

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini pengaruh komunikasi sangat terbuka dan pemasaran begitu luas sehingga sangat umum bagi pemilik merek untuk membangun reputasi bahkan sebelum produk bermerek dagang terjual dengan baik melintasi batas negara. Konsumen yang memiliki akses ke publikasi internasional, internet, televisi kabel dan satelit akrab dengan merek-merek terkenal terlepas dari volume atau kuantitas penjualan.¹

Perdagangan di Indonesia saat ini mulai berkembang secara pesat seiring dengan adanya kemajuan zaman. Dimulai dengan skala besar hingga Usaha Kecil Mikro dan Menengah atau UMKM. Kepemilikan Hak Merek dari produk dan jasa yang diperdagangkan merupakan hal terpenting untuk diperhatikan oleh pengusaha terhadap usahanya, karena kepemilikan hak merek faktor terpenting dalam memulai usaha dengan adanya kepemilikan merek mampu membantu para pengusaha agar mendapatkan suatu perlindungan hukum bila nantinya sewaktu-waktu mereknya di plagiat oleh orang lain.

Asal usul dari merek itu sendiri muncul sekitar abad pertengahan Eropa. Saat mulai berkembangnya perdagangan di dunia luar, fungsi awal hanya diperuntukan kepada asal produk yang bersangkutan. Setelah itu dikenal dengan metode produksi massal dengan jaringan distribusi yang lebih luas dan kian rumit. UMKM diharapkan mampu untuk menghadapi persaingan global yang mana berasal dari berbagai bentuk usaha yang mendorong integrasi pasar antar negara dengan seminimal hambatan di tengah tuntutan kemampuan bersaing di dalam negeri. Maka UMKM harus mempunyai dukungan, kesempatan dan perlindungan

¹ Cita Citrawinda Noerhadi, 2020, *Perlindungan Merek Terkenal & Konsep Dilusi Merek dari Perspektif Global*, Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, hlm 1

hukum untuk menghadapi situasi banyak maraknya pemalsuan produk produk yang di hasilkan, dalam hal produktivitas efisiensi dan inovasi ketinggalan.

Merek sebagai salah satu bentuk wujud dari karya intelektual yang mempunyai peran penting bagi kelancaran serta peningkatan dalam dunia perdagangan barang dan jasa.² Dalam merek biasanya ada sebuah unsur ciptaanya seperti pada logo huruf. Dimana terdapat hak merek yang penggunaanya terbatas pada penggunaan dan pemakaian produk-produk yang di pasarkan. Bagi produsen merek merupakan nama baik sekaligus citra bagi perusahaan selain nama baik sekaligus citra dari perusahaan merek juga merupakan bagian strategi dari bisnis. Tak ada seorang produsen yang tidak menggunakan merek sebagai suatu identitas pada barang yang diproduksinya atau jasa yang diberikam. Identitas yang ditampilkan dalam merek tersebut sebagai pengenalan dan sekaligus pembeda antara merek suatu perusahaam tertentu dengan merek perusahaan lainnya.

Hak atas merek itu sendiri merupakan hak yang bersifat khusus yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk di pergunaknnya sendiri merek tersebut ataupun memberikan izin pada orang lain untuk menggunakannya. Untuk mendapatkan pemberian hak khusus oleh negara harus melalui mekanisme pendaftaran merek, sehingga sifat dari pendaftaran merek itu wajib. Supaya nantinya merek yang sudah didaftarkan mendapat perlindungan hukumnya dan pengakuan dari negara, maka pemilik harus mendaftarkan mereknya pada negara, jika sewaktu-waktu merek itu tidak didaftarkan maka konsekuensinya merek tersebut bisa digunakan atau di plagiat oleh orang lain dan merek tersebut tidak di lindungi oleh negara.³

² Tifania Ayunda Prameswari, "Hak Merek Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Industri UMKM", *Jurnal Hukum*, Vol 3, No 2 (2021), hlm 79.

³ Agung Sujatmiko, "Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek", *Jurnal Media Hukum*, Vol 18, No 2 (2011), hlm 177.

Perlindungan hukum terhadap Hak Merek Terkenal di Indonesia diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan hak merek itu memiliki suatu tujuan guna melindungi suatu kepemilikan atas suatu merek, serta dari kepalsuan produk dimana hal tersebut mampu merugikan penciptannya. Untuk mendapatkan perlindungan merek guna melindungi suatu kepemilikan atas merek dengan cara melakukan pendaftaran merek.

Pengaturan pendaftaran merek itu sendiri diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi dalam pasal 20,21,22. Pendaftaran merek sendiri bertujuan agar memperoleh kepastian hukum dan perlindungan atas hukum atas produk merek tersebut. Untuk dilakukan pendaftaran merek dapat dilakukan pada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.

