

## TATA CARA PENDAFTARAN MEREK DALAM USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN KARANG TARUNA PADALARANG KABUPATEN BANDUNG BARAT

---

Wahyudi\*) & Ananda Putri Nur Amalia  
Fakultas Hukum Universitas Komputer Indonesia  
E-mail: [wahyudi@email.unikom.ac.id](mailto:wahyudi@email.unikom.ac.id)

### ABSTRACT

*This community service activity is organized by the Faculty of Law, Indonesian Computer University in collaboration with the Youth Organization Management, Padalarang District, West Bandung Regency. In the midst of the COVID-19 pandemic, the products of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of the Padalarang District community continue to grow and become more diverse and almost every product has a brand, but the MSMEs brand owned has not been registered with the Directorate General of Intellectual Property. The method used is to conduct legal counseling through the media zoom meeting. The use of brands on MSMEs products can add higher selling value compared to unbranded products, MSMEs actors can be harmed if their products are used and even imitated in whole or in part by others because they sell well in the market. However, MSMEs actors cannot prevent and even sue because the mark has not been registered. Trademark registration is a must for MSME actors if they want to protect their rights to the mark. Trademarks to be registered are quite easy to use by utilizing online trademark registration, specifically for the registration of trademarks for MSMEs actors, the fees charged are lower than those of industrial marks. The legal protection of registered trademark rights is for 10 years and can be extended for the same time.*

**Keywords:** youth organization, trademark, registration, MSMEs

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Komputer Indonesia bekerjasama dengan Pengurus Karang Taruna Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat. Ditengah pandemi covid 19 produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat Kecamatan Padalarang terus berkembang dan semakin beragam serta hampir setiap produknya memiliki merek, akan tetapi merek UMKM yang dimiliki tersebut belum terdaftar pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Metode yang digunakan yaitu dengan melakukan penyuluhan hukum melalui media *zoom meeting*. Penggunaan merek pada produk UMKM dapat menambah nilai jual lebih tinggi dibandingkan dengan produk tanpa merek, pelaku UMKM dapat dirugikan jika produknya digunakan bahkan ditiru secara keseluruhan maupun sebagian oleh orang lain karena laku dipasaran. Akan tetapi pelaku UMKM tidak dapat mencegah bahkan menuntut dikarenakan merek tersebut belum didaftarkan. Pendaftaran merek menjadi suatu keharusan bagi pelaku UMKM jika ingin terlindungi hak atas merek tersebut. Merek yang akan didaftarkan cukup mudah dengan memanfaatkan pendaftaran merek secara *online*, khusus untuk pendaftaran merek pelaku UMKM biaya yang dikenakan lebih rendah dibanding dengan merek industri. Pelindungan hukum hak atas merek terdaftar selama 10 tahun dan dapat diperpanjang dengan waktu yang sama.

**Kata kunci:** karang taruna, merek, pendaftaran, UMKM

## PENDAHULUAN

Ditengah pandemi *covid 19* yang masih cukup tinggi pada wilayah Propinsi Jawa Barat mengakibatkan perusahaan-perusahaan di wilayah Kabupaten Bandung Barat melakukan efisiensi dengan merumahkan bahkan terdapat juga karyawan yang dilakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Kondisi tersebut disikapi oleh masyarakat khususnya di Kecamatan Padalarang dengan mendirikan usaha yang berskala kecil dan menengah, salah satunya dengan berjualan produk rumahan berupa makanan, minuman maupun pernak-pernik hiasan.

Pada kalangan milenial Kabupaten Bandung Barat khususnya yang tergabung dalam Karang Taruna Kecamatan Padalarang terdapat komunitas yang memang bergerak dalam bidang usaha mikro kecil dan menengah yang rata-rata mempunyai usaha rintisan dengan merek yang mereka buat sendiri. Usaha mikro kecil dan menengah (selanjutnya disebut UMKM) tersebut menciptakan lapangan pekerjaan baru dan mampu bertahan terhadap krisis ekonomi (Yuni Sudarwati, 2013). Merek produk rintisannya bersumber pada ide yang mencerminkan ciri khas pemilik ataupun produk jualannya yang diharapkan mampu menarik minat masyarakat.

Industri UMKM merupakan kekuatan perekonomian Indonesia yang persentasenya mencapai hampir 60 persen (Andrew Betlehn, 2018). Sejak tahun 2009 krisis moneter dunia berimbas terhadap perekonomian dunia, tidak terkecuali Indonesia. Banyak perusahaan besar gulung tikar akan tetapi UMKM mampu bertahan atas efek krisis ekonomi tersebut bahkan bermunculan ide kreatif baru UMKM untuk memulai usaha baru.

Munculannya unit usaha baru tersebut harus dilindungi kepentingan hak-haknya atas produk yang telah diciptakan sehingga nilai ekonominya bertambah dengan didaftarkannya merek. Semakin banyak UMKM yang berdiri dengan berbagai produk yang dibuat terdapat pula produk yang mirip bahkan sengaja meniru produk UMKM lain, hal tersebut merupakan salah satu masalah yang terjadi yang dikarenakan belum terdaftarnya merek produk hasil UMKM (Suhargon, 2019).

Pendaftaran atas merek menjadi suatu kewajiban bagi pemilik merek agar perlindungan hukum terhadap hak-haknya terjamin (Rahmadia Maudy Putri Karina, 2019). Suatu produk yang dihasilkan oleh UMKM mempunyai nilai lebih jika menggunakan merek yang mempunyai ciri khas yang membedakan dengan produk lainnya. Merek merupakan gambaran dan nama baik dari suatu perusahaan yang berskala besar atau kecil bahkan menengah sekalipun seperti halnya UMKM (Zaenal Arifin, 2020).

Berdasarkan hal tersebut kami tertarik untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui Penyuluhan dan Konsultasi Hukum kepada masyarakat khususnya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang ada di wilayah binaan Karang Taruna Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat Propinsi Jawa Barat.

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu penyuluhan hukum. *Zoom meeting* digunakan dalam pelaksanaannya dengan rincian sebagai berikut: 1) Penyuluhan dengan cara pemaparan mengenai permasalahan merek nasional dan UMKM; 2) pemaparan materi tentang tata cara pendaftaran merek UMKM melalui *online*; 3) Dialog interaktif, pada sesi ini banyak peserta yang menanyakan tentang kualifikasi merek UMKM, perlindungan hukum hak atas kekayaan intelektual; 4) Pemateri juga memberikan pertanyaan secara lisan kepada peserta penyuluhan sebagai alat ukur untuk mengetahui pemahaman terkait dengan mekanisme pendaftaran merek UMKM.

Kegiatan penyuluhan melalui zoom meeting diikuti oleh pengurus Karang Taruna Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat Provinsi Jawa Barat dengan jumlah peserta 29 orang yang terdiri dari perempuan dan laki-laki dengan rentang usia antara 20-50 tahun yang hampir 70 persen mempunyai usaha sendiri dengan berbagai merek dagang yang belum terdaftar pada Direktorat Jendral Kekayaan lintelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM.

Tim pelaksana yaitu dosen dan mahasiswa pada Program Studi Ilmu Hukum Universitas Komputer Indonesia sebanyak 7 orang dengan berlatar belakang keilmuan Ilmu Hukum. Tim Dosen membuat materi penyuluhan, *slide* presentasi, *link zoom meeting*, dan *link* absensi. Peran mahasiswa dengan memaksimalkan media sosial untuk mensosialisasikan penyuluhan hukum serta memandu acara dan mendokumentasikan kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampai dengan bulan Agustus 2021 pandemi *covic 19* masih belum berakhir di dunia dan tingkat terpaparnya virus tersebut terhadap masyarakat masih tinggi. Tingkat keterisian pasien teinfeksi virus *covid 19* dirumah sakit masih cenderung tinggi dan banyak juga masyarakat yang terinfeksi dengan gejala ringan melakukan isolasi mandiri untuk mencegah semakin menyebarnya virus *covid 19*. Pemerintah pusat bersama dengan pemerintah daerah dalam menanggulangi pandemi *covid 19* dengan melakukan upaya pemberian vaksin kepada seluruh masyarakat yang rentan terpapar virus *covid 19* dengan harapan *herd immunity* atau sebagian masyarakat terlindungi atau kebal terhadap virus *covid 19* cepat terbentuk. Upaya lain dari pemerintah melalui kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang salah satunya melarang kegiatan masyarakat untuk berkumpul.

Dalam rangka mendukung kebijakan pemerintah, Fakultas Hukum Unikom bersama dengan Pengurus Karang Taruna Kecamatan Padalarang memutuskan bahwa kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang semula dijadwalkan dilaksanakan secara tatap muka maka diganti dengan melalui media *zoom meeting*.



Pengabdian kepada masyarakat dengan metode penyuluhan ini juga melibatkan mahasiswa dengan tujuan meningkatkan *soft skill* mahasiswa dengan membantu dalam mempersiapkan dan dalam penyuluhan hukum dan menciptakan ruang bagi mahasiswa untuk mengetahui secara langsung kondisi masyarakat melalui penyuluhan hukum. Mahasiswa dapat menambah pengetahuan mendalam mengenai substansi dan teknik penyuluhan serta konsultasi hukum yang akan diberikan kepada masyarakat. Dengan melibatkan mahasiswa agar menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan diri

mahasiswa dalam menghadapi persaingan pada saat terjun ke masyarakat dalam menjalankan profesi di bidang hukum.

Melalui penyuluhan hukum tersebut dosen sebagai akademisi dapat berperan langsung terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat dan pemahaman mengenai tata cara pendaftaran kekayaan intelektual yang berkaitan dengan karya atau objek usaha masyarakat terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Masyarakat yang telah mendaftarkan mereknya dapat meningkatkan nilai ekonomi dan juga mendapatkan perlindungan hukum terhadap karya ciptanya.

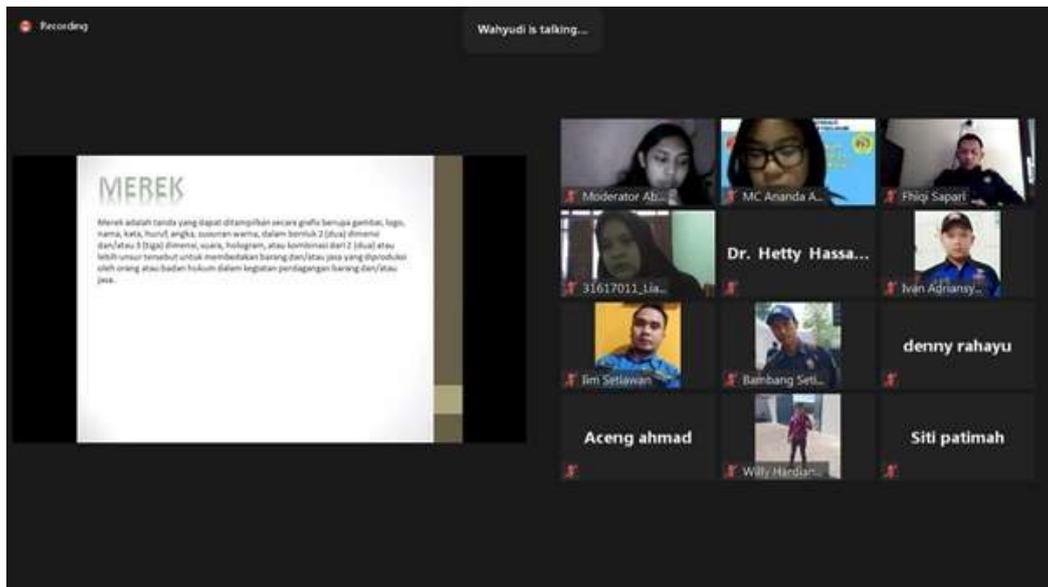


Merek merupakan simbol dari pemilik usaha yang menjadi tanda pengenal produk hasil ciptaannya yang dapat membedakan dengan produk lain. Selain itu juga merek mempunyai fungsi identifikasi sosial (Ahmad Mujahid, 2015). UMKM yang dikelola masyarakat Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat memiliki unit usaha yang beragam, produksi makanan misalnya ayam goreng, cireng (aci goreng), basreng (baso tahu goreng) lalu produk olahan minuman contohnya campuran teh dan susu, boba dan olahan minuman dari buah jeruk. Selain makanan dan minuman juga terdapat UMKM yang bergerak pada industri kreatif misalnya kerajinan gelang tangan, berbagai model tas dan produk jasa yaitu jasa pembuatan logo, desain kaos futsal dan badminton.

Pemasaran produk UMKM yang mereka lakukan pada dasarnya telah mengikuti perkembangan zaman yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi diantaranya pada akun *facebook*, *instagram*, *whatsapp* bahkan ada juga yang memiliki *website* tersendiri. Selain itu juga mereka masih menggunakan media promosi konvensional yaitu menyediakan spanduk pada kios atau outlet dan juga membuat flyer atau selebaran yang berisikan produk-produk mereka.

Pada umumnya para pelaku UMKM memiliki merek sebagai brand dari karya ciptaannya, akan tetapi hampir seluruh merek yang mereka gunakan tidak terdaftar pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Dengan tidak terdaftarnya merek mereka sehingga mengakibatkan banyak produk yang mirip bahkan serupa bermunculan. Hal ini mengakibatkan pemilik merek awal tersebut tidak terlindungi hak-haknya (Mohammad Amar Abdillah, 2019).

Kurangnya informasi yang didapat pelaku UMKM Kecamatan Padalarang terhadap pentingnya merek untuk didaftarkan menjadi penghalang mereka melakukannya walaupun media sosial telah banyak mengulas tentang manfaat merek yang didaftarkan.



Merek telah diatur dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, dalam undang-undang tersebut menyatakan bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Pemaparan kami terkait merek menjelaskan bahwa merek mempunyai 6 (enam) jenis yaitu merek dagang, merek jasa, merek kolektif, merek fungsional, merek citra dan merek eksprisesial. Merek dagang pada dasarnya harus memiliki daya pembeda secara spesifik (Lasut, 2015). Dalam ketentuan umum bab 1 ayat 1 menjelaskan bahwa merek dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya. Eksistensi merek jasa hanya terbatas pada bidang usaha yang berkaitan dengan bidang jasa saja (Riwanto, 2020).

Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. Kelebihan merek kolektif yaitu kepemilikan terdiri dari berbagai pihak yang mempunyai produk serupa sehingga biaya pendaftaran akan ditanggung secara bersama akan tetapi juga mempunyai kekurangan yaitu tidak dapat dilisensikan kepada pihak lain (Dhyah Ayu Retno Widyastuti, Alexander Beny Pramudyanto, 2018).

Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan kepada pemegang merek yang terdaftar yang mempunyai hak atas pengelolaannya. Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas merek tersebut berlaku setelah merek itu sendiri terdaftar.

Pasal 35 Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan perlindungan hukum terhadap merek terdaftar selama 10 (sepuluh) Tahun dan dapat diperpanjang dengan jangka waktu yang sama.

Setelah kami melakukan pemaparan terkait pentingnya merek untuk didaftarkan, peserta penyuluhan terlihat tertarik untuk mendaftarkan merek yang mereka miliki.



Prosedur pendaftaran merek merek dapat dilakukan secara online sebagai berikut (Syarat dan prosedur pendaftaran Merek, 2021):

Syarat:

1. Etiket/Label Merek.
2. Tanda Tangan Pemohon.
3. Surat Rekomendasi UKM Binaan atau Surat Keterangan UKM Binaan Dinas (Asli) - Untuk Pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil.
4. Surat Pernyataan UMK Bermaterai - Untuk Pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil.

Prosedur:

Pesan kode *billing* di <http://simpaki.dgip.go.id/>

- Pilih 'Merek dan Indikasi Geografis' pada jenis pelayanan.
- Pilih 'Permohonan Pendaftaran Merek yang Diajukan Oleh:'
- Pilih 'Usaha Mikro dan Usaha Kecil' atau 'Umum'
- Pilih 'Secara Elektronik (*Online*)'
- Masukkan Data Pemohon dan Data Permohonan (nama, alamat lengkap, email dan nomor ponsel, dll)
- Lakukan pembayaran PNBP melalui *ATM/internet banking/m-banking*

Buat Akun :

*Log in* pada akun merek <https://merek.dgip.go.id/>

- 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'

Biaya:

Umum : Rp.1.800.000/kelas

UMK : Rp. 500.000/kelas



Setelah pemaparan materi selesai, sesi selanjutnya yaitu diskusi dan tanya jawab. Pada sesi diskusi penyuluhan tersebut beberapa peserta menanyakan terkait dengan perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek. Sebagaimana dijelaskan dalam pemaparan materi tersebut bahwa perlindungan hak atas merek terdaftar selama 10 (sepuluh) tahun sejak merek tersebut terdaftar dan dapat diperpanjang dengan waktu yang sama. Merek pada prinsipnya dapat beralih atau dialihkan melalui pewarisan, wasiat, wakaf hibah dan perjanjian.

Selanjutnya pertanyaan dari peserta lainnya yaitu terkait dengan sanksi pidana bagi yang memproduksi dan memperdagangkan merek terdaftar tanpa ijin. Berdasarkan ketentuan pidana pada Pasal 100 Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis diancam dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) Tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,- (dua milyar rupiah).

## **SIMPULAN**

Merek menjadi bagian dari identitas suatu produk, merek yang terdaftar menjadi dasar untuk mencegah orang lain memakai secara keseluruhan maupun yang sama pada pokoknya dalam peredaran barang atau jasa sejenisnya. Pemakaian merek terhadap suatu produk UMKM mempunyai kelebihan salah satunya menjadi media promosi sehingga memudahkan konsumen dalam mencari produk yang dicari.

UMKM dalam mendaftarkan merek miliknya mempunyai keistimewaan dibandingkan dengan industri lain salah satunya biaya yang lebih rendah. Pelindungan hukum bagi merek terdaftar yang dimiliki UMKM selama 10 tahun dan dapat diperpanjang dengan waktu yang sama. Selain itu juga merek terdaftar dapat dialihkan dengan cara warisan, wakaf, hibah maupun perjanjian.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Komputer Indonesia atas motivasi kepada kami untuk selalu menjadi manfaat bagi lingkungan sekitar, Ketua Divisi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (DP2M) Unikom, Dekan Fakultas Hukum Unikom, Ketua Program Studi Ilmu Hukum Unikom, Ketua dan anggota Pengurus Karang Taruna Kecamatan

Padalarang, rekan dosen dan mahasiswa yang telah mencurahkan segala kemampuan demi terlaksananya kegiatan ini.

## REFERENSI

- Ahmad Mujahid, P. S. (2015). Pengaruh Fungsi Merek Berupa Jaminan, Identifikasi Personal, dan Identifikasi Sosial Terhadap Respon Konsumen Produk Batik. *Jurnal Fokus Manajerial*, 13(1), 1–14.
- Andrew Betlehn, P. O. S. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia. *Law And Justice*, 3(1), 3–11.
- Dhyah Ayu Retno Widyastuti, Alexander Beny Pramudyanto, R. A. V. N. P. A. (2018). Dinamika dalam Membangun Merek Kolektif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Komunikator*, 10(2), 150–162.
- Lasut, M. V. (2015). Aspek Hukum Penggunaan Merek Dagang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. *Lex Privatum*, 3(3), 20–27.
- Mohammad Amar Abdillah. (2019). Perlindungan Hukum Pemilik Merek Tidak Terdaftar Atas Tindakan Pendaftaran Mereknya Oleh Pihak Lain Ditinjau Dari Asas Itikad Baik. *Jurist-Diction Law Journal*, 2(4), 1357–1354.
- Rahmadia Maudy Putri Karina. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Ikea Atas Penghapusan Merek Dagang. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(2), 194–212.
- Riwanto, N. (2020). Eksistensi Merek Jasa Terkenal Dalam Hukum Nasional Dan Internasional. *Jurnal Yustisia Merdeka*, 6(1), 1–7.
- Suhargon, R. (2019). Analisa Hukum Terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang Bagi Umkm Dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Rakyat. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 3(2), 67–73.
- Syarat dan prosedur pendaftaran Merek. (2021). Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kemenkumham RI. <https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur>.
- Yuni Sudarwati, V. E. S. (2013). Strategi Pengembangan Merek Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 89–101.
- Zaenal Arifin, M. I. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Contituendum*, 5(1), 47–65.