

# BAB I

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin bergerak ke arah *e-commerce* di masa pandemi *Covid-19*. Pandemi *Covid-19* telah memungkinkan pola perilaku dan kehidupan manusia untuk berkomunikasi secara virtual di hampir setiap negara, termasuk Indonesia, dengan hampir semua aktivitas didukung oleh ponsel. Pemerintah Indonesia secara aktif mendorong bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Dalam situasi ini, UMKM (Unit Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat yang ingin memulai bisnis di industri tertentu dan tujuan utamanya adalah menciptakan produk yang memiliki nilai komersial dan diminati oleh masyarakat luas.<sup>1</sup> Pandemi *Covid-19* memaksa masyarakat untuk membatasi pergerakan di luar ruangan, mendorong inovasi di kalangan pelaku UMKM. Perubahan metode penjualan dari offline ke online merupakan salah satu inovasi dan berbagai platform online banyak digunakan sebagai tempat penjualan, dari media sosial hingga situs pasar. Perubahan tersebut tampaknya menjadi syarat bagi pelaku UMKM untuk tetap bertahan di masa pandemi *Covid-19*.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek Dagang dan Indikasi Geografis (UU MIG). Pasal 1(1) dari UU MIG menyatakan: membentuk. Campuran dari dua atau lebih hal berikut: bentuk tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh individu atau badan pengatur selama perdagangan barang atau jasa. Merek perusahaan sendiri dibagi lagi menjadi dua kategori: merek dagang dan merek layanan. Merek dagang adalah merek

---

<sup>1</sup> Desy Churul Aini, Rudi Natamihardja, Bayu Sujadmiko, "Edukasi Pendaftaran Merek Kepada Perangkat Desa Dan Pelaku Umkm Menuju Pemulihan Ekonomi Pasca Covid – 19 Di Desa Sawojajar Kabupaten Lampung Utara", *Jurnal Hukum*, [Vol 2, No. 2\(2021\)](#), hal 96.

khusus untuk penggunaan produk atau komoditas yang diperdagangkan oleh seseorang atau entitas, dan merek layanan adalah merek khusus untuk perusahaan yang menawarkan layanan yang dibuka oleh orang atau entitas.

Memiliki merek merupakan peluang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di dunia bisnis, dan menggunakan merek adalah kekuatan pendorong di balik kesuksesan pasar suatu produk. Hal ini dikarenakan merek dagang merupakan identitas bisnis yang membedakan barang yang dibuat oleh satu pihak dengan barang yang dibuat oleh pihak lain. Maka dari itu para pelaku usaha UMKM wajib mendaftarkan merek dagang mereka. Salah satu alasannya karena pendaftaran merek memberi perlindungan hukum bagi pelaku usaha agar merek dagangnya tidak digunakan pihak lain, sehingga dapat mengantisipasi terjadinya persengketaan merek di masa depan. Selain itu, pendaftaran merek juga memberi kepercayaan lebih oleh konsumen terhadap produk yang dijual.<sup>2</sup> Sebuah merek yang dibuat dengan komposisi gambar, logo, dan warna yang unik dapat menarik calon konsumen untuk membeli.

Sejak tahun 2017, pemerintah Indonesia sudah mengadopsi protocol Madrid sebagai salah satu alternatif pendaftaran merek, hal ini dilakukan oleh pemerintah Indonesia agar mempermudah pendaftaran merek dan mendapatkan perlindungan hukum yang diakui secara global di setiap Negara anggota yang menggunakan *Madrid Protocol*. Sistem *Madrid Protocol* itu sendiri adalah sebuah opsi yang dapat memberikan akses brand local masuk ke pasar global dengan cara registrasi yang lebih mudah dibanding lainnya, yang memerlukan konsultan di negara tertentu. Melalui *system protocol madrid* dapat menguntungkan para Pelaku UMKM terutama kecil dan menengah dalam mengamankan merek dagang mereka dan juga mendapatkan konsultasi serta

---

<sup>2</sup> Mochammad Januar Rizki, 2020, "Wajib Tahu! Ini Pentingnya Pendaftaran Merek bagi UKM dan Startup", <https://www.hukumonline.com/berita/a/wajib-tahu-ini-pentingnya-pendaftaran-merek-bagi-ukm-dan-startup-lt5fbe07a824547?page=1>, (1 Agustus 2022, pukul 09.30 WIB).

perlindungan resmi dari Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI). Pendaftaran merek melalui online atau disebut *Electronic filing (E-filing)* dapat mempermudah para pelaku UMKM dalam pendaftaran merek dagangnya dan relative lebih murah dalam biaya dibanding cara konvensional. Keunggulan aplikasi online ini dapat memungkinkan para pendaftar melakukan pendaftaran merek secara real time tanpa harus datang langsung ke loket. Dengan adanya pendaftaran online menjadikan pendaftaran merek lebih praktis, hemat waktu, lebih efisien dan juga dapat mengurangi adanya pungutan liar atau pungli.

