

PEMANFAATAN PENDAFTARAN MEREK BAGI KALANGAN INDUSTRI UKM PRODUK MAKANAN OLAHAN DI KOTA PALEMBANG

Sri Handayani

(FH UNSRI: email: handayanisri779@yahoo.co.id)

Mardiana

(FH UNSRI: email: mardiana_rachman@yahoo.com)

ABSTRACT

Identity or brand is one of intellectual property that hold important roles for continue and growth of a goods and services producer. This is because a brand is what we use to differentiate one product to another. There is all kind of brand falsification with lower quality compared to the actual product to gain instant result which cost small and medium size industries who produce the original product. Based on that fact there is a need for rules to protect the rights to brand owner especially those small to medium size processed food producer Undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001. Law protection for brand not only made to benefit producers but also set out to protect the consumers. Therefore protection for brands must be set firmly to protect consumers from falsification of goods and services which use brand name illegally. Equally important, with law protection for brand there are possibilities to explore outside market (export). By protecting small to medium size brands with Undang-undang Nomor 15 tahun 2001, could improve employee motivation and positively impact them to increase their competitiveness in order to gain more income. Harnessing the right to use their intellectual property for processed food business owner is something we need to improve upon so they could introduce their best products to global market. Harnessing the right to use their intellectual property for small to medium size business, especially the brand registration act for small to medium size processed food business have not going smoothly. And it shown by ammount of businesses who have not yet register their brand and understand the importance of registering their brand.

Keyword; *The utilization of intellectual property rights, small to medium industries, brand registration.*

1. PENDAHULUAN

Secara normatif, HKI adalah “*product of mind*” atau oleh *World Intellectual Property Organization* atau WIPO disebut “*creation of the mind*”²⁴¹ yang berarti suatu karya manusia yang lahir dengan curahan tenaga, karsa, cipta, waktu dan biaya. Segala jerih payah itu menjadi kontribusi yang memiliki nilai ekonomi. Oleh karena itu, setiap karya intelektual patut diakui, dihargai dan dilindungi baik secara moral dan etika maupun secara hukum.

²⁴¹ Mboi E. Misati, “The WIPO Development Agenda: Maximising On The Patent System”, *kipi.go*, [www.kipi.go.ke/patents/WIPO-DA Articles 040209.pdf](http://www.kipi.go.ke/patents/WIPO-DA%20Articles%20040209.pdf), diakses tanggal 2 Pebruari 2016; Mapani Ch

Dari segi pranata, HKI dibangun sebagai instrumen hukum yang berbasis pengakuan, penghargaan, dan perlindungan terhadap hak atas kreasi intelektual yang diberikan sebagaimana lazimnya hak milik yang mempunyai nilai ekonomi dan sekaligus menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi.²⁴²

Hak kekayaan intelektual secara garis besar dibagi dua bagian: hak cipta dan hak perindustrian.

Merek adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.²⁴³

Arus globalisasi yang terus berkembang sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan informasi dan teknologi mendorong masyarakat semakin selektif dalam memilih produk barang yang digunakan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia sebagai makhluk yang memiliki kebutuhan menginginkan kualitas dan kepuasan yang terjamin sebagai konsumen pengguna produk barang yang dihasilkan dan ditawarkan oleh produsen. Semakin baik kualitas barang yang dihasilkan, produsen akan semakin mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Produk barang ataupun jasa yang berkualitas biasanya mempunyai merek atau nama yang terkenal karena telah dipercaya oleh masyarakat bahkan digunakan selama bertahun-tahun.

Pada awalnya, merek hanyalah tanda agar konsumen dapat membedakan produk barang/jasa satu dengan yang lainnya. Dengan merek konsumen lebih mudah mengingat sesuatu yang dibutuhkan, dan dengan cepat dapat menentukan apa yang akan dibelinya. Dalam perkembangan, peran merek berubah. Merek bukan merupakan sebuah tanda, melainkan gaya hidup masyarakat. Mengapa demikian, karena semakin terkenalnya suatu merek yang di pakai suatu masyarakat, tentu dapat menjadi bukti bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang baik dan juga dengan semakin terkenalnya merek tersebut secara otomatis harga barang yang menggunakan merek tersebut tentulah tidak murah dan dengan semakin mahalnnya barang tersebut maka dapat dipastikan hanya kalangan tertentu saja yang dapat memiliki barang tersebut, inilah bukti bahwa merek sudah menjadi suatu gaya hidup dan menjadi persaingan di dalam masyarakat.

Pemanfaatan hak kekayaan intelektual khususnya merek dalam kegiatan industri kecil dan menengah belum maksimal. Hal ini dipengaruhi banyak faktor. Padahal dalam kegiatan usaha penggunaan merek dagang ini sangat penting untuk memberikan daya pembeda dalam produk mereka.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek, merek mendapat perlindungan apabila didaftarkan. Pendaftaran atas merek berguna sebagai alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek juga berguna sebagai alat bukti yang sah atas merek terdaftar. Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis, dan sebagai dasar mencegah orang lain memakai merek yang sama pada pokoknya atau secara keseluruhan dalam peredaran barang atau jasa.

Sistem yang dianut dalam Undang-undang nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yaitu *sistem konstitutif*, yaitu bahwa hak atas merek timbul karena pendaftaran. Hal ini tercantum dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang berbunyi sebagai berikut: "*Hak atas*

²⁴² Tim Lindsey dan Eddy Damian, *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, Bandung, PT. Alumni, 2006, hlm.79.

²⁴³ Pasal 1 butir 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya."²⁴⁴

Pendaftaran merek merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan Pemegang merek mendapat perlindungan hukum, karena dalam sistem pendaftaran secara konstitutif pendaftarlah yang menciptakan hak atas merek, siapa yang pertama mendaftarkan dialah yang berhak atas merek dan dialah yang secara eksklusif dapat memaki merek tersebut.²⁴⁵

Pemegang merek baru akan diakui atas kepemilikan mereknya jika merek itu didaftarkan. Hal ini sesuai dengan prinsip yang dianut dalam Undang-undang Merek Indonesia, yaitu *first to file principle*. Berdasarkan pada prinsip ini, maka pelaku usaha yang ingin memiliki hak atas merek harus melakukan pendaftaran merek yang bersangkutan.²⁴⁶

Berdasarkan Pasal 4 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, pendaftaran suatu merek haruslah dengan atas dasar permohonan yang diajukan Pemohon yang beritikad baik, maksud dari Pemohon yang beritikad baik adalah Pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketenaran merek pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat menimbulkan persaingan curang dan menyesatkan konsumen.²⁴⁷

Pendaftaran merek bukanlah suatu keharusan atau kewajiban akan tetapi pendaftaran merupakan suatu keuntungan bagi yang bersangkutan²⁴⁸, karena dengan mendaftarkan mereknya ini, ia dapat memperoleh suatu surat pendaftaran merek. Dan surat pendaftaran yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual ini merupakan bukti resmi kepemilikan merek tersebut sehingga apabila terjadi sengketa atau perkara terhadap merek tersebut dapat dibuktikan dengan menunjukan atau mengajukan surat atau lisensi pendaftaran mereknya, sebaliknya seorang pemilik merek tidak mendaftarkan mereknya harus menyediakan bukti-bukti tentang pemakaian mereknya ini dengan berbagai surat-surat ataupun kesaksian lain yang tidak mudah untuk dikumpulkan.

Keuntungan lain dari pada pendaftaran merek ialah bahwa dapat dicegahnya orang lain akan memakai merek-merek yang sama atau mirip dengan barang-barang sejenis dengan merek yang telah didaftarkan.²⁴⁹

Namun didalam proses pendaftaran merek ini sering terjadi banyak hambatan dalam prakteknya walaupun dalam isi Peraturan yang ada sudah jelas mengaturnya.²⁵⁰ Hambatan ini dirasakan oleh pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan di Kota Palembang.

Hal ini dapat terlihat dari data awal yang Penulis dari Departemen Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Palembang diperoleh informasi ada 72 pengusaha pempek yang terdata sebagai industri kecil makanan olahan khas Palembang, sedangkan pengusaha pempek yang telah melakukan

²⁴⁴ Pasal 3 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek, Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 110 Tahun 2001.