Perkembangan *Clothing* saat ini semakin marak oleh berbagai kalangan pelaku usaha UMKM. Saat ini sandang atau fashion menjadi kebutuhan utama bukan hanya sekedar lagi tentang kebutuhan sekunder. Sebab trend dan gaya hidup masyarakat saat ini cenderung aktif di sosial media, dimana perang dalam berpenampilan mejadi aspek yang paling utama dalam mendukung hal tersebut. Dengan kata lain bahwa usaha *Clothingan* saat ini merupakan salah satu usaha yang memiliki peluang sangat menjajikan. Di purbalingga usaha *Clothingan* saat ini banyak di gandrungi oleh para pelaku usaha, dalam UMKM *Clothing* sendiri para pelaku menjual beberapa kebutuhan seperti pakaian, celana dan tas dll. Para pelaku UMKM *Clothing* berlomba-lomba dalam menentukan merek, dimana dalam usaha *Clothing* merek sangat dibutuhkan sekali guna untuk mengenali atau memperkenalkan barang yang mereka jual, tetapi masih banyak sekali pelaku UMKM khususnya dalam bidang *Clothing* di daerah Purbalingga mengabaikan pendaftaran merek, para kalangan UMKM *Clothing* di purbalingga mereka hanya sekedar menjual dan membuat merek brand sendiri tetapi mereka tidak peduli dengan permasalahan merek dengan masih banyak yang menganggap remeh pendaftaran merek.

Mereka menganggap bahwasanya dengan tidak mendaftarkan mereknya akan baik-baik saja dan tidak terlalu penting padahal efeknya sangat mempengaruhi produk dagangannya sendiri. Memang karena pelaku UMKM ini dari segi penjualannya sudah melalui platform media sosial dan sudah tidak hanya di Purbalingga saja tetapi sudah di luar Purbalingga. Tetapi sampai saat ini belum mendaftarkan mereknya dikarenakan ketidaktahuannya dengan tata cara pendaftaran merek dan mengabaikan begitu saja tentang pendaftaran merek karena menganggap tidak mendaftarkan mereknya akan baik baik saja, selain itu juga menganggap bahwa untuk mendaftarkan merek akan merogoh kocek yang sangat besar. Dengan adanya kasus tersebut sangat memprihatinkan karena banyak sekali pelaku - pelaku UMKM yang tidak mepedulikan tentang pendaftaran merek yang efeknya sangat merugikan bila tidak mendaftarkan mereknya karena semakin berkembangnya zaman serta teknologi semakin mudahnya para pelaku usaha lain yang ingin hasil instan dengan cara melakukan plagiasi merek orang lain. Dari Sekdin UMKM juga membenarkan bahwasanya masih banyak UMKM *Clothing* yang di purbalingga masih banyak yang belum mendaftarkan mereknya.

Di Purbalingga sendiri sudah di gencarkan dengan sistem perlindungan merek dengan desiminasi Hak Kekayaan Intelektual. Bahwa pelaku usaha UMKM harus segera mendaftarkan merek nya agar mendapatkan perlindungan merek supaya merek mereka tidak digunakan oleh pihak lain. Maka dengan ini penulis selaku penulis akan melakukan Penelitian membahas tentang Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Upaya Perlindungan Hak Merek Terhadap UMKM *Clothing* di Kabupaten Purbalingga. Penulis mengambil penelitian ini karena masih banyak pelaku UMKM *Clothing* di Kabupaten Purbalingga yang masih belum mendaftarkan mereknya.⁴

⁴ Rini Astuti and Iis Saidah, "Strategi Promosi Produk Fashion Pada Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM di Kota Bandung", *Jurnal Texture*, Vol 1, No 1 (2020), hlm 79.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana urgensi dari pendaftaran merek sebagai upaya perlindungan hak merek terhadap UMKM *Clothing* di Kabupaten Purbalingga ?
2. Apa kendala yang menyebabkan pengusaha atau pelaku UMKM *Clothing* di Kabupaten Purbalingga tidak mendaftarkan mereknya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian karya ilmiah ini adalah

1. Untuk mendeskripsikan, menganalisis dan mengetahui urgensi pendaftaran merek sebagai upaya perlindungan hak merek terhadap *Clothing* di Kabupaten Purbalingga
2. Untuk menganalisis faktor kendala yang menyebabkan pelaku UMKM *Clothing* di Purbalingga tidak mendaftarkan mereknya.

D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan yang hendak di capai , maka penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi atau sumbangsih bagi ilmu pengetahuan dan semua para pihak yang terlibat khususnya dalam pendaftaran merek dan perlindungan hak merek dan membantu juga akademisi serta mahasiswa untuk penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sebuah acuan atau pertimbangan dari para pelaku UMKM baik dibidang *Clothing* maupun dibidang lainnya , tentang

bagaimana pentingnya pendaftaran merek untuk sebuah produk yang ingin dipasarkan agar tidak terjadinya hal yang tidak di inginkan.