Namun kurangnya kesadaran dan sosialisasi tentang pentingnya pendaftaran merek menjadi permasalahan yang penting bagi pemerintah Indonesia.<sup>3</sup> permasalahan ini menjadi tantangan bagi pemerintah Indonesia agar para pelaku UMKM terutama kecil dan menengah agar dapat meningkatkan kesadaran betapa pentingnya pendaftaran merek. Pemerintah Indonesia sudah melakukan upaya agar mempermudah para pelaku UMKM terutama kecil dan menengah untuk mendaftarkan merek dagangnya dengan membuat aplikasi *E-Filing*. Dikarenakan kurangnya pemahaman tentang betapa pentingnya pendaftaran merek inilah yang menjadi permasalahan mengapa pendaftaran merek melalui online bisa dibilang sedikit dari jumlah UMKM yang diketahui.

Risiko tidak mendaftarkan merek dapat menarik pihak UMKM ke dalam sengketa. Berbagai sengketa penggunaan merek antara perusahaan domestik dan asing telah banyak dipublikasikan. Contoh kontroversialnya seperti Ayam Geprek Benu, GoTo, dan Gudang Baru. Sengketa semacam itu sangat mungkin muncul di tingkat UMKM mengingat perkembangan dunia usaha saat ini yang begitu pesat, harus mendaftarkan perlindungan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia. Merek dagang terdaftar adalah hak eksklusif yang tidak dapat digunakan

---

<sup>3</sup> Fairuz jasmine, “Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) (Studi Putusan Nomor 646 K/Pst.Sus-HKI/2021)”, *Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 2 No. 3(2021), hal 65.

oleh pihak ketiga tanpa izin yang dibatasi secara hukum dari pemilik yang sah Menurut Undang- Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Nomor Merek Dagang dan Indikasi Geografis. Merek yang telah didaftarkan perlindungannya sebagai bukti asli pemiliknya sebagai dasar untuk menolak merek yang sama yang akan dimohonkan pendaftarannya oleh pihak lain seluruhnya atau pada pokoknya untuk barang/jasa yang sejenis, dan sebagai dasar untuk mencegah pihak lain pihak untuk menggunakannya. Merek yang seluruhnya atau pada prinsipnya sama untuk barang/jasa sejenis yang beredar. Suatu merek terdaftar mempunyai jangka waktu 10 tahun sejak tanggal diterimanya permohonan merek yang bersangkutan dan jangka waktu perlindungannya dapat diperpanjang.

Menurut data Direktorat Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia tahun 2021, jumlah hak atas kekayaan intelektual khususnya merek adalah 724.328.<sup>4</sup> Jumlah ini bahkan bisa lebih tinggi mengingat populasi UMKM Indonesia yang terus bertambah. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 65.465.497 dan akan terus bertambah.<sup>5</sup> Dari data diatas bisa diuraikan bahwa pendaftaran merek oleh para pelaku usaha UMKM terutama yang menengah kebawah sangat minim karna kurangnya sosialisasi tentang pentingnya pendaftaran Merek maka dari itu Pejabat UMKM harus mulai mempertimbangkan pentingnya mendaftarkan merek tersebut sesegera mungkin sebagai tindakan pencegahan untuk menghindari segala bentuk perilaku yang merugikan di Indonesia. Dengan mendaftarkan merek, para pihak UMKM memperoleh posisi negosiasi strategis secara nasional dan internasional. Selain itu, prinsip waralaba semakin membuka peluang pengembangan usaha karena sudah legal.

## **Rumusan Masalah**

---

<sup>4</sup>Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual, 2021, *Laporan Tahunan 2021*, <https://www.dgip.go.id/unduh/laporan-tahunan?tahun=2021>, (5 Juli 2023, pukul 10.25 WIB).

<sup>5</sup> M Ivan Mahdi, 2022, *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia*, <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>, (7 Agustus 2022, pukul 15.00 WIB).

1. Urgensi dalam pendaftaran merek UMKM berbasis online (*e-filling*) ?
2. Apa saja kendala dalam pendaftaran merek UMKM berbasis online (*e-filing*)?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengeksplorasi pendaftaran Merek berbasis *online (e-filing)* berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

1. Untuk mengetahui bagaimana urgensi pendafataram merek terhadap pemilik Merek yang belum terdaftar menurut hukum yang berlaku di indonesia
2. Untuk mengetahui apa saja kendala dalam pendaftaran Merek berbasis *online (e-filing)*

### **Manfaat Penelitian**

Dari tujuan yang hendak dicapai, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan bantuan bagi ilmu pengetahuan hukum dan pemahaman bagi para pihak yang terlibat dalam pendaftaran Merek dan Kepemilikan Merek, sehingga di harapkan dapat melengkapi dan mengembangkan ilmu hukum khususnya di bidang hukum bisnis sehingga dapat meningkatkan pengertian bagi pelaku usaha UMKM yang belum mendaftarkan mereknya agar tidak digunakan secara illegal oleh pihak lain.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan pemahaman kepada masyarakat terutama para pelaku UMKM seberapa pentingnya merek jika terdaftar dan memberikan manfaat pengetahuan tentang Merek di era Digitilasasi ini.