²⁴⁵ Sudargo Gautama, *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia*, PT Citra Aditya bakti, Bandung, 1997, hlm.15

²⁴⁶ Budi Agus Riswandi, M. Syamsudin, *Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, PT Raja Grafindo, Jakarta, hlm 82

²⁴⁷ Ermansyah Djaja, *Hak Kekayaan Intelektual*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm 195.

²⁴⁸ Sudargo Gautama, *Op Cit*, hlm. 20

²⁴⁹ *Ibid*, hlm 21

²⁵⁰ Sudargo Gautama, *Op Cit*, hlm. 23

permohonan pendaftaran hanya 12 merek pempek.²⁵¹ Jumlah tersebut terbilang sedikit jika dibandingkan dengan jumlah seluruh toko pempek yang ada di Palembang yang diperkirakan berjumlah 486 pengusaha pempek. Ini membuktikan bahwa sebagian besar pelaku usaha tidak mendaftarkan merek dagangnya.

Pelaku usaha industri kecil dan menengah merupakan wujud kehidupan ekonomi sebagian besar rakyat Indonesia. Keberadaan pelaku usaha ini tidak dapat dipisahkan dari pertumbuhan perekonomian secara nasional. Pelaku usaha industri kecil dan menengah merupakan salah satu kekuatan pendorong dalam pembangunan ekonomi. Gerak sektor pelaku usaha industri kecil dan menengah amat vital dalam menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan.

Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Palembang sampai 2013 mencapai 4,02 persen atau sebanyak 31.344 unit yang bergerak dibidang perdagangan, industri pengolahan dan jasa serta sektor lainnya. Dari 31.344 unit usaha tersebut mayoritas merupakan usaha mikro dan kecil 26.653 unit sedangkan klasifikasi menengah 4.691 unit.²⁵²

Salah satu langkah strategis yang harus ditempuh oleh pelaku usaha yang bergerak dalam industri kecil dan menengah tersebut diletakan pada kemampuan pelaku usaha industri kecil dan menengah dalam membangun *brand name* yang terkenal, maka pemahaman terhadap adanya hukum merek mutlak adanya.²⁵³

Pemahaman dan pemanfaatan hak kekayaan intelektual dalam pendaftaran merek dagang khususnya dikalangan pelaku usaha industri kecil dan menengah inilah yang harus mendapat perhatian khusus agar produk-produk mereka dapat bersaing di pasar.

Peran Pemerintah sangatlah dibutuhkan untuk melindungi dan mengembangkan sektor industri kecil dan menengah ditengah-tengah persaingan yang ketat. Sehingga tanpa perlindungan negara, industri apapun yang dibangun di tengah-tengan persaingan yang ketat, dan pertumbuhan ekonomi yang rendah pasti akan runtuh.

Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan dalam wujud pertanyaan hukum, sebagai berikut;

1. Bagaimana pemanfaatan pendaftaran merek produk makanan olahan bagi kalangan industri UKM di Kota Palembang?
2. Apakah hambatan dalam pemanfaatan pendaftaran merek produk makanan olahan bagi kalangan industri UKM di Kota Palembang?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi hambatan dalam pemanfaatan pendaftaran merek produk makanan olahan bagi kalangan industri UKM di Kota Palembang?

²⁵¹ Sumber Departemen Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Palembang

²⁵² Nila Ertina, Pertumbuhan UKM Palembang capai 4,02 persen, www.antarasemsel.com/berita/285989/ diakses 1 Pebruari 2016.

²⁵³ Budi Agus Riswandi dan siti Sumartiah, *Masalah-masalah HAKI Kontemporer*, PT Gita Nagari: Yogyakarta, 2006, hlm 77-78

2. KAJIAN TEORITIK

a. Hak Kekayaan Intelektual dalam Perspektif Teori Pengakuan dan Perlindungan

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang merupakan hak yang berasal dari hasil kemampuan intelektual manusia, sehingga perlu mendapat perlindungan hukum yang memadai. **Brad Sherman** dan **Lionel Bently** menjelaskan bahwa Tuhan telah menyediakan awal untuk melakukan proses kreativitas dan kemudian kontribusi yang diberikan oleh pencipta, pendesain, dan penemu yang diekspresikan dalam berbagai bentuk tersebut harus dilindungi oleh hukum. Dengan kata lain, yang dilindungi oleh hukum adalah unsur kreatif manusia yang diwujudkan dalam produk yang dihasilkan.²⁵⁴ Secara teoritik, pemikiran hukum Brad Sherman dan Lionel Bently memahami kreativitas manusia sebagai anugerah Tuhan dan mengarahkan masyarakat beradab untuk mengakui pihak yang menciptakan, mendesain, dan menemukan boleh menguasai hasil kreativitasnya untuk tujuan yang menguntungkan.

Dasar pemikiran diberikannya perlindungan hukum terhadap ciptaan individu dilandasi oleh aliran alam, yang menekankan pada faktor manusia dan penggunaan akal yang dikenal dalam sistem hukum sipil yang merupakan sistem hukum yang digunakan di Indonesia. Menurut hukum sipil, manusia mempunyai hak milik intelektual yang alamiah yang merupakan produk olah pikir manusia. Dengan demikian, manusia mempunyai hak yang sifatnya alamiah atas produk yang materil dan immaterial yang berasal dari karya intelektualnya dan harus diakui kepemilikannya.²⁵⁵

Ada beberapa teori yang mendasari perlunya suatu bentuk dan mekanisme perlindungan hukum bagi hak kekayaan intelektual, termasuk hak merek. **Robert M. Sherwood** mengemukakan adanya Teori Penghargaan (*Reward Theory*) yang menjelaskan bahwa pengakuan terhadap karya intelektual yang telah dihasilkan oleh seseorang, sehingga kepada penemu/pencipta/pendesain harus diberikan penghargaan sebagai imbalan atas upaya-upaya kreatifnya dalam menemukan/menciptakan/mendesain karya-karya intelektual tersebut.²⁵⁶ Teori penghargaan sejalan dengan prinsip yang menyatakan hukum penemu/menciptakan/pendesain yang telah mengeluarkan waktu, biaya serta tenaga dalam menghasilkan karya intelektualnya harus memperoleh kembali apa yang telah dikeluarkannya tersebut, yang dikenal dengan Teori Perbaikan (*Recovery Theory*).²⁵⁷ Teori lain yang sejalan dengan Teori Perbaikan adalah Teori Insentif (*Incentive Theory*) yang mengkaitkan pengembangan kreativitas dengan memberikan insentif bagi para penemu/pencipta/pendesain dan pemegang merek tersebut. Berdasarkan teori ini insentif diberikan untuk mengupayakan terpacunya kegiatan-kegiatan penelitian yang berguna.²⁵⁸

Menurut **Ranti Fauza Mayana**, teori-teori tentang perlindungan hukum hak kekayaan intelektual sebagaimana diuraikan oleh Robert M. Sherwood tersebut diatas, perlu disempurnakan. Atas dasar itu, Ranti Fauza Mayana mengembangkan Teori Kepentingan Makro, dengan memasukan kepentingan makro sebagai upaya untuk menumbuhkan kreativitas masyarakat, sehingga penghargaan tidak dianggap

²⁵⁴ Brad Sherman and Lionel Bently, 1999, *The Making of Modern Intellectual Property Law*, Cambridge University Press, New York, USA, p.46-47

²⁵⁵ Eddy Damain, 1999, *Hukum Hak Cipta Menurut Beberapa Konvensi Internasional, Undang-undang Hak Cipta 1997 dan Perlindungannya terhadap Buku serta Perjanjian Penerbitannya*, Alumni, Bandung, hlm.17.

²⁵⁶ Robert M. Sherwood, 1990, *Intellectual Property and Economic Development: westview Special Studies in Science Technology and Public Policy*, Wetview Press Inc. San Fransisco, p. 11-13.

²⁵⁷ *Ibid*

²⁵⁸ *Ibid*

sebagai satu-satunya upaya memberikan keuntungan untuk individu penemu/pencipta/pendesain, tetapi lebih luas cakupan implikasinya, yaitu untuk menciptakan kreativitas secara nasional. Dengan demikian, pemberian penghargaan tersebut akan menjadi sumbangan bagi negara dalam pembangunan ekonominya.²⁵⁹

Robert M. Sherwood mengemukakan pula adanya teori *keempat*, yang disebut Teori Resiko (*Risk Theory*). Teori ini mengakui bahwa kekayaan intelektual adalah suatu hasil karya yang mengandung resiko, hak kekayaan intelektual yang merupakan hasil dari suatu penelitian mengandung risiko yang dapat memungkinkan orang lain yang terlebih dahulu menemukan cara tersebut atau memperbaikinya, sehingga dengan demikian adalah wajar untuk memberikan suatu bentuk perlindungan hukum terhadap upaya atau kegiatan yang mengandung risiko tersebut.²⁶⁰

b. Hak Kekayaan Intelektual dalam Perspektif Teori Pemanfaatan

Hak kekayaan pribadi, menurut **Carolyn Hotchkiss**, telah menjadi faktor kunci dalam pertumbuhan kapitalisme dan ekonomi pasar bebas. Sejarah mereka dari masyarakat kuno menunjukkan bahwa orang-orang mengakui “hak” untuk menguasai tanah dan barang, dan dihormati oleh Pemerintah untuk melindungi kepentingan mereka dalam kekayaan. Seiring dengan perubahan teknologi, konsep kekayaan mendapat dampaknya. Sekarang, sistem hukum meletakkan kekayaan ke dalam tiga kategori, yaitu: *pertama*, sebagian besar masyarakat mengakui kepemilikan pribadi dalam kekayaan pribadi, yang dikenal dengan *intangible things*, *kedua*, kekayaan dalam pengertian rill, seperti tanah dan bangunan, dan ketiga, kekayaan yang diketahui sebagai kekayaan intelektual. Semua negara mengakui hak kekayaan dalam bentuk produk ide, seperti dalam bentuk hak cipta, paten, merek, dan rahasia dagang.²⁶¹

Menurut **Keith E. Maskus**, HKI itu adalah hak, dan sebagai hak dia merupakan harta atau asset berupa benda yang tidak berwujud (*intangible assets*), yang sampai pada titik tertentu berkedudukan sama dengan “*property*” yang berwujud. Namun, perbedaannya adalah pada aspek eksklusifitasnya, karena eksklusifitaslah yang menimbulkan hak dan hak itu tidak lain adalah kompensasi atas semua upaya yang telah dikeluarkan atau dikorbankan oleh pemilik karya intelektual tersebut. Pengeluaran mencakup biaya, waktu, dan pengorbanan.²⁶²

Steven L Carter menegaskan adanya dua perasaan (*senses*) tentang property, yaitu *pertama*, teoritis hukum merujuk property dalam kaitan dengan perangkat hubungan hukum yang relevan, *kedua*, property dalam bahasa sehari-hari yang mengkaitkannya dengan konsep benda atau “*res*” yang berkonotasi pada pemilik.²⁶³

Merujuk kepada pemikiran hukum teoritik Keith E. Markus dan Steven L. Carter diatas, **Achmad Zen Umar Purba** menyimpulkan bahwa HKI baru ada secara hukum jika telah ada pengayoman,

²⁵⁹ Ranti Fauza Mayana, 2004, *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam era Perdagangan Bebas*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, hlm.45.

²⁶⁰ Robert M. Sherwood, *Loc Cit*

²⁶¹ Carolya Hotchkiss, *International law for Business New York*, McGraw-Hill Inc. 2004, p.304.

²⁶² Keith E. Markus, 2000, *Intellectual property Right in The Global Economy*, Institute for International Economic, Washington, D.C., p.146

²⁶³ Steven L. Carter, “Does It Matter Whether Intellectual Property is Property?”, Kant College of Law, 1993, dalam Anthony D’Amato and E. Estelle Long (eds), 1997, *International Intellectual Property Law*, Kluwer Law International, London, p.28.

penaungan, atau perlindungan hukum dari negara atau *otoritas public* terhadap suatu karya intelektual. Melalui mekanisme pengurusan dokumendasi diberikan hak kepada pemohon HKI, termasuk inventor, pendesain, serta pemilik merek. Di sini terdapat 3 (tiga) unsur utama, yaitu: 1) hak eksklusif; 2) negara; dan 3) jangka waktu tertentu.²⁶⁴

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menurut Keith E. Markus, adalah hak milik bagi pemilik karya intelektual yang sifatnya individual, perorangan, dan privat. Namun, masyarakatlah yang mendapat kemaslahatannya melalui mekanisme pasar. Karya intelektual yang telah mendapat atau telah dikemas dengan hak eksklusif yang oleh sebab itu merupakan "*property*" pemiliknya menciptakan pasar (permintaan dan penawaran). Hal ini timbul karena pelaksanaan sistem HKI memenuhi kebutuhan masyarakat banyak. Itulah sebabnya dalam HKI dipersyaratkan adanya unsur penerapan industri (*industrial applicability*), yang merupakan pendorong bagi pertumbuhan ekonomi.²⁶⁵

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum empiris yaitu penelitian yang menggunakan studi kasus hukum empiris berupa perilaku hukum masyarakat.²⁶⁶ Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*) sebagai gejala sosial yang bersifat tidak tertulis, yang dialami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat.²⁶⁷ Sumber data penelitian hukum empiris tidak bertolak pada hukum positif tertulis saja, melainkan hasil observasi di lokasi penelitian.²⁶⁸

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan statuta (*statute approach*) dan pendekatan sosiologi hukum (*sociolegal approach*).

Jenis data dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang diperlukan untuk mengetahui pemanfaatan hak kekayaan intelektual khususnya pendaftaran merek bagi kalangan industri usaha kecil dan menengah terhadap produk makanan olahan di Kota Palembang, yaitu:

- a. Data Primer, merupakan data yang diperoleh langsung melalui wawancara dan survey di lapangan yang berkaitan dengan perilaku masyarakat.²⁶⁹ Penelitian ini mengambil data primer langsung dari pelaku UKM di 16 kecamatan di Kota Palembang, Kanwil Depkum HAM Sumsel, Dinas Koperasi dan UKM.
- b. Data sekunder, yaitu data penelitian pustaka dan pada umumnya dalam studi dokumen, yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

Analisis data ini menggunakan data primer yaitu dengan melakukan wawancara, dan data sekunder yaitu menggunakan literatur bahan hukum. Data yang diperoleh dari sumber hukum yang dikumpulkan, diklasifikasikan baru kemudian dianalisis secara kualitatif, artinya dengan menguraikan data secara sistematis dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, dan logis secara efektif, sehingga mempermudah

²⁶⁴ Achmad Zen Umar Purba, 2005, *Hak Kekayaan Intelektual Pasca TRIP's*, PT. Alumni, Bandung, hlm.13

²⁶⁵ Keith E. Markus, *Op Cit*, p. 147

²⁶⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti: Bandung, 2004, hlm.40.

²⁶⁷ *Ibid*, hlm 54.

²⁶⁸ *Ibid*

²⁶⁹ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, PT Sinar Grafis: Jakarta, 2009, hlm. 23

interpretasi data dan pemahaman hasil analisis.²⁷⁰ Selanjutnya hasil analisis dari sumber bahan hukum tersebut dikonstruksikan berupa kesimpulan dengan menggunakan logika berfikir induktif, yakni penalaran yang berlaku khusus pada masalah tertentu dan konkret yang dihadapi. Oleh karena itu hal-hal yang dirumuskan secara khusus diterapkan kemudian di tarik kesimpulan secara umum, sehingga hasil analisis tersebut dapat menjawab permasalahan dalam penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pemanfaatan pendaftaran merek bagi kalangan industri UKM di Kota Palembang

Peran merek sangat penting sehingga diharapkan produk industri kecil dan menengah dapat bersaing secara kompetitif. Pemerintah telah memberlakukan undang-undang Merek Nomor 15 Tahun 2001.

Definisi merek secara umum tertuang di dalam Pasal 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata-kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.²⁷¹ Merek mempunyai peran yang begitu penting, khususnya lalu lintas perdagangan barang dan jasa. Peran merek disamping sebagai tanda yang dikenal konsumen juga dapat sebagai jaminan bagi kualitas barang/jasa yang menunjukkan asal barang.

Industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang sebagai makanan khas tradisional di Kota Palembang sangat terkenal. Hal tersebut dapat dilihat dari pantauan yaitu disetiap sudut kota terdapat toko pempek, kerupuk dan kemplang mulai dari merek biasa hingga merek terkenal. Namun yang menjadi persoalan disini adalah sudahkah merek produk makanan olahan tersebut didaftarkan mengingat pentingnya mendaftarkan merek dagang? Persoalan tersebut muncul karena apabila dilihat dari Pasal 7 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang menjelaskan secara rinci prosedur pendaftaran merek. Itu berarti walaupun tidak diwajibkan oleh Undang-undang untuk mendaftarkan merek, namun apabila tidak didaftarkan maka tidak akan mendapat perlindungan hukum.

Berikut adalah hasil pengumpulan data dengan menggunakan metode *Random Sampling*, yang ditujukan kepada pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk dan kemplang yang dipilih acak per Kecamatan berjumlah 10 (sepuluh) Pengusaha Pempek, kerupuk dan kemplang total keseluruhan responden dari 16 (enam belas) Kecamatan di Kota Palembang sebanyak 160 (seratus enam puluh) pengusaha pempek, kerupuk, kemplang.

²⁷⁰ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm.127

²⁷¹ Sudargo Gautama, *Op Cit*, hlm.78

Tabel1 Data Pengusaha Pempek, Kerupuk, Kemplang yang merek dagangnya terdaftar di Kota Palembang

No	Kecamatan	Terdaftar	Tidak Terdaftar
1	Kecamatan Bukit Kecil	1	9
2	Kecamatan Plaju	1	9
3	Kecamatan Kemuning	4	6
4	Kecamatan Sako	5	5
5	Kecamatan Ilir Timur I	3	7
6	Kecamatan Ilir Timur II	1	9
7	Kecamatan Sukarami	3	7
8	Kecamatan Kalidoni	1	9
9	Kecamatan Alang-alang Lebar	4	6
10	Kecamatan Ilir Barat I	2	8
11	Kecamatan Ilir Barat II	7	3
12	Kecamatan Kertapati	1	9
13	Kecamatan Seberang Ulu I	9	1
14	Kecamatan Seberang Ulu II	0	10
15	Kecamatan Sematang Borang	1	9
16	Kecamatan Gandus	0	10
	Total	43	117

Sumber: Pengolahan data yang diperoleh dari survei langsung ke lapangan pada 16 Kecamatan di Kota Palembang, tanggal 11 Juli 2016.

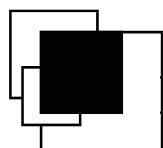
Berdasarkan data yang diperoleh dari 160 (seratus enam puluh) kalangan industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk, kemplang yang tersebar pada 16 (enam belas) Kecamatan hanya 43 (empat puluh tiga) pengusaha pempek, kerupuk, kemplang saja yang melakukan pendaftaran atas merek dagangnya, sedangkan sisanya yang berjumlah 117 (seratus tujuh belas) tidak melakukan pendaftaran. Kondisi banyaknya pelaku usaha industri produk makanan olahan tersebut yang tidak mendaftarkan merek dagang ke Kantor Pendaftaran dengan memberikan alasan yang sama, yaitu prosedur pendaftaran yang rumit dan biaya yang mahal, serta keengganan dari mereka sendiri yang memang tidak mau mendaftarkan merek dagangnya.

Ditambah dari hasil penelitian di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Palembang bahwa pengusaha produk makanan olahan tersebut yang telah mendaftarkan merek dagangnya sejak tahun 2001 hingga 2014 berjumlah 22 saja, yang terdapat dari tabel berikut:

Tabel 2 Daftar Merek Dagang Produk Makanan Olahan (Pempek, kerupuk, kemplang) yang terdaftar di Kantor Wilayah kementerian Hukum dan HAM Palembang

No	Merek Pempek, kerupuk, kemplang	Pemohon	No Sertifikat	Tahun
1	Candy	Sukartini (Jl. Kapt. A Rivai No. 107 Palembang)	IDM.000534093	2001
2	Nony 168	Heny Vironica (Komp. Sukarami Indah C.5 No.18 Palembang)	D.05.2004.0000	2004
3	Ratu Kriwil	Antonius Abasbudi Prayitno (Komp. Bukit Sukatani Blik B.6 Sako Palembang)	J.05.2008.00001	2008

4	Jimmy Devaten	Jimmy Firmansyah (Jl. Depaten lama Lr. Kelayu No. 222 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
5	Dapolonam	Muhamad Mardho Tilla (Jl.Pak Abdulrohim No. 831 Rt.018 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
6	Arifin Hasan,AS	Arifin Hasan,AS (Jl. St.M.Mansyur Komp. Bk. Permai B.3 Rt.017 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
7	Cek Kokom	Komariah (Jl. Sultan M. Mansyur B-3 Rt.017 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
8	Tya Arifin	Fitri Wulandari (Jl. Sultan M. Mansyur Rt.017 B-3 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
9	Dipo	Yultrisawari (Jl. H. Faqih Usman No. 2619 Rt.026 Plg)	Menunggu Sertikat	2014
10	Cek Awa	Hawa (Jl. Tembok Baru Lr. Sepakat No. 491 Rt.014 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
11	Rizky	Yanti Mala (Jl. KHM. Asyik Rt.029 kel.3-4 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
12	Asmi Astari	Asmi Astari(Jl. Kirangga Wirosantiko No. 273 Rt.011 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
13	Pitoyo	Waripin (Jl. Kebun Sayur No. 471 Rt.042 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
14	Cek As	Siti Azizah (Lr. Surya No. 1235 Rt.026 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
15	Ramadhan	Jumiarti Srianti (Jl. Kelapa Gading V No. 167 Rt.069 Kel. Talang Kelapa Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
16	Mang Pendi	Masnun Khotimah (Jl. KH. A. Azhari Lrg. Lestari No. 558 Rt.016 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
17	Cek Ida	Ida Nursanti (Komp. BK. Permai No. 5 Rt.017 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
18	Rumah Limas	Nyimas Asmah (Jl. RE. Martadinata Kalidoni No. 1174 A Plg)	Menunggu Sertifikat	2014



19	Dua Saudara	Nyimas Zainab (Jl. Kapuran Ki Kms Umar No. 175-14 Rt.010 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
20	Eni Thoyieb	Nys. Yulia Fatni (Jl. KHA Azhari Rt.016 Seberang Ulu Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
21	Kaka	Marlina (Lr. Siliwangi Rt.009 Kel. 5 Ulu Plg)	Menunggu Sertifikat	2014
22	Mang Jul 671	Mgs. Zulkarnain S (Jl. H. Faqih Usman No. 2360 Rt.044 Plg)	Menunggu Sertifikat	2014

Sumber: Pengolahan Data yang diperoleh oleh survei langsung ke Kantor Wilayah Hukum dan HAM Palembang

Terdapat perbedaan data yang yang diperoleh dari pelaku usaha pempek yang tersebar di 16 (enam belas) Kecamatan Kota Palembang dan dari data Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Palembang. Pada Tabel 1 diperoleh angka 43 (empat puluh tiga) merek dagang pempek, kerupuk dan kemplang yang terdaftar, sedangkan pada Tabel 2 hanya 22 (dua puluh dua) merek dagang pempek, kerupuk, dan kemplang yang terdaftar di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian di 16 (enam belas) Kecamatan pada toko pempek, kerupuk, kemplang sebagian besar mereka yang mengatakan telah didaftarkan adalah bukan ke Kantor Pendaftaran yaitu Kementerian Hukum dan HAM melainkan hanya melakukan permohonan untuk SIUP (*Surat Izin Usaha Perdagangan*) yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi di Kota Palembang. Hal ini membuktikan bahwa tidak adanya pemahaman dari masyarakat khususnya pelaku usaha industri produk makanan olahan tersebut mengenai pentingnya pendaftaran merek. Padahal di dalam konsep, HKI merupakan hak privat (*private rights*). Seseorang dapat dengan bebas untuk mengajukan permohonan atau mendaftarkan karya intelektualnya atau tidak. Hak eksklusif yang diberikan dari suatu Negara kepada individu adalah untuk mendapatkan perlindungan secara hukum.

Pertanyaan yang muncul adalah apakah merek pempek, kerupuk, kemplang yang dikenal lainnya tidak mendaftarkan diri? Menurut informasi yang diperoleh pada bagian Hak Kekayaan Intelektual di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Palembang, pemilik merek dagang tersebut dapat saja mengajukan permohonan pendaftaran langsung ke Kementerian Hukum dan HAM. Sehingga Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Palembang tidak memiliki data tentang merek dagang pempek, kerupuk, dan kemplang apa saja yang telah terdaftar atau belum. Misalnya saja merek pempek yang sudah terkenal Pak Raden yang tidak terdata di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Palembang, ternyata setelah dilakukan penelitian langsung di lapangan, mereknya telah terdaftar. Penelitian juga dilakukan di Departemen Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kota Palembang yang membenarkan adanya kemungkinan pelaku usaha pempek, kerupuk, kemplang dapat saja langsung mendaftarkan merek dagangnya ke Kantor Pusat yang terletak di Jakarta.

Persoalan apakah didaftarkan atau tidak merek dagang pempek sebenarnya tergantung dari usaha itu sendiri.²⁷² Pendaftaran merek dagang di Indonesia bukan merupakan suatu kewajiban, namun apabila

²⁷² Wawancara dengan Ibu Bulan Mahardika Subekti, Kepala Sub Bidang Pelayanan AHU dan KI, Kanwil Depkum HAM Sumsel.

mereka mendaftarkan mereknya ini pelaku usaha pempek, kerupuk, dan kemplang dapat memperoleh apa yang dinamakan Surat Pendaftaran Merek. Surat ini dapat dipakai sebagai bukti resmi bahwa ia telah memakai merek bersangkutan pada tanggal pendaftaran itu. Guna membuktikan dalam suatu perkara merek dagang bahwa merek itu telah dipakai, maka pemilik dari suatu merek yang terdaftar cukup mengajukan surat pendaftaran atas mereknya dan dengan demikian maka pengusaha pempek tersebut sudah membuktikan bahwa ia adalah pemakai pertama. Sebaliknya pemilik merek yang tidak mendaftarkan harus membuktikan pemakaian mereknya dengan bukti lain.²⁷³

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek merupakan tempat berlindungnya bagi merek yang telah didaftarkan. Fakta di lapangan adalah masih sangat banyak para pelaku usaha yang tidak mendaftarkan merek dagangnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa hal yang menjadikan pelaku usaha industri produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang di Kota Palembang tidak mendaftarkan mereknya, yaitu:

1. Tidak adanya pemahaman pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang di Kota Palembang tentang merek dan Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek

Pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang yang tidak mengetahui atau tidak memahami Undang-undang Merek mengakibatkan Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek tidak dapat berjalan secara efektif dan konsisten. Kurangnya pemahaman pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek terhadap Undang-undang Merek akan berimplikasi kepada realisasinya. Mengenai kurangnya pemahaman pelaku usaha pempek terhadap arti penting merek, memang disadari pelaku usaha pempek, kerupuk, dan kemplang kurang mengetahui keberadaan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, walaupun diantara dari beberapa pelaku usaha pempek ada yang mengetahui Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 ini, tetapi pemahamannya masih belum jelas. Hal tersebut dapat dibuktikan sebagai contoh dari seseorang yang ingin mendaftarkan merek dagangnya, yang sering kali meminta kepada Kantor Departemen Hukum dan HAM agar merek dagangnya bisa dipatenkan, di sini dapat terlihat dari cara berpikir pelaku usaha yang menyamakan pengertian antara Hak paten dengan hak merek.²⁷⁴ Selain itu juga masih terdapat pemikiran masyarakat khususnya pelaku usaha produk makanan yang mengatakan dengan berjualan saja tanpa mendaftarkan merek dagangnya juga sudah dapat menghasilkan uang. Oleh karena cara pola pikir seperti itu, menyebabkan pelaku usaha produk makanan olahan tersebut tidak ingin untuk mengurus masalah-masalah pendaftaran merek dagangnya, sebab hal itu akan menghabiskan waktu, tenaga dan biaya karena prosedur yang rumit dan biaya yang mahal.

Dalam pemahaman dan kesadaran hukum masyarakat khususnya responden, pelaku usaha produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang masih banyak yang kurang mengetahui dan memahami dengan jelas mengenai Hak kekayaan intelektual di bidang merek. Hal ini dapat

²⁷³ Sudargo Gautama, *Op Cit*, hlm.107

²⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Bulan Mahardika Subekti, Kepala Sub Bidang Pelayanan AHU dan KI, Kanwil Depkum HAM Sumsel, Tanggal 1 September 2016

dibuktikan melalui kuisioner yang ditujukan kepada pengusaha pempek di Kota Palembang dalam bentuk Tabel di bawah ini:

Tabel 3 Data Responden tentang Pemahaman mengenai Defini Merek

No	Pemahaman responden tentang definisi Merek	Jumlah	Presentase
1	Memahami	35	21,87%
2	Kurang Memahami	46	28,75%
3	Tidak Memahami	57	35,63%
4	Abstain	22	13,75%
	Jumlah	160	100%

Sumber: Pengolahan data yang diperoleh dari survei langsung ke lapangan pada 16 Kecamatan di Kota Palembang, tanggal 4 Juli 2016

Mengenai ketidaktahuan ataupun kurangnya pemahaman mengenai apa yang dimaksud dengan merek adalah karena ketidaktahuan dan kurangnya pemahaman dan pemanfaatan masyarakat khususnya pelaku usaha industri produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang di Kota Palembang tentang tujuan dari Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Tabel 4 Data Responden tentang Pemahaman terhadap Perlindungan Merek oleh Undang-undang

No	Pemahaman responden tentang Perlindungan Merek oleh Undang-undang	Jumlah	Presentase
1	Memahami	17	10,63%
2	Kurang Memahami	34	21,25%
3	Tidak Memahami	85	53,12%
4	Abstain	24	15%
	Jumlah	160	100%

Sumber: Pengolahan data yang diperoleh dari survei langsung ke lapangan pada 16 Kecamatan di Kota Palembang, tanggal 4 Juli 2016

Berdasarkan data dan informasi dari hasil kuisioner di atas dapat diketahui bahwa terdapat 17 responden yang memahami perlindungan yang diberikan Undang-undang bagi merek yang mendaftarkan, 34 responden menjawab kurang memahami, 85 responden menjawab tidak memahami, dan 24 responden yang abstain. Angka yang paling tinggi pada data tersebut adalah responden yang menjawab tidak memahami yaitu sebanyak 85 pengusaha pempek, kerupuk, kemplang atau 53,12%. Dapat dilihat bahwa lebih dari setengah dari total keseluruhan responden yang tidak memahami dan mengetahui Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek.

2. Pemikiran para pengusaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan produk pempek, kerupuk, dan kemplang di Kota Palembang yang menganggap biaya pendaftaran merek yang terlalu mahal.

Sehubungan dengan biaya alasan penyebab pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang tidak mendaftarkan merek dagang yaitu biaya yang mahal diperoleh hasil wawancara kepada beberapa pelaku usaha pempek, kerupuk, kemplang di Kota Palembang. Misalnya, pempek Mujin pemiliknya mengatakan bahwa pada saat dilakukan wawancara pemiliknya mengatakan bahwa biaya untuk melakukan pendaftaran merek sangat mahal, tidak sebanding dengan penghasilan yang diterima perbulan. Kemudian ia berpendapat bahwa walaupun didaftarkan tidak berpengaruh pada pendapatan yang diperolehnya.

Pengusaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk, dan kemplang yang berpendapat bahwa tidak berkeinginan untuk mendaftarkan merek dagang pempek miliknya dikarenakan biaya yang mahal. Hasil penelitian terhadap responden pelaku usaha pempek, kerupuk, kemplang di Kota Palembang berdasarkan jawaban kuisioner yang diperoleh, bukti mengenai biaya pendaftaran merek ini, dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 5 Data Responden tentang Biaya Pendaftaran Merek

No	Pemahaman Responden tentang biaya pendaftaran merek	Jumlah	Presentase
1	Mahal	60	37,5%
2	Cukup Mahal	46	28,75%
3	Tidak Mahal	12	7,5%
4	Abstain	42	26,25%
	Jumlah	160	100%

Sumber: Pengolahan data yang diperoleh dari survei langsung ke lapangan pada 16 Kecamatan di Kota Palembang, tanggal 4 Juli 2016

Faktor inilah yang menjadi pertimbangan pelaku usaha pempek di Kota Palembang untuk tidak mendaftarkan merek dagangnya karena pendaftaran merek memerlukan biaya yang cukup besar, bahkan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan belum mencapai hasil yang maksimal, sementara merek dagang produksi mereka semakin hari semakin di kenal masyarakat.

Untuk mencegah terjadinya perdagangan merek dalam arti negatif (*pemalsuan merek*), maka dipandang perlu untuk membentuk dan menerapkan suatu sistem pemberian dan pendaftaran merek dengan tujuan agar pemilik merek mendapatkan perlindungan dari perbuatan curang yang dilakukan pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, karena di Indonesia berdasarkan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, perlindungan hukum akan diberikan Undang-undang apabila telah di daftarkan mereknya ke Ditjen Hak Kekayaan Intelektual atau melalui Departemen Hukum dan HAM dan kemudian akan memperoleh sertifikat merek.²⁷⁵

Sementara itu berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Huum dan HAM Kota Palembang, biaya pendaftaran merek ditetapkan dalam bentuk Tabel sebagai berikut:

²⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Bulan Mahardika Subekti, Kepala Sub Bidang Pelayanan AHU dan KI, Kanwil Depkum HAM Sumsel, Tanggal 1 September 2016

Tabel 6 Tarif Biaya Permohonan Merek

Penerimaan Negara yang bukan pajak	Satuan	Tarif	
A	Permohonan pendaftaran merek dan permintaan perpanjangan perlindungan merek terdaftar		
	1. Permohonan pendaftaran merek dagang atau jasa untuk maksimum 3 macam barang/jasa	per permohonan per kelas	Rp. 600.000
	2. Tambahan permohonan pendaftaran merek dagang/jasa untuk lebih dari 3 macam barang/jasa	per permohonan per kelas	Rp. 50.000
	3. Permohonan pendaftaran merek dagang/jasa kolektif untuk 3 macam barang/jasa	Per permohonan per kelas	Rp. 600.000
	4. Tambahan permohonan pendaftaran merek dagang/jasa untuk lebih dari 3 macam barang/jasa	Per permohonan per kelas	Rp. 50.000
	5. Perpanjangan jangka waktu perlindungan merek:	Per kelas	
	1) UKM	Per kelas	Rp. 1.000.000
	2) Non UKM	Per kelas	Rp. 2.000.000
	6. Permohonan perpanjangan perlindungan kolektif	Per kelas	Rp. 1.500.000
B	Pengajuan keberatan atas permohonan merek	Per permohonan per kelas	Rp. 500.000
C	Permohonan Banding Merek	Per permohonan per kelas	Rp. 2.000.000
D	Biaya (Jasa) penerbitan Sertifikat Merek	Per sertifikat	Rp. 100.000
	Biaya Pencatatan dalam daftar umum merek:		
	1). Pencatatan perubahan nama dan atau alamat pemelik merek	Per permohonan per nomor	Rp. 300.000
	2). Pencatatan pengalihan hak/penggabungan perusahaan (merger) atas nama merek terdaftar	Per permohonan per nomor	Rp. 500.000
	3). Pencatatan perjanjian lisensi	Per permohonan per nomor	Rp. 500.000
	4). Pencatatan penghapusan pendaftaran merek	Per permohonan per nomor	Rp. 150.000

	5).Pencatatan perubahan peraturan penggunaan merek kolektif	Per permohonan per nomor	Rp. 300.000
	6).Pencatatan pengalihan hak atas merek kolektif terdaftar	Per permohonan per nomor	Rp. 500.000
	7). Pencatatan penghapusan pendaftaran merek kolektif	Per permohonan per nomor	Rp. 300.000

Sumber: Kanwil Depkum HAM Sumsel

Berdasarkan tabel diatas, apabila dilihat biaya untuk melakukan permohonan pendaftaran merek tidaklah terlalu mahal yaitu Rp. 600.000 ditambah biaya penerbitan sertifikat merek sebesar Rp. 100.000. Jadi, untuk satu merek apabila ditotal, diperkirakan tidak lebih dari Rp. 1.000.000. Jumlah tersebut tidaklah mahal untuk jangka waktu 10 tahun sebagai pemegang merek yang sah dan mendapat perlindungan dari Undang-undang. Hanya saja para pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan di Kota Palembang belum menyadari betapa pentingnya untuk melakukan permohonan pendaftaran mereknya dan sebagian besar dari pelaku usaha tersebut tidak mengetahui bahwa total biaya pendaftaran merek untuk jangka waktu 10 tahun sebenarnya tidaklah mahal seperti anggapan mereka selama ini.

B. Hambatan dalam pemanfaatan pendaftaran merek bagi kalangan industri UKM produk makanan olahan di Kota Palembang

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pendaftaran merek bagi kalangan industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk dan kemplang tersebut belum dapat berjalan sebagaimana mestinya dan dalam pelaksanaannya masih terdapat hambatan. Kendala atau hambatan-hambatan tersebut antara lain

1. Faktor Undang-undang

Suatu penelitian terhadap efek suatu Peraturan Perundang-undangan di dalam masyarakat merupakan salah satu usaha untuk mengetahui apakah hukum tersebut benar-benar berfungsi atau tidak. Suatu Peraturan Perundang-undangan yang dikatakan baik, belum cukup apabila hanya memenuhi persyaratan-persyaratan filosofis/ideologi dan yuridis saja, karena secara sosiologis Peraturan-undangan tadi juga harus berlaku.²⁷⁶

Peraturan Perundang-undangan tersebut harus diberi waktu agar meresap dalam diri masyarakat. Apabila sering terjadi pelanggaran-pelanggaran (tertentu) terhadap suatu Peraturan Perundang-undangan, maka hal itu belum tentu berarti Peraturan tersebut secara sosiologis tidak berlaku di dalam masyarakat. Mungkin para pelaksana peraturan tersebut kurang tegas dan kurang bertanggung jawab di dalam pekerjaannya, hal ini perlu diperhitungkan dalam menilai apakah

²⁷⁶ Soerjono Soekanto, *Pokok-pokok Sosiologi Hukum*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm.22

suatu peraturan itu baik atau kurang baik.

Suatu masalah dijumpai di dalam Undang-undang adalah adanya berbagai Undang-undang yang belum juga mempunyai Peraturan Pelaksanaan, padahal di dalam Undang-undang tersebut diperintahkan demikian. Tidak adanya Peraturan Pelaksanaan sebagaimana diperintahkan Undang-undang, kadang-kadang diatasi dengan jalan mengeluarkan peraturan pelaksanaan yang derajatnya jauh lebih rendah dari apa yang diatur dalam Undang-undang.

Persoalan lain yang mungkin timbul di dalam Undang-undang, adalah ketidakjelasan di dalam kata-kata yang dipergunakan di dalam perumusan pasal-pasal tertentu. Kemungkinan hal ini disebabkan karena penggunaan kata-kata yang artinya dapat ditafsirkan secara luas sekali, atau karena soal terjemahan dari bahasa asing (*Belanda*) yang kurang tepat.

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa gangguan terhadap penegakan hukum yang berasal dari Undang-undang disebabkan karena:²⁷⁷

1. Tidak diikutinya asas-asas berlakunya Undang-undang
2. Belum adanya Peraturan Pelaksanaan yang sangat dibutuhkan untuk menerapkan Undang-undang.
3. Ketidakjelasan arti kata-kata di dalam Undang-undang yang mengakibatkan kesimpangsiuran di dalam penafsiran serta penerapannya.

Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah perubahan dari Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 yang sudah ketiga kalinya berubah. Undang-undang selalu berubah mengikuti perkembangan keadaan dan kebutuhan agar bisa efektif dan efisien.

