

BAB II

TINJAUNAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual

1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Istilah tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan terjemah dari *Intellectual Property Right (IPR)*, sebagaimana diatur pada Undang-Undang No. 4 Tahun 1994 tentang Pengesahan WTO (*Agreement Establishing The World Trade Organization*). Pengertian *Intellectual Property Right* (selanjutnya ditulis IPR) adalah yang mengatur segala karya-karya yang lahir karena adanya kemampuan intelektual yang mempunyai hubungan dengan hak seseorang secara pribadi yaitu hak asasi manusia (*human right*).

Hak kekayaan disini menyangkut pengertian “pemilikan” (ownership) yang menyangkut lembaga sosial dan hukum, keduanya selalu terkait dengan pemilik dan suatu benda yang dimiliki. Secara luas konsep “kepemilikan” dan “kekayaan” apabila dikaitkan dengan “hak”, maka ditinjau dari segi hukum, dikenal hak yang menyangkut kepemilikan dan hak yang menyangkut kebendaan. Jika ditelusuri lebih jauh, hak milik intelektual sebenarnya merupakan bagian dari benda, yaitu benda tidak berwujud (benda immateril). Benda dalam kerangka hukum perdata dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori. Salah satu diantara kategori itu

adalah pengelompokan benda ke dalam klasifikasi benda berwujud dan tidak berwujud. Untuk hal ini dapatlah dilihat batasan benda yang dikemukakan oleh pasal 499 KUHPerdata yang berbunyi: menurut paham undang-undang yang dimaksud dengan benda ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik.²⁰

Ditinjau dari segi hukum perdata hak milik intelektual senantiasa berhubungan dengan kepemilikan yang terdapat pada pasal 570 Kitab Undang-Undang Perdata isinya adalah sebagai berikut :

“ Hak milik adalah hak untuk menikmati kegunaan sesuatu kebendaan dengan leluasa dan untuk berbuat bebas terhadap kebendaan itu dengan kedaulatan sepenuhnya, asal tidak bersalahan dengan undang-undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh suatu kekuasaan yang berhak menetapkan, dan tidak mengganggu hak-hak orang lain, kesemuanya itu dengan tak mengurangi kemungkinan akan pencabutan hak itu demi kepentingan umum berdasar atas ketentuan undang-undang dan dengan pembayaran ganti rugi”.

Dari ketentuan Pasal 570 KUH Perdata tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap hak milik mempunyai unsur:

- 1) Kemampuan untuk menikmati atas benda atau hak yang menjadi objek hak milik tersebut.

²⁰ R.Subekti dan R.Tjitrosudibio, 2008, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Pradnya Paramita, Hal.157.

- 2) Kemampuan untuk mengawasi atau menguasai benda yang menjadi obyek hak milik.

Hukum memberikan batasan kepada pemiliknya untuk menikmati maupun untuk menguasai atas benda atau hak yang merupakan miliknya tersebut. Pengaturan hak kekayaan intelektual selalu memuat pembatasan terhadap penguasaan atau penggunaan tersebut antara lain:

- 1) Batas-batas yang diadakan oleh peraturan perundang-undangan
- 2) Batas-batas tata kesusilaan dan ketertiban umum, ketentuan ini mengisyaratkan bahwa hak kekayaan intelektual tidak boleh bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum termasuk pula penggunaan tanda yang bertentangan agama dan moral.
- 3) Pencabutan hak milik untuk kepentingan masyarakat, asal saja pencabutan hak milik dilakukan berdasarkan undang-undang dan dengan pembayaran ganti rugi yang banyak.²¹

Hak milik intelektual ini baru ada bila kemampuan intelektual manusia itu telah membentuk sesuatu yang bisa dilihat, didengar, dibaca, maupun digunakan secara praktis.

