingin mendaftarkan usahanya dengan mengandeng Sentra KI Universitas Ngurah Rai sesuai dengan syarat-syarat yang sudah dilengkapi.

Dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat tentang penyuluhan Hak Merek dalam rangka penguatan Usaha Mikro di Desa Peguyangan Kangin, masyarakat jadi lebih memahami pentingnya mendaftarkan merek, dampak akibat tidak memiliki merek. Serta masyarakat sebagai pelaku usaha tertarik untuk mendaftarkan mereknya melalui Sentra KI Universitas Ngurah Rai.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Peguyangan Kangin tentang penyuluhan pendaftaran merek, dapat disimpulkan bahwa anggota penyuluhan memperhatikan antusiasme peserta dalam kegiatan sosialisasi ini. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan dan keinginan untuk mendapatkan pendampingan baik untuk mendapatkan hak merek

maupun hak cipta dari produk-produk yang mereka hasilkan. Masyarakat khususnya pelaku usaha mulai menyadari akan pentingnya memiliki Hak Merek untuk melindungi dan menjaga produk yang sudah dimiliki oleh para pelaku usaha.

SARAN

Diharapkan kedepannya masyarakat pelaku usaha untuk lebih menyadari pentingnya perlindungan terhadap merek untuk memajukan serta memberikan perlindungan Hak Cipta kepada pelaku usaha, penyuluhan serta perlindungan merek harus lebih giat dilaksanakan guna mendorong masyarakat agar lebih sadar akan pentingnya perlindungan hak merek yang dimilikinya

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat dan Pusat Kajian Universitas Ngurah Rai, Kelompok Usaha, BUMDES, dan semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Haris, et.al. (2019). Sosialisasi Hak Cipta Dan Hak Merek Pada Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Sebagai Aset Bisnis Di Era Industri Kreatif (Sosialisasi Hak Merek dan Hak Paten Pada Masyarakat Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan). Empowernet:Jurnal Pengabdian Masyarakat. 2 (2). 94-100.
- Hartati Gultom, Meli. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek. Jurnal Warta Edisi: 56. DOI: <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i56.14>
- Kurnia, M., Djumali, D., & Istiqomah, I. (2017). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 24(1). Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/5561>
- Ramadhanty, Nadira. et. al. (2019). Akibat Hukum Tidak Didaftarkannya Merek Dagang Produk Kue Toko “Madame Patisserie”. Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum. 10(9). 814-826.
<https://www.peguyangankangin.denpasarkota.go.id/> (diakses pada tanggal 12 Januari 2023).
- <https://www.peguyangankangin.denpasarkota.go.id/> (diakses pada tanggal 12 Januari 2023)
- <https://www.balipost.com/news/2022/07/21/281316/Gerakkan-Ekonomi-Bali,Potensi UMKM...html>
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta
- Rosady Ruslan. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta.