



Pendaftaran Merek: Pelaksanaan dan Hambatan Bagi Pelaku Usaha pada KEMENKUMHAM

Mulida Hayati¹, Joanita Jalianery², Aristoteles³, Puja Gusta Nuurani⁴

¹ Faculty of Law, Palangka Raya University, Indonesia. mulida_hayati21@law.upr.ac.id

² Faculty of Law, Palangka Raya University, Indonesia. evi@law.upr.ac.id. joanita@law.upr.ac.id

³ Faculty of Law, Palangka Raya University, Indonesia. aristoteles@law.upr.ac.id

⁴ Faculty of Law, Palangka Raya University, pujagustan@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Akad; murabahah; akta notaris; perbankan syariah

How to cite:

Hayati, M., Jalianery, J., Aristoteles, Nuurani, P., G. (2022). Pendaftaran Merek: Pelaksanaan dan Hambatan Bagi Pelaku Usaha pada KEMENKUMHAM. Palangka Law Review, 2(1): 39-49.

ABSTRACT

Banyak pelaku usaha di Kota Palangka Raya yang sudah memiliki merek terdaftar, namun belum disahkan, karena beberapa kendala salah satunya adalah nama produk yang terlalu umum. Tujuan Penelitian ialah untuk mengkaji Apa saja batasan-batasan merek yang harus disetujui oleh Kementerian Hukum dan HAM, dan bagaimana dunia usaha mendapatkan perlindungan atas merek usahanya. Metode penelitian adalah metode penelitian hukum empiris. Hasil penelitian adalah batasan merek yang dapat didaftarkan yaitu merek tersebut tidak bertentangan dengan ideologi negara dan peraturan perundang-undangan; tidak sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebutkan barang dan/atau jasa yang dimintakan pendaftarannya; tidak mengandung unsur yang dapat menyesatkan masyarakat mengenai asal, mutu, jenis, ukuran, jenis, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama suatu varietas tumbuhan yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa sejenis. jasa; tidak memuat informasi yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat barang dan/atau jasa yang dihasilkan; Memiliki daya pembeda; Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan pendaftaran merek dan pelayanan bagi pelaku usaha adalah memberikan bantuan konsultasi dan pelayanan pendaftaran merek di kantor Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia serta melakukan sosialisasi kepada kelompok masyarakat melalui seminar dan pelatihan, sehingga masyarakat dapat melakukan pendaftaran pribadi atas mereknya sendiri

Copyright © 2022 PALAREV. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Pandemi covid yang terjadi di seluruh dunia sejak Februari Tahun 2020, telah menyebabkan perekonomian di semua negara di dunia mengalami kemunduran. Hal ini juga berlaku di Indonesia. Akibat dari Pandemi Covid 19 yang di hadapai

perusahaan atau pelaku usaha, adalah penurunan penjualan, akibat adanya pembatasan aktivitas jual beli di tengah kebijakan *social-distancing*. Akibat penurunan penjualan ini, perusahaan atau pelaku usaha umumnya terpaksa menurunkan harga jual mereka untuk meningkatkan minat pembeli. Dan karena harus menurunkan harga, berakibat pada berkurangnya pemasukan, sehingga harus melakukan pengurangan tenaga kerja. Menurut Kementerian Tenaga Kerja sebagaimana dikutip oleh Republika Jakarta, angka PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) selama tahun 2020 di Indonesia adalah sebanyak 386.877 pekerja. Angka ini melonjak 20 kali lipat dibandingkan dengan angka PHK di tahun sebelumnya (2019), yaitu sebanyak 18.911 pekerja.¹ Badan Pusat Statistik Indonesia juga mencatat, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai angka 8,75 juta orang pada Februari 2021. Angka ini tumbuh 1,82 juta orang dibandingkan dengan periode Februari 2020, yakni 6,93 juta orang.² Di Provinsi Kalimantan Tengah, meningkatnya angka PHK dapat diketahui dari meningkatnya angka pengangguran. Menurut Kabid Statistik Sosial BPS Kalteng, Ambar Dwi Santoso, tingkat pengangguran terbuka pada bulan Februari 2020 sebesar 3,39%, naik sekitar 0,06% dibandingkan Februari 2019.³ Tenaga kerja yang di PHK, umumnya membuka usaha sendiri atau mencari pekerjaan lain yang cepat mendapatkan uang. Bagi mereka yang membuka sendiri, salah satu pilihan usaha yang mudah dilakukan, dengan modal yang tidak terlalu besar, juga mudah dilakukan adalah usaha kuliner. Semenjak pandemi covid terjadi, banyak pelaku usaha kuliner yang bermunculan di Palangka Raya. Baik usaha kuliner yang menggunakan nama sendiri, maupun usaha *franchise* atau waralaba. Saat menjalankan usaha, pelaku usaha akan menggunakan tanda pengenal bagi produk atau jasa yang dijualnya. Tanda pengenal itu adalah merek. Merek merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu produk. Merek dapat menjadi suatu nilai tambah bagi produk baik itu produk yang berupa barang maupun jasa. Fungsi merek bagi penjual antara lain memudahkan penjual untuk memproses pesanan dan menelusuri masalah yang timbul; sebagai perlindungan hukum terhadap ciri khas produk, sehingga tidak ada produk lain yang meniru; membantu penjual dalam melakukan segmentasi pasar; membantu penjual dalam menarik pelanggan/konsumen yang setia dan yang menguntungkan; membantu membangun citra perusahaan/produsen (jika merek tersebut menimbulkan persepsi positif di masyarakat); mengidentifikasi produk dalam perdagangan; mengidentifikasi keunggulan produk yang dimiliki, yang membedakan produk tersebut dengan produk lain, terutama produk saingan.

Fungsi merek bagi konsumen adalah untuk identifikasi mutu produk, baik berupa barang maupun jasa. Kualitas produk berupa barang nyata/tampak dari kondisi barang tersebut, baik dari kualitasnya sampai pada kemasan barang. Sedangkan produk yang berupa jasa, kualitas pelayanan adalah pelayanan kepada tamu; Merek

¹ <https://www.republika.co.id/berita/qr5a3z314/angka-pemutusan-hubungan-kerja-pada-2020-melonjak>, diakses Kamis, 10 Juni 2021

² <https://www.inews.id/finance/bisnis/selama-pandemi-covid-19-banyak-karyawan-kena-phk-alih-profesi-jadi-art>, diakses Minggu, 13 Juni 2021

³ <https://banjarmasin.tribunnews.com/2020/05/05/bps-tingkat-pengangguran-terbuka-kalteng-naik-006-poin-selama-februari-begini-kondisinya>, di akses Minggu, 13 Juni 2021

meningkatkan efisiensi pembeli. Dengan adanya nama/merek maka akan memudahkan pembeli menemukan produk yang dicari/ diminati. Hal ini tentunya lebih efisien dan efektif.; Membantu menarik perhatian konsumen atas suatu produk baru yang mungkin memberikan keuntungan bagi mereka; Untuk membantu mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan okonsumen/resiko konsumen, baik resiko dalam hal kesehatan, resiko kesalahan fungsi produk, kesalahan harga, ataupun resiko ketidaklayakan produk/jasa tersebut dikonsumsi.

Perlindungan merek di Indonesia didasarkan atas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pendaftaran merek dilakukan pada Kementerian Hukum dan HAM secara *offline* maupun online. Dan untuk pelaku usaha di kota Palangka Raya dilakukan di Kantor Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Tengah. Lama Perlindungan untuk merek adalah 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk 10 tahun berikutnya. Pada penelitian sebelumnya peneliti mendapatkan fakta bahwa bahwa terdapat pelaku usaha di kota Palangka Raya, yang telah melakukan pendaftaran merek, akan tetapi belum disetujui karena beberapa kendala, salah satunya adalah nama produk yang terlalu umum. Apa batasan bagi merek untuk dapat disetujui oleh Kementerian Hukum dan HAM, dan bagaimana tindakan pemerintah melalui Kementerian Hukum dan HAM dan mengayomi masyarakat yang ingin melakukan usaha dan mendapat perlindungan atas merek usahanya di tengah perjuangan mereka memenuhi kebutuhan ekonomi, demi meningkatkan perekonomian daerah Kalimantan Tengah, menjadi latar belakang bagi penelitian ini.

2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum empiris. Metode Penelitian Hukum Empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data primer, dengan melihat pada fakta-fakta hukum yang terjadi di lapangan, baik di masyarakat, maupun pada Kantor Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Tengah. Penelitian juga dilakukan dengan studi kepustakaan, mengkaji data sekunder.

Data diperoleh melalui observasi dan wawancara yang diproses dan dianalisis, yang kemudian disusun dan disajikan secara deskriptif dalam bentuk laporan penelitian. Adapun tahapan penelitian dilakukan dengan tiga tahap yakni: Pertama, adalah tahapan penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu memperoleh data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelitian kepustakaan, yaitu mengumpulkan data sekunder, baik dari bahan hukum primer (yaitu peraturan perundang-undangan yang berkenaan mengatur tentang Paten), maupun bahan hukum sekunder (yaitu buku-buku dan karya-karya akademis). Kedua, adalah tahap wawancara, yaitu mencari data lain untuk melengkapi data kepustakaan. Wawancara ini dilakukan terhadap pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti, yaitu Pelaku Usaha pemilik merek yaitu Agustina Kurniatin, pemilik merek

Yomi, dan Dino Utomo, pemilik merek Sate Taichan Bakar. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada Bapak Deny Dwi Rahmanto, SH., MH., Divisi Yankumham Kantor Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Kalimantan Tengah. Ketiga, tahap pengolahan data-data yang terkumpul, analisi dan penyusunan laporan penelitian. Data yang didapat dari penelitian tahap pertama dan tahap kedua diolah dan dianalisis secara deskriptif. Hasil dari analisa data dituangkan dalam bentuk laporan penelitian

3. Pelaksanaan dan Hambatan Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha

3.1. Batasan Suatu Merek Produk atau Jasa yang Dapat Diberikan Perlindungan Sesuai Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dunia perdagangan menuntut adanya pengingat pada produk yang diperdagangkan. Sebagaimana Nama merupakan pengenalan bagi manusia, maka nama bagi produk perdagangan disebut Merek. Merek yang digunakan oleh pelaku usaha baik perorangan maupun badan hukum, ada yang didaftarkan dan ada yang tidak. Untuk dapat dilindungi secara hukum di Indonesia, maka merek sebuah produk harus didaftarkan. Pendaftaran merek berfungsi sebagai Alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan; Dasar penolakan terhadap Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya; Dasar untuk mencegah orang lain memakai Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan pengaturan tentang batasan yang harus ada pada suatu merek yang akan didaftarkan pada Kementerian Hukum dan HAM. Merek yang tidak dapat didaftarkan menurut undang-undang, yaitu merek yang memiliki unsur⁴ : 1) Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum; 2) Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya; 3) Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis; 4) Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi; 5) tidak memiliki daya pembeda; dan/atau 6) merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Selain itu, ada pula faktor yang dapat menyebabkan suatu permohonan pendaftaran merek di tolak. Suatu permohonan pendaftaran merek akan ditolak, apabila merek yang didaftarkan memiliki unsur antara lain⁵ : 1). Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu

⁴ Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

⁵ Pasal 21, *Ibid*

untuk barang dan/atau jasa yang sejenis; 2). Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis; 3). Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan lebih lanjut dengan peraturan pemerintah; 4) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal; 5). Merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak; 6). Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; 7). Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh Negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran Merek yang bersangkutan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.⁶ Permohonan perpanjangan merek dilakukan 6 (enam) bulan sebelum tanggal berakhirnya perlindungan merek.⁷ Tujuan pengaturan batas waktu perlindungan merek selama 10 tahun dan selanjutnya dapat diperpanjang ini adalah untuk memastikan merek yang didaftarkan benar-benar digunakan pada barang/jasa dan barang/jasa tersebut masih diproduksi dan/atau diperdagangkan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak akan memberikan perlindungan hukum terhadap merek yang sifatnya hanya didaftarkan saja tanpa pernah dipergunakan dalam kegiatan produksi dan/atau perdagangan. Karena itu, permohonan perpanjangan perlindungan merek yang diberikan kepada merek yang memenuhi syarat antara lain :⁸ Merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang dan atau jasa sebagaimana dicantumkan dalam sertifikat merek tersebut; dan Barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam huruf a masih diproduksi dan/atau diperdagangkan.

Pelaku usaha yang ingin mendaftarkan mereknya pertama kali dapat mendaftarkan merek secara pribadi atau meminta bantuan pada Kantor Kementerian Hukum dan HAM setempat, dengan syarat antara lain⁹ : Etiket/Label Merek, Tanda Tangan Pemohon, Surat Rekomendasi UKM Binaan atau Surat Keterangan UKM Binaan Dinas (Asli) - Untuk Pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil, Surat Pernyataan UMK Bermaterai - Untuk Pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil. Setelah semua berkas yang diperlukan lengkap, maka pemohon dapat mengajukan pendaftaran dengan

⁶ Pasal 28 dan Pasal 35, *Ibid*

⁷ Pasal 35 ayat (4), *Ibid*

⁸ Pasal 36, *Ibid*

⁹ <https://www.dgip.go.id/>, di akses, 10 Desember 2021, pukul 17.00 wib.

prosedur¹⁰ : 1). Pesan kode billing di <http://simpaki.dgip.go.id/>; 2). Pilih 'Merek dan Indikasi Geografis' pada jenis pelayanan; 3). Pilih 'Permohonan Pendaftaran Merek yang Diajukan Oleh siapa; 4). Pilih 'Usaha Mikro dan Usaha Kecil' atau 'Umum'; 5) Pilih 'Secara Elektronik (Online)'; 6). Masukkan Data Pemohon dan Data Permohonan (nama, alamat lengkap, email dan nomor ponsel, dll); 7). Lakukan pembayaran PNPB melalui ATM/internet banking/m-banking.

Cara membuat Akun dengan Log in pada akun merek <https://merek.dgip.go.id/> selanjutnya mengikuti Langkah sebagai berikut: Pilih 'Permohonan Online', Langkah 1 : Pilih tipe permohonan, masukkan Kode billing yang telah dibayarkan, Langkah 2 : masukkan Data Pemohon, Langkah 3 : diisi jika permohonan dengan kuasa (konsultan ki), Langkah 4 : diisi jika memiliki hak prioritas, Langkah 5 : masukkan Data Merek, Langkah 6 : masukkan Data Kelas dengan klik 'Tambah', Langkah 7 : klik 'Tambah' untuk mengunggah lampiran dokumen persyaratan, Langkah 8 : Preview (pastikan seluruh data anda sudah benar), Langkah 9 : Cetak Draft Tanda Terima, Klik 'Selesai'.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa pendaftaran merek mensyaratkan biaya, yang dimasukkan ke dalam kas negara sebagai pendapatan bukan pajak. Biaya untuk pendaftaran merek adalah sebesar Rp.1.800.000,-/ kelas untuk umum, dan Rp. 500.000,-/kelas untuk UMK¹¹ Keringanan biaya pendaftaran merek diberikan pemerintah bagi pelaku usaha yang tergolong sebagai UMK atau Usaha Mikro Kecil. Usaha mikro adalah badan usaha perorangan yang memiliki kriteria sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yakni¹²: Memiliki aset atau kekayaan bersih hingga Rp 50 juta, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha dan Omzet penjualan tahunan hingga Rp 300 juta. Berdasarkan perkembangannya, usaha mikro diklasifikasikan menjadi dua, yaitu: 1) Livelihood, yakni usaha mikro yang sifatnya untuk mencari nafkah semata. Jenis usaha mikro yang satu ini dikenal luas sebagai sektor informal. Contohnya, pedagang kaki lima, dan 2) Micro, yakni usaha mikro yang sudah cukup berkembang, namun memiliki sifat kewirausahaan dan belum bisa menerima pekerjaan subkontraktor serta belum bisa melakukan kegiatan ekspor.

Sedangkan usaha yang tergolong Usaha Kecil yaitu usaha yang memenuhi kriteria antara lain¹³ : Memiliki aset atau kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan Rp.500 juta, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha, atau Omzet penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta hingga Rp. 2,5 Milyar, Biaya yang diajukan dalam permohonan merek merupakan biaya per kelas. Artinya apabila seorang pelaku usaha hendak mendaftarkan merek dagangnya, maka harus diperhatikan kelas bagi merek yang dimohonkan pendafatarannya. Hal ini mengacu pada Peraturan Menteri Hukum

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

¹² Pasal 6 ayat (1), Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

¹³ Pasal 6 ayat (2), *Ibid*

dan HAM No.67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Permenkumham No.67 Tahun 2016 menyebutkan bahwa setiap permohonan merek memuat kelas barang dan/atau jasa.¹⁴

Kelas Merek adalah pengelompokan atas suatu bidang usaha yang dijalankan oleh merek yang bersangkutan. Kelas Merek berasal dari sistem klasifikasi merek yang terdapat pada Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek. Terdapat 45 kelas merek Barang dan Kelasmerek Jasa. Kelas barang adalah kelas merek untuk bisnis yang menjual suatu produk berupa bahan mentah, bahan tidak dikerjakan, dan bahan jadi. Kelas Jasa adalah kelas merek yang diperuntukkan bagi bisnis yang menawarkan jasa atau layanan berupa kegiatan tertentu yang nantinya akan dilakukan. Setiap kelas terbagi lagi atas subkelas. Pembagian kelas barang dan kelas jasa di Indonesia adalah Kelas Barang : Kelas1-34 (34 kelas) dan Kelas jasa : Kelas 35-45 (11 Kelas). Kelas Barang dapat dirinci lagi yaitu : Kelas 1-5 : Kelas industri kimiawi dan industri terkait ; Kelas 6-14 : Bahan mentah berbentuk logam dan produksi terkait; Kelas 15-21 : Kelas barang hasil teknologi; Kelas 22-27 : Kelas Tekstil; Kelas 28 : Mainan anak, produk olah raga, dan permainan dewasa; dan Kelas 29-34 : Kelas untuk makanan, minuman, dan produk tembakau. Kelas Jasa, terbagi atas : Kelas 35 : Periklanan, manajemen dan administrasi usaha, dan fungsi kantor; Kelas 36 : Asuransi, urusan keuangan, dan urusan real estate; Kelas 37 : Konstruksi bangunan, perbaikan, dan jasa instalasi; Kelas 38 : Telekomunikasi; Kelas 39 : Transportasi dan Perjalanan; Kelas 40 : Penanganan Material; Kelas 41 : Pendidikan, Hiburan, dan Olah raga dan Kesenian; Kelas 42 : Penelitian dan Teknologi; Kelas 43 : Makanan dan minuman; Kelas 44 : Medis; Kelas 45 : Hukum dan Keamanan.

3.2. Upaya Kantor KemkumHAM Kalimantan Tengah dalam Mengatasi Hambatan Pelaku Usaha Mendaftarkan Merek Dagang dan Jasa

3.2.1 Pelaku Usaha Mikro Kecil di Kota Palangka Raya : Yomi

Yomi merupakan merek usaha minuman yang dimulai sejak tahun 2017, dari sebuah usaha gerobak, yang biasanya berlokasi di depan usaha Ayam Jontor di Jalan Bukit Keminting Palangka Raya. Selanjutnya usaha gerobak ini dibangun cabangnya yang biasanya mangkal atau berlokasi di depan Indomaret di Jalan G. Obos Palangka Raya (sebelah Jl. Pangeran Samudera). Merek Yomi sendiri merupakan ciptaan dari Agustina Kurniatin dan suaminya, Andrey Kristian Pahan. Saat ini, Yomi memiliki 2 restoran yakni di Jalan G. Obos dan Jalan Rajawali, serta 1 cafe di Jalan Sisingamanga Raja Palangka Raya.

Agustina pernah melakukan upaya pendaftaran merek Yomi pada tahun 2019. Akan tetapi setelah mendengar pengalaman pemilik merek lain yang mendaftarkan merek dan ternyata harus menunggu selama 2 tahun sampai merek disetujui untuk diberikan perlindungan, Agustina mengurungkan niat untuk mendaftarkan merek Yomi. Selain

¹⁴ Pasal 14 ayat (1), Peraturan Menteri Hukum dan HAM No.67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek

waktu kepastian persetujuan perlindungan yang lama, prosedur pendaftaran yang rumit dengan banyaknya berkas, dan biaya yang tergolong mahal menurut Agustina yang baru saja memulai usahanya, menjadi alasan tidak jadinya mendaftarkan merek usahanya secara hukum.¹⁵

3.2.2 Pelaku Usaha Mikro Kecil di Kota Palangka Raya : Sate Taichan Bakar

Dino Utomo mendirikan usaha sate Taichan Bakar sejak tahun 2019 di Jalan Sundoro Palangka Raya. Saat ini Sate Taichan Bakar berlokasi di Jalan Lawu Palangka Raya. Dino pernah membuka cabang usaha Sate Taichan di jalan Seth Adji Palangka Raya di awal tahun 2021. Akan tetapi, baru satu bulan berjalan, datangnya pandemi, dan Dino terpaksa menutup cabang Seth Adji. Dino pernah tertarik untuk mendaftarkan merek seiring bertambah besarnya usaha sate Taichan bakarnya. Dino melakukan upaya mencari info dengan bertanya kepada broker HKI yang ia temukan informasinya di IG. Akan tetapi, karena biaya broker yang mahal, yaitu sebesar Rp.3 juta, Dino batal mendaftarkan merek usahanya ke HKI. Dino menilai biaya broker dan pendaftaran HKI atas merek usahanya terlalu mahal bagi Dino yang baru memulai membuka usaha, dan saat itu tidak yakin kalau usahanya bisa bertahan lama. Untuk mendaftarkan merek secara pribadi, Dino merasa tidak memiliki waktu untuk mengurus berkas pendaftaran yang banyak, sehingga Dino memilih menggunakan jasa broker HKI.¹⁶

3.2.3. Upaya Kantor Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Tengah

Kantor Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Tengah merupakan kantor yang salah satu tugasnya adalah menangani pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual di Provinsi Kalimantan Tengah. Kantor ini berkedudukan di Jalan Adonis Samad, Palangka Raya. Pendaftaran merek pada kantor ini selama periode 2 tahun terakhir digambarkan sebagai berikut¹⁷ :

Tabel 1 Data Permohonan Kekayaan Intelektual Tahun 2021

Tahun	Hak Cipta	Merek	Patent	Rahasia dagang	Desain Industri	DTLST
2020	65	12	1	-	-	-
2021	35	6	-	-	-	-

Berdasarkan data di atas, terdapat penurunan jumlah pendaftar merek pada Kantor Kementerian Hukum dan HAM Wilayah Kalimantan Tengah. Terkait keluhan yang

¹⁵ Wawancara bersama Agustina Kurniatin, Pemilik Usaha YOMI, Senin, 18 Oktober 2021, Pukul 16.31 WIB.

¹⁶ Wawancara bersama Dino Utomo, Pemilik Usaha Taichan Bakar, Rabu, 20 Oktober 2021, Pukul 15.49 WIB.

¹⁷ Wawancara bersama Bpk. Deny Dwi Rahmanto, SH., MH., Div.Yankumham Kemenkumham wilayah Kalteng, Rabu, 03 November 2021, Pukul 11.00 WIB.

didapatkan berdasarkan data dari pelaku usaha sebelumnya, pihak Kemenkumham wilayah Kalteng menanggapi :

1. Terkait biaya dan berkas yang harus dilengkapi oleh pendaftar merek, yang merupakan keberatan dari pelaku usaha yang mendaftarkan merek, merupakan hal yang telah ditetapkan dalam undang-undang, sehingga pihak kanwil hanya sebagai pelaksana dari isi aturan yang berlaku;
2. Terkait tarif broker atau perantara pendaftar HKI yang mahal menurut pelaku usaha, merupakan hal yang tidak dapat diintervensi oleh Kanwil, karena praktek Konsultan atau broker HKI di luar Kanwil merupakan urusan pribadi masing-masing orang;
3. Untuk meringankan beban pelaku usaha, pihak Kanwil menyarankan agar pelaku usaha mendaftarkan sendiri mereknya, dan berkomunikasi dengan pihak Kanwil apabila ada hal-hal yang tidak dimengerti. Pihak Kanwil akan membantu pelaku usaha sebagai bagian dari tugas Kanwil untuk mendorong peningkatan pendaftaran HKI di masyarakat. Selain itu pihak Kanwil juga menyarankan, bagi pelaku usaha yang baru memulai usahanya, dapat menggunakan pendaftaran merek sebagai Usaha Mikro Kecil, yang biayanya lebih murah dibandingkan biaya pendaftaran merek secara umum;

Kemenkumham Wilayah Kalteng dalam setiap kesempatan, baik melalui seminar, sosialisasi, bahan dalam melayani wawancara penelitian berupaya menyampaikan bahwa masyarakat dapat melakukan pendaftaran sendiri atas merek yang dimiliki, sehingga dengan demikian diharapkan masyarakat menyadari pentingnya melindungi Hak Kekayaan Intelektual yang ia miliki.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini antara lain Batasan suatu merek yang dapat didaftarkan pada Kementerian Hukum dan HAM di seluruh Indonesia, sesuai pasal 20 Undang-Undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu merek tidak dapat diterima permohonannya apabila mengandung unsur : Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan ; Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya ; Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa sejenis; Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi ; Tidak memiliki daya pembeda ; Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum. Seringkali yang menjadi alasan penolakan pendaftaran merek adalah tidak ada unsur pembeda atau merek dikategorikan sebagai 'terlalu umum'. Upaya Kantor Kemenkumham wilayah Kalimantan Tengah dalam mengatasi hambatan pelaku usaha dalam mendaftarkan merek dagang dan jasa, yaitu : Melakukan bantuan konsultasi dan pelayanan pendaftaran merek di kantor Kemenkumham. Hal ini dilakukan untuk menghindari

penolakan pendaftaran merek dan dapat menjadi solusi bagi pelaku usaha menghindari perumusan merek yang dikategorikan 'terlalu umum'. Selain itu, Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalteng juga melakukan sosialisasi kepada kelompok masyarakat melalui seminar dan pelatihan, untuk mendorong masyarakat atau pelaku usaha mendaftarkan merek usahanya..

References

- Damian, Edy, dkk. (2003) Hak Kekayaan Intelektual (Suatu Pengantar). Bandung : PT. Alumni.
- Djumhana, Muhammad, dan R. Djubaedillah. (1999). Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, Hery. (2013). Perlindungan Hukum terhadap Merek. Yogyakarta : Medpress Digital.
- Gautama, Sudargo. (1993). Hukum Merek Indonesia. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Hanin, Lathifah. (2011). Perlindungan Hukum HAKI dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia, Jurnal Hukum, Vol XXVI No. 2.
- Hasibuan, Effendy, (2003). Perlindungan Merek Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika. Depok : Badan Penerbit FHUI.
- <https://www.republika.co.id/berita/qr5a3z314/angka-pemutusan-hubungan-kerja-pada-2020-melonjak>, (accessed June 10, 2021)
- <https://www.inews.id/finance/bisnis/selama-pandemi-covid-19-banyak-karyawan-kena-phk-alih-profesi-jadi-art> , (accessed June 13, 2021)
- <https://banjarmasin.tribunnews.com/2020/05/05/bps-tingkat-pengangguran-terbuka-kalteng-naik-006-poin-selama-februari-begini-kondisinya>, (accessed June 13, 2021)
- https://www.bphn.go.id/data/documents/na_ruu_tentang_merek.pdf, (accessed September 9, 2021)
- <https://www.pustakadunia.com/waralaba-franchise/> , (accessed September 9, 2021)
- <https://en.dgip.go.id/memahami-merek>, (accessed September 9, 2021)
- Khairiyanti, Fithry, (2018). Kajian Teoritis Perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba Dikaitkan dengan Asas Kebebasan Berkontrak (Studi Kasus di C.V Rocket Fried Chicken, Jurnal Hukum Vol.1 No.1 Agustus 2018, Fakultas Hukum Universitas Pamulang.
- Muhammad, Abdul Kadir, (2017). Kajian Hukum Ekonomi: Hak Kekayaan Intelektual, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek
- Peraturan Menteri Hukum dan HAM No.67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek
- Sudaryat, Sudjana, dan Rika R.P. (2010). Hak Kekayaan Intelektual. Bandung : Oase Media.

- Sujatmiko, Agung. (2011). Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek, *Jurnal Media Hukum* Vol 18 No 2 Desember 2011. Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Susilowati, ETTY. (2013). *Bisnis Kewirausahaan*. Yogyakarta : Teras.
- Sutedi, Adriani. (2009). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Tunggal, Hadi Setia, (2006). *Dasar-Dasar Pewaralabaan*. Jakarta : Harvarindo.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Wigyo Subroto, Sutandyo. (2001). *Hukum Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*. Jakarta : Huma.
- Yuswanti, Slamet. (2019). *Merek Nafas Waralaba*, Yogyakarta : Deepublish.