Bahwa hak milik intelektual ini merupakan hak yang berasal dari kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki

²¹ Mastur, 2008, "Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Untuk Mengurangi Tingkat Persaingan Usaha (Studi Merek Genteng Sokka Kabupaten Kebumen)", Tesis Progam Setudi Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, Hal.35.

manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga mempunyai nilai ekonomi. Esensi yang terpenting dari setiap bagian hak milik intelektual ini ialah adanya suatu ciptaan tertentu (creation). Ciptaan ini mungkin dalam bidang kesenian (art), tetapi mungkin juga di dalam bidang industri atau pengetahuan. Mungkin pula suatu kombinasi dari ketiga bidang tersebut, yang masing-masing mempunyai istilah tertentu.²²

Dari perkembangan yang ada, nampaknya kini pengaturan hak milik intelektual menempatkan undang-undang tidak semata-mata bersifat tambahan, melainkan bahwa pembuat undang-undang telah bermaksud untuk memberikan suatu ketentuan yang lebih bersifat memaksa. Namun demikian perubahan pengaturan tersebut masih bertumpu pada sifat asli yang ada pada hak milik intelektual tersebut, yaitu diantaranya:

1) Mempunyai jangka waktu terbatas

Dalam arti setelah habis masa perlindungannya ciptaan (penemuan) tersebut akan menjadi milik umum, tetapi ada pula yang setelah habis masa perlindungannya bisa diperpanjang terus, misalnya hak merek, tetapi ada juga yang perlindungannya hanya bisa diperpanjang satu kali dan jangka waktunya tidak sama lamanya dengan jangka waktu perlindungan pertama, contohnya hak paten. Jangka waktu perlindungan hak milik intelektual ini ditentukan secara jelas dan pasti dalam undang-undangnya.

2) Bersifat eksklusif dan mutlak

²² Muhammad Djumhana & Djubaedillah, 1993, *Hak Milik Intelektual*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 16-17.

Maksudnya bersifat eksklusif dan mutlak yaitu bahwa hak tersebut dapat dipertahankan terhadap siapa pun. Yang mempunyai hak itu dapat menuntut terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh siapa pun.

3) Bersifat hak mutlak yang bukan kebendaan.²³

Prinsip utama pada hak milik intelektual yaitu bahwa hasil kreasi dari pekerjaan dengan memakai kemampuan intelektualnya tersebut, maka pribadi yang menghasilkannya mendapat kepemilikannya berupa hak alamiah (natural). Begitulah sistem hukum romawi menyebutkannya sebagai cara perolehan alamiah (natural acquisition) berbentuk spesifikasi yaitu melalui penciptaan.

Sebagai cara untuk menyeimbangkan kepentingan dan peranan pribadi individu dengan kepentingan masyarakat, maka sistem hak milik intelektual berdasarkan pada prinsip :

1. Prinsip Keadilan (the principle of natural justice)

Para investor berhak mendapatkan imbalan berupa materi maupun imateri atas karyanya berdasarkan kemampuan intelektualnya.

2. Prinsip ekonomi (the economic argument)

Hak kekayaan intelektual yang dituangkan dalam berbagai bentuk kepada publik memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia.

²³ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, Op.Cit, Hal.18-19

3. Prinsip kebudayaan (the cultural argument)

Perkembangan ilmu pengetahuan, seni dan sastra sangat besar artinya bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban dan martabat manusia.

4. Prinsip sosial (the social argument)

Hukum berfungsi menyeimbangkan kepentingan individu dengan masyarakat, terlebih dalam dunia global yang memandang bahwa seluruh komunitas manusia di seluruh belahan dunia adalah satu masyarakat.

2. Ruang Lingkup Hak Kekayaan Intelektual

Secara garis besar HKI terbagi dalam 2(dua) bagian:

a) Hak Cipta

Didalam ketentuan Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang hak Cipta menjelaskan pengertian hak cipta yaitu :

“hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”²⁴

Pencipta adalah seorang atau beberapa orang yang bersama-sama yang atas inspirasinya melahirkan suatu ciptaan berdasarkan kemampuan pikiran, imajinasi, kecekatan atau keahlian yang dituangkan ke dalam bentuk yang khas dan bersifat pribadi.

²⁴ Ketentuan pasal 1 butir 1, Undang-Undang No 28 Tahun 2014.

Hak terkait yaitu hak yang berkaitan dengan hak cipta, yaitu hak eksklusif bagi pelaku untuk memperbanyak atau menyiarkan pertunjukannya bagi prosedur rekaman suara untuk memperbanyak atau menyewakan karya rekaman suara atau rekaman untuk memperbanyak atau menyewakan karya rekaman suara atau rekaman bunyian, dan bagi lembaga penyiar untuk membuat, memperbanyak atau menyiarkan karya siarannya.

Di dalam hak cipta juga diatur tentang hak moral dan hak ekonomi, Undang-Undang hak cipta menyebutkan bahwa, hak moral adalah hak yang melekat pada diri pencipta atau pelaku yang tidak dapat dihilangkan atau dihapus dengan alasan apapun, meski hak cipta atau hak terkait dialihkan. Sedangkan hak ekonomi adalah hak-hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan serta prosuk hak terkait.

b) Hak Milik Perindustrian

1) Paten

Sebenarnya di Indonesia sudah dikenal istilah hak paten semasa penjajahan Belanda yaitu waktu diberlakukannya Octrooiwet 1910 S. No yis S. 11-33, S.22-54 yang mulai berlaku 1 Juli 1912. Setelah Indonesia merdeka Undang-Undang Oktroi dinyatakan tidak berlaku karena dirasakan tidak sesuai lagi dengan suasana negara yang berdaulat.²⁵

²⁵ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, Op.Cit, Hal.110.

Undang-Undang terbaru yang mengatur hak paten adalah Undang-Undang Nomor 13 tahun 2016, pasal 1 butir 1 menyatakan bahwa:

“hak paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada investor atau hasil invensinya di bidang teknologi untuk jangka waktu tertentu melaksanakan sendiri invensi tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya”.²⁶

2) Merek

Mengenai merek pertama kali indonesia dikeluarkannya peraturan tentang hak milik perindustrian, peraturan hak milik perindustrian ini mengikuti peraturan yang berlaku di belanda sesuai dengan azas konkordasi. Pengaturan undang-undang merek yang terbaru adalah Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

Pasal 1 butir 1 Undang-Undang merek menjelaskan pengertian merek yaitu:

“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

²⁶ Ketentuan pasal 1 butir 1, Undang-Undang No 13 Tahun 2016.

*jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.*²⁷

3) Desain Industri

Desain industri sebagai bagian penting dari hak milik perindustrian diatur dalam Undang-Undang Nomor 31 tahun 2000. Pengertian desain industri dapat dilihat dalam Undang-Undang Tentang Desain Industri yaitu:

*“ Desain Industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri atau kerajinan tangan.”*²⁸

4) Indikasi Geografis

Pengertian indikasi geografis terdapat pada pasal 1 butir 6 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

5) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu

Pengaturan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2000.

6) Informasi Rahasia termasuk Rahasia dagang dan Data Test

²⁷ Ketentuan pasal 1 butir 1, Undang-Undang No 20 Tahun 2016.

²⁸ Ketentuan pasal 1 butir 1, Undang-Undang No 31 Tahun 2000.

Pengaturan Rahasia Dagang diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

7) Varietas Tanaman Baru

Pengaturan Varietas Tanaman Baru diatur didalam Undang-Undang Nomor 29 tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman.

B. Tinjauan Umum Tentang Merek

1. Pengertian Merek

Dalam pasal 1 butir 1 Undang-undang Merek 2016 diberikan definisi tentang merek yaitu:

“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.”²⁹

Selain berdasarkan batasan yuridis beberapa Sarjana ada juga memberikan pendapatnya tentang merek, yaitu:

- 1) R. Soekardono, Memberikan rumusan bahwa, Merek adalah sebuah tanda (Jawa: ciri atau tengger) dengan mana dipribadikan

²⁹ Ketentuan pasal 1 butir 1, Undang-Undang No 20 Tahun 2016.

sebuah barang tertentu , dimana perlu juga dipribadikan asalanya barang atau menjamin kualitasnya barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.

- 2) H.M.N Purwo Sutjipto, S.H memberikan rumusan bahwa, Merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenisnya,
- 3) Philip S. James M.A., Sarjana Inggris, menyatakan bahwa: *A trade mark is a mark used in connexion with goods which a trade uses in order to signify that a certain type of good are his trade need not be the actual manufacture of goods, in order to give him the right to use a trade mark, it will suffice if they merely pass through his hand in the course of trade.* (merek dagang adalah suatu tanda yang dipakai oleh seorang pengusaha atau pedagang untuk membedakan bahwa suatu bentuk tertentu dari barang-barang kepunyaannya, pengusaha atau pedagang tersebut tidak perlu penghasilan sebenarnya dari barang-barang itu, untuk memberikan kepadanya untuk memakai sesuatu merek, cukup memadai jika barang-barang itu ada di tangannya dalam lalu lintas perdagangan).³⁰

Istilah merek sejauh ini diartikan dengan berbagai cara, tergantung pada perspektif pemahaman atas fenomena merek itu sendiri. Dalam arti klasik, merek dihubungkan dengan identitas sebuah produk dan

³⁰ Saidin, 1995, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Hal.261-264

pembedaannya dari produk-produk para pesaing, baik dalam bentuk pemakaian nama tertentu, logo spesifik, desain khusus, maupun tanda dan simbol visual lainnya.³¹

Merek (trademark) sebagai tanda dengan daya pembeda yang digunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa. Untuk itu merek harus memiliki elemen:

- 1) Tanda dengan daya pembeda.
- 2) Tanda tersebut harus digunakan.
- 3) Untuk perdagangan barang dan/atau jasa.³²

Pada hakikatnya merek ada suatu tanda. Akan tetapi, agar tanda tersebut dapat diterima sebagai merek, harus memiliki daya pembeda. Yang dimaksudkan dengan memiliki daya pembeda adalah memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain. Suatu merek haruslah mempunyai sifat yang khas dan yang lain dari yang lain.³³

Dari pendapat tersebut, maupun dari peraturan merek yang berlaku, secara umum penulis mengambil kesimpulan bahwa merek adalah suatu tanda pemberi identitas atau pembeda pada barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang

³¹ Casavera, 2009, *15 Kasus Sengketa Merek Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Hal.3.

³² Rahmi Janed, 2015, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, Hal.6

³³ Sayud Margono, 2011, *Hak Milik Industri: Pengaturan dan Praktik di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia, Hal.47.

dengan barang atau jasa sejenis yang dihasilkan oleh orang lain agar dapat menunjukkan asal atau sumbernya serta dapat menjadi jaminan atas mutu barang atau jasa tersebut.

2. Jenis-Jenis Merek

Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, jenis merek dapat dibedakan menjadi:

- 1) Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum membedakan dengan barang sejenis lainnya
- 2) 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.
- 3) 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 untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

3. Fungsi Merek

Dengan melihat arti kata merek dan objek yang dilindunginya, maka merek digunakan untuk membedakan barang atau produksi satu

perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis. Dengan demikian merek adalah tanda pengenal asal barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya, maka hal itu menggambarkan jaminan kepribadian (individuality) dan reputasi barang dan jasa hasil usahanya tersebut sewaktu diperdagangkan.³⁴

Dari pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya, atau hal-hal lain yang pada umumnya berkenaan dengan teknologinya.

Sedangkan bagi pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran. Dari pihak konsumen, merek diperlukan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli.³⁵

4. Permohonan Pendaftaran Merek

a. Syarat Pendaftaran Merek

Sebuah merek dapat disebut merek bila memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup (capable of distinguishing).³⁶ Maksudnya tanda yang dipakai (sign) tersebut mempunyai kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi sesuatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Untuk mempunyai daya pembeda ini, maka merk itu harus dapat memberikan penentuan atau "individualiserring" pada barang

³⁴ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, Op.Cit, Hal.125.

³⁵ Harsono Adisumarto, 1989, *Hak Milik Intelektual Khususnya Paten dan Merek*, Jakarta: Akademika Pressindo, Hal.45.

³⁶ Sudarga Gautama, 1993, *Hukum Merek Indonesia*, Cetakan Keempat, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, Hal.39.

atau jasa bersangkutan.³⁷ Menurut pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis disebutkan 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.”

Suatu merek agar memenuhi tujuannya serta mendapatkan perlindungan hukum maka perlu didaftarkan. Ketentuan mengenai merek yang tidak dapat didaftarkan dan ditolak termuat dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu sebagai berikut :

- 1) Merek yang tidak dapat didaftarkan apabila mengandung salah satu unsur :
 - a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum.
 - b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.
 - c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau

³⁷ Muhammad Djumhana& R.Djubaedillah, Op.Cit, Hal.123.

jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.

- d. Membuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan atau jasa yang diproduksi.
 - e. Tidak mempunyai daya pembeda dan/atau
 - f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.³⁸
- 2) Permohonan ditolak jika merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan :
- a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
 - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis.
 - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu, atau
 - d. Indikasi geografis terdaftar.
 - e. Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak.
 - f. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang, atau simbol atau emblem suatu negara atau lembaga nasional maupun internasional kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang, atau

³⁸ Ketentuan pasal 20, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

- g. 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.
- h. Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik.³⁹

Dari ketentuan pengertian merek serta persyaratan suatu merek agar dapat didaftarkan tersebut dapat disimpulkan bahwa sesuatu dapat dikategorikan dan diakui sebagai merek apabila :

- a. Mempunyai fungsi pembeda
- b. Merupakan tanda pada barang dagang atau jasa (unsur-unsur 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 kombinasi unsur-unsur tersebut).
- c. Tidak memenuhi unsur-unsur yang bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum.
- d. Bukan menjadi milik umum.
- e. Tidak merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Jika suatu permohonan pendaftaran merek tidak memenuhi syarat-syarat yang ditentukan, maka kantor milik Perindustrian memberitahukan secara tertulis kepada pemohon agar supaya permohonan memenuhi

³⁹ Ketentuan Pasal 21, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.

syarat-syarat tertentu atau menarik kembali permohonannya dalam waktu yang ditentukan oleh Kantor Milik Perindustrian.⁴⁰

Apabila memperhatikan ketentuan tentang kriteria merek yang dapat didaftar dan yang ditolak pendaftarannya, secara sederhana dapat dikatakan bahwa perbedaan utama antara kriteria merek yang tidak dapat didaftarkan dan yang ditolak pendaftarannya adalah terletak pada pihak yang dirugikan.

Jika suatu merek kemungkinan menimbulkan kerugian bagi masyarakat umum, maka merek tersebut tidak dapat didaftarkan. Tapi apabila, merek tersebut merugikan pihak-pihak tertentu, merek tersebut ditolak pendaftarannya. Atau lebih singkatnya dapat dikatakan bahwa merek yang tidak dapat didaftarkan yaitu merek yang tidak layak dijadikan merek, sedangkan merek yang ditolak yaitu merek yang merugikan pihak lain.

b. Prosedur Pendaftaran Merek

Prosedur atau tata cara permohonan pendaftaran merek di Indonesia telah diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa :

(1) permohonan pendaftaran merek diajukan oleh pemohon atau kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia.

⁴⁰ C.S.T Kansil, 1990, *Hak Milik Intelektual (Hak Milik Perindustrian dan Hak Cipta)*, Jakarta: Bumi Aksara, Hal.89.

(2) dalam permohonan harus mencantumkan :

- a. tanggal, bulan, dan tahun permohonan
- b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon
- c. nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa
- d. warna jika merek yang dimohonkan pendaftaranya menggunakan unsur warna
- e. nama negara dan tanggal permintaan merek pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas, dan
- f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

(3) Permohonan ditandatangani pemohon atau kuasanya.

(4) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label merek dan bukti pembayaran biaya.

(5) Biaya permohonan pendaftaran merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.

(6) Dalam hal merek sebagaimana dimaksud dalam ayat (4) berupa bentuk 3(dimensi), label merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik

(7) Dalam hal merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.

(8) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan.

(9) ketentuan lebih lanjut mengenai biaya permohonan sebagaimana yang dimaksud ayat (5) diatur dengan peraturan pemerintah.

Pendaftar bisa mendaftarkan dengan datang sendiri atau bisa dengan menguasakan kepada kuasa hukumnya yang berpratek di Indonesia. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 menetapkan bahwa dalam hal pemeriksaan melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa permohonan dapat disetujui untuk didaftar, maka atas persetujuan Dirjen, permohonan tersebut diumumkan dalam Berita Resmi Merek (BRM). Sebaliknya jika pemeriksa melaporkan hasil pemeriksaan substantif bahwa permohonan tidak dapat didaftar atau ditolak, maka atas persetujuan Ditjen, hal tersebut diberitahukan secara tertulis kepada pemohon atau kuasanya dengan meyebutkan alasannya.⁴¹ Permohonan atau kuasanya dapat menyampaikan keberatan atau tanggapannya dengan menyebutkan alasan, dalam hal pemohon atau kuasanya tidak menyampaikan keberatan atau tanggapan, Ditjen HKI menetapkan keputusan tentang penolakan permohonan tersebut.⁴²

c. Jangka Waktu Perlindungan Merek

Dalam ketentuan pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dinyatakan bahwa jangka waktu

⁴¹ Rahmi Janed, 2015, *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Globalisasi dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, Hal.149.