2. Faktor Aparat Penegak Hukum

Penegak hukum dalam penelitian ini adalah Penyidik Pegawai Negeri Sipil Hak Kekayaan Intelektual (PPNS HKI) yang terdiri dari Kepala Divisi Pelayanan Hukum Umum dan Kepala Bidang Pelayanan Hukum Umum.

Penegak hukum merupakan golongan panutan dalam masyarakat, yang hendaknya mempunyai kemampuan-kemampuan tertentu, sesuai dengan aspirasi masyarakat. Mereka harus dapat berkomunikasi dan mendapatkan pengertian dari golongan sasaran, disamping mampu membawakan atau menjalankan peranan yang dapat diterima oleh mereka. Adapun peranan-peranan dari para penegak hukum antara lain:²⁷⁸

1. Peranan yang ideal (*ideal role*)
2. Peranan yang seharusnya (*expected role*)
3. Peranan yang dianggap oleh diri sendiri (*perceived role*)
4. Peranan yang sebenarnya dilakukan (*actual role*)

3. Faktor Sarana dan fasilitas

Dalam hal mewujudkan pelaksanaan pendaftaran merek yang dilakukan oleh pelaku usaha industri kecil dan menengah, Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Ham Sumsel telah memiliki sarana dan fasilitas yang memudahkan dalam pelaksanaan pendaftaran merek.

²⁷⁷ Soerjono Soekanto, *Op Cit*, hlm. 17

²⁷⁸ Soerjono Soekanto, *Op Cit*, hlm. 20

Dalam menentukan waktu pendaftaran, Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM menggunakan sistem berupa sistem *e-filling* yang dioperasikan melalui internet. Sistem *e-filling* merupakan sistem yang digunakan dalam meneruskan berkas permohonan yang dimohonkan oleh Pemohon kepada Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM. Berkas permohonan tersebut terlebih dahulu di *scan* dan selanjutnya diteruskan kepada Direktorat Jenderal HKI di Jakarta melalui sistem *e-filling* oleh Petugas. Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM diwajibkan melakukan sistem *e-filling* dalam hal menerima berkas permohonan pendaftaran merek oleh pemohon merek. Dengan sistem *e-filling* ini para pemohon juga dimudahkan dalam melakukan penelusuran terhadap merek yang hendak mereka daftarkan. Tujuan melakukan penelusuran merek adalah untuk mengetahui apakah merek yang hendak mereka daftarkan tersebut apakah telah terdaftar sebelumnya di Direktorat Jenderal HKI untuk jenis jasa atau barang yang sama.

Namun hambatan dalam sistem *e-filling* ini adalah tidak *update* nya data yang di *input* oleh Direktorat Jenderal HKI yang berakibat dalam hasil penelusuran terhadap merek yang hendak didaftarkan oleh Pemohon, merek yang hendak didaftar tersebut tidak ada dalam hasil penelusuran merek dan Pemohon pun mendaftarkan merek yang hendak didaftarkan tersebut. Namun setelah berkas Pemohon berada di Direktorat Jenderal HKI, berkas Pemohon ditolak dikarenakan merek yang didaftarkan Pemohon tersebut telah didaftarkan sebelumnya oleh pemilik merek lain yang terlebih dahulu mendaftarkan merek tersebut. Tidak updatenya data yang di *input* oleh Direktorat Jenderal HKI ini mengakibatkan adanya ketidaktahuan Pemohon yang hendak mendaftarkan merek, bahwa merek tersebut sebenarnya telah terlebih dahulu didaftarkan oleh Pemilik merek lain. Jadi sarana dan fasilitas mempunyai peranan yang sangat penting di dalam penegakan hukum. Dan tanpa adanya sarana dan fasilitas tersebut, maka penegakan hukum tidak dapat berjalan dengan lancar.

4. Faktor Masyarakat

Faktor masyarakat juga mempengaruhi penegakan hukum adalah faktor masyarakat. Dari sekian banyak pengertian yang diberikan terhadap hukum, terdapat kecenderungan yang besar pada masyarakat untuk mengartikan hukum sebagai penegakan hukum atau petugas hukum.

Salah satu tolak ukur melihat apakah Undang-undang tersebut pelaksanaannya sudah berjalan secara maksimal atau belum mengenai pendaftaran ataupun permohonan pendaftaran, jika masyarakat dalam hal ini adalah pemilik merek tidak mendaftarkan merek dari barang atau produksi yang dihasilkannya, berarti menunjukkan bahwa Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek belum diterapkan sebagaimana layaknya. Berdasarkan indikator tersebut maka dapat diketahui apakah Undang-undang tersebut berjalan efektif atau tidak.

Pendaftaran merek terhadap produk makanan olahan pempek, kerupuk, kemplang ternyata belum memasyarakat di Kota Palembang. Hal ini dapat dibuktikan dengan sedikit pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan yang mendaftarkan merek di Jakarta maupun pada Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Kota Palembang.

5. Faktor Budaya Hukum

Di dalam mengatur hubungan antar manusia, kebudayaan dinamakan pula suatu struktur normatif, artinya aspek kebudayaan tersebut merupakan suatu garis pokok tentang perikelakuan atau *blue-*

print for behaviour yang menetapkan peraturan-peraturan mengenai apa yang seharusnya dilakukan, apa yang selayaknya dilakukan dan seterusnya.²⁷⁹

Karena hukum merupakan bagian dari kebudayaan masyarakat, maka hukum tidak dapat dipisahkan dari jiwa dan cara berpikir masyarakat yang mendukung kebudayaan tersebut. Oleh sebab itu, di dalam penelitian hukum unsur kebudayaan tidak dapat diabaikan begitu saja, sebab pada hakikatnya hukum bernaung di bawah kebudayaan masyarakat.

C. Upaya untuk mengantisipasi hambatan dalam pemanfaatan pendaftaran merek bagi kalangan industri UKM produk makanan olahan di Kota Palembang.

Maraknya permasalahan mengenai merek dalam kegiatan bisnis, khususnya pelanggaran atas merek dagang produk makanan olahan pempek, kerupuk dan kemplang di Kota Palembang berpokok dari tidak didaftarkan merek tersebut. Upaya Pemerintah melalui Undang-undang Merek Nomor 15 tahun 2001 dalam memberikan perlindungan terhadap merek merupakan salah satu langkah positif dari Pemerintah melalui Ditjen HKI untuk menyelesaikan setiap kasus sengketa merek. Namun upaya ini akan sia-sia apabila tidak diikuti dengan tindakan upaya di lapangan untuk menerapkan Undang-undang Merek tersebut oleh aparat pelaksana Undang-undang. Pembuat Undang-undang ini harus teliti melihat kebutuhan sosial yang dibutuhkan masyarakat jangan sampai ada benturan-benturan antara Peraturan Pemerintah dan kebutuhan sosial masyarakat.²⁸⁰

Upaya yang dilakukan dalam mengatasi atau menyelesaikan kendala atau hambatan dalam pelaksanaan pendaftaran merek yaitu:

a. Peningkatkan Kegiatan Sosialisasi Kepada Masyarakat

Dalam rangka upaya peningkatan pemahaman masyarakat di bidang merek, langkah pemerintah tidak pernah surut.²⁸¹ Misalnya diadakan upaya dari Kantor pendaftaran merek yang ditujukan kepada pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan yang menjelaskan bahwa pentingnya untuk mendaftarkan mereknya melalui sosialisasi akan pentingnya pendaftaran merek kepada masyarakat khususnya pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan yang ada di Kota Palembang, dan juga pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan merek dan mengadakan sosialisasi langsung ke lapangan yang dilakukan secara bertahap, sehingga seiring dengan berjalannya Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek ini dapat mempengaruhi masyarakat khususnya pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan agar mau mendaftarkan mereknya dan juga memberikan pengertian akan pentingnya arti merek dalam dunia perdagangan.²⁸²

b. Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat

Pemikiran dan upaya meningkatkan kesadaran hukum masyarakat dilatarbelakangi fakta masih lemahnya tingkat kesadaran hukum dan budaya hukum masyarakat. Hal tersebut dilihat dari

²⁷⁹ Soerjono Soekanto, *Pokok-pokok Sosiologi Hukum*, PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2007, hlm.204.

²⁸⁰ OK Saidin, *Op Cit*, hlm. 37

²⁸¹ Henry Soelistyo, *Hak Cipta tanpa Hak Moral*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm.301

²⁸² Wawancara Bulan Mahardika Subekti, *Op Cit*

hasil penelitian lapangan terhadap pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan pempek, kerupuk, kemplang yang mendaftarkan mereknya berjumlah 22 dari total keseluruhan 160 responden. Sikap tidak peduli menjadi fenomena respon masyarakat terhadap perlunya dilakukan pendaftaran merek. Permasalahan yang timbul atas ketidaktahuan dan serta pemikiran masyarakat yang tergolong rendah tentang manfaat dan kegunaannya dari pendaftaran merek ini perlu mendapat perhatian serius dari Direktorat Jenderal HKI dan Departemen Hukum dan HAM Kota Palembang.

Upaya-upaya yang dapat ditempuh untuk mengatasi masalah ini, yaitu dengan cara menghilangkan sikap budaya masyarakat khususnya pelaku usaha industri kecil dan menengah produk makanan olahan yang cenderung tidak peduli dan menganggap hasil karyanya sebagai hak masyarakat umum dan bukan hak pribadi, karena ini dapat merugikan pelaku usaha itu sendiri dan menghambat kreativitasnya apabila mereknya ditiru atau dibajak oleh orang lain.

c. Adanya Program Insentif Pendaftaran Merek Bagi UKM, Pelajar dan Mahasiswa.

Program ini dilakukan untuk membantu Pelaku Usaha khususnya UKM dalam melakukan pendaftaran merek secara gratis. Program ini ada pada tahun 2014. Ada total 86 Pelaku Usaha UKM pada saat ini yang diproses pendaftaran mereknya. Tetapi sejak tahun 2015 sampai sekarang program ini dihentikan karena alasan biaya.²⁸³

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual bagi kalangan Industri UKM khususnya pendaftaran merek bagi Pelaku Usaha Industri Kecil dan Menengah Produk Makanan Olahan pempek, kerupuk, kemplang di Kota Palembang belum terlaksana secara efektif disebabkan sebagian besar pelaku usaha tidak mendaftarkan mereknya dikarenakan kurangnya memahami prosedur permohonan pendaftaran merek, serta menganggap biaya pendaftaran merek bagi mereka dianggap mahal.
2. Hambatan dalam Pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual bagi kalangan Industri UKM khususnya pendaftaran merek bagi Pelaku Usaha Industri Kecil dan Menengah Produk Makanan Olahan pempek, kerupuk dan kemplang di Kota Palembang yaitu faktor hukumnya sendiri dalam hal ini adalah Undang-undang yang mengatur yaitu Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dimana hambatan dalam Undang-undang Merek tersebut yaitu alur prosedur pendaftaran merek tersebut rumit dan secara otomatis berlangsung lama. Hambatan dalam faktor aparat penegak hukum yaitu aparat penegak hukum dalam hal ini PPNS HKI tidak melaksanakan sosialisasi secara rutin dan terprogram. Hambatan faktor sarana atau fasilitas yaitu tidak lengkapnya data yang ada pada Direktorat Jenderal HKI dalam hasil penelusuran terhadap merek yang mengakibatkan adanya ketidaktahuan Pemohon yang hendak mendaftarkan merek, bahwa merek tersebut sebenarnya telah terlebih dahulu didaftarkan oleh pemilik merek lain. Hambatan faktor masyarakat serta faktor budaya masyarakat dalam pelaksanaan pendaftaran merek yaitu Pelaku

²⁸³ *Ibid*

Usaha kalangan Industri Kecil dan Menengah Produk Makanan Olahan masih minim pengetahuan mengenai manfaat yang di peroleh apabila mendaftarkan merek dan menganggap perlindungan merek tidak penting. Faktor masyarakat dan budaya hukum masyarakat lebih dominan menjadi penghambat dalam pelaksanaan pendaftaran merek bagi Pelaku Usaha Industri Kecil dan Menengah Produk Makanan Olahan di Kota Palembang.

3. Upaya yang dilakukan dalam pemanfaatan hak kekayaan intelektual bagi kalangan industri UKM khususnya pendaftaran merek bagi Pelaku Usaha Industri Kecil dan Menengah Produk Makanan Olahan adalah dengan meningkatkan kegiatan sosialisasi kepada Pelaku Usaha UKM Produk Makanan Olahan, meningkatkan kualitas penegak hukum dan SDM, meningkatkan kesadaran hukum masyarakat agar masyarakat khususnya Pelaku Usaha UKM Produk Makanan olahan memahami pendaftaran merek dan perlindungan merek sebagai hak eksklusif Pemegang merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra aditya Bakti, Bandung.
- Achmad Zen Umar Purba, 2005, *Hak Kekayaan Intektual Pasca TRIP's*, PT. Alumni, Bandung.
- Bambang Waluyo, 1991, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, PT. Sinar Grafika, Jakarta.
- Bambang Sunggono, 1996, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Budi Agus Riswandi, 2004, *Hak Kekayaan intelektual dan Budaya Huum*, PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Budi Agus Riswandi dan Siti Sumartiah, 2006, *Masalah-masalah HAKI Kontemporer*, PT Gita Nagari, Yogyakarta.
- Brad Sherman and Lionel Bently, 1999, *The Making of Modern Intellectual Property Law*, Cambridge University Press, New York, USA.
- Carolya Hotohkiss, 1994, *International law for Busiiness New York*, McGraw-Hill Inc
- Eddy Damain, 1999, *Hukum Hak Cipta Menurut Beberapa Konvensi Internasional, Undang-undang Hak Cipta 1997 dan Perlindungannya terhadap Buku serta Perjanjian Penerbitannya*, Alumni, Bandung.
- Ermansyah Djaja, 2009, *Hak Kekayaan Inteletual*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Insan Budi Maulana, 1997, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten dan Hak Cipta*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Harsono Adisumarto, 1989, *Hak Milik Intelektual Khusus Paten dan Merek*, Akademika Pressindo, Jakarta.
- Henry Sulisty Budi, 1997, *Perlindungan Hak-hak yang terkait dengan hak cipta dan Permasalahannya, Makalah*, Jakarta.
- Keith E. Markus, 2000, *Intellectual property Right in The Global Economy*, Institute for Inter national Economic, Washington, D.C.
- Mahadi, 1985, *Hak Milik Immateril*, Bina cipta, Bandung.
- Muhamad Syaifuddin, 2009, *Hukum Hak asasi Manusia dan demokrasi Lokal: Perlindungan Hukum Terhadap Hak-hak Sipil dan Politik Warga Masyarakat dalam Pembentukan Peraturan daerah Demokrasi*, Tunggal Mandiri Publishing, Malang.
- Muhamad Djumhana dan R. Djubaedillah, 1999, *Hak Kekayaan Intelektual, Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Citra aditya Bakti, Bandung

- Ranti Fauza Mayana, 2004, *Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam era Perdagangan Bebas*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Rachmadi Usman, 2003, *Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung
- Robert M. Sherwood, 1990, *Intellectual Property and Economic Development: westview Special Studies in Science Technology and Public Policy*, Wetview Press Inc. San Fransisco.
- Soedjono Dirdjosiswoyo, 2000, *Hukum Perusahaan Mengenai Hak Atas Kekayaaan Intelektual (Hak Cipta, Hak paten, Hak Merek)*, Mandar Maju, Bandung.
- Sudargo Gautama, 1997, *Hukum Merek Indonesia*, Alumni, Bandung.
- . 1995, *Segi-segi Hak Milik Intelektual*, Eresco, Bandung.
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Aditya Bakti. Bandung.
- Soerjono Soekamto, 2003, *Penelitian Hukum Normatif*, PT. Rajawali Press.
- Steven L. Carter, “Does It Matter Whether Intellectual Property is Property?”, Kant College of Law, 1993, dalam Anthony D’Amato and E. Estelle Long (eds), 1997, *International Intellectual Property Law*, Kluwer Law International, London.
- Tim Lindsey dan Eddy Damian, 2006, *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, PT Alumni, Bandung.
- Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, PT Sinar Grafis, Jakarta.