⁴² Rahmi Janed, Op.Cit, Hal.149.

perlindungan hukum merek yang terdaftar yaitu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek yang bersangkutan. Jangka waktu 10 (sepuluh) tahun tersebut dapat diperpanjang atas permohonan pemilik merek setiap kali untuk jangka waktu yang sama. Permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar diterima dan disetujui apabila :

- a) Merek yang bersangkutan masih digunakan pada barang dan atau jasa sebagaimana dalam sertifikat merek.
- b) Barang atau jasa sebagaimana dalam sertifikat merek tersebut masih diproduksi dan diperdagangkan.

Permohonan perpanjangan jangka waktu perlindungan merek terdaftar dapat ditolak dengan alasan-alasan tertentu. Penolakan perpanjangan merek terjadi apabila tidak memenuhi ketentuan misalnya:

- a) Melewati atau kurang dari jangka yang telah ditetapkan yaitu untuk pengajuan kembali dapat dilakukan 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu merek terdaftar dan masih dapat diajukan kembali 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka perlindungan merek terdaftar dengan biaya dan denda sebesar biaya perpanjangan.
- b) Tidak membayar biaya pengajuan perpanjangan.
- c) Merek yang bersangkutan tidak digunakan pada barang dan jasa sebagaimana dicantumkan dalam sertifikat merek tersebut.

- d) Barang atau jasa dalam sertifikat merek sudah tidak diproduksi atau diperdagangkan lagi.

C. Tinjauan Umum Tentang Merek Kolektif

1. Pengertian Merek Kolektif

Dalam Hukum Internasional yang mengatur tentang merek kolektif yaitu dalam Konvensi Paris, yang merupakan merek dari suatu perkumpulan atau asosiasi. Umumnya asosiasi ini dari para produsen atau dari para pedagang dalam barang-barang yang dihasilkan dalam suatu negara tertentu atau dari barang-barang dan jasa yang mempunyai ciri-ciri umum tertentu.⁴³

Menurut Prof. Sudargo Gautama, bahwa tanda-tanda yang diperkenalkan dengan istilah merek kolektif ini bukan berfungsi untuk membedakan barang-barang yang dihasilkan dalam suatu perusahaan terhadap perusahaan lain. Tetapi merek kolektif ini dipakai untuk membedakan asal usul karakteristik yang berbeda pada barang-barang atau jasa-jasa dari perusahaan-perusahaan yang berbeda tetapi memakai merek sama secara kolektif dibawah pengawasan dari yang berhak. Dengan lain perkataan, benda dan jasa tersebut diberikan jaminan tertentu tentang kualitasnya.⁴⁴

⁴³ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, Op.Cit, Hal.126.

⁴⁴ Sudarga Gautama, 1986, *Hukum Merek Indonesia*, Cetakan Kedua, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, Hal. 54-55

Pengertian merek kolektif, menurut Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu:

“merek kolektif 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 untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya”.

Permintaan pendaftaran merek dagang atau merek jasa sebagai merek kolektif hanya dapat diterima, apabila dalam permintaan pendaftaran tersebut dengan jelas dinyatakan bahwa merek tersebut digunakan sebagai merek kolektif. Selain itu permintaan pendaftaran merek kolektif juga wajib menyerahkan salinan peraturan penggunaan merek sebagai merek kolektif, yang ditanda tangani oleh pemilik merek yang bersangkutan. Pemeriksaan kelengkapan persyaratan sama dengan permintaan pendaftaran merek yang biasa.⁴⁵

Penghapusan dan pembatalan merek kolektif ketentuannya sama dengan ketentuan penghapusan dan pembatalan merek yang biasa. Kantor merek dapat menghapus pendaftaran merek kolektif atas dasar:

- a. Permintaan sendiri dari pemilik merek kolektif dengan persetujuan tertulis dari semua pemakai merek kolektif.

⁴⁵ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, Op.Cit, Hal.127.

- b. Terdapat bukti yang cukup bahwa merek tersebut tidak dipakai berturut-turut selama tiga tahun atau lebih sejak tanggal pendaftarannya.
- c. Terdapat bukti yang cukup kuat bahwa merek kolektif digunakan untuk jenis barang atau jasa yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang dimintakan pendaftarannya.
- d. Terdapat bukti yang kuat bahwa merek kolektif tersebut tidak digunakan sesuai dengan peraturan penggunaan merek kolektif.
- e. Adanya keputusan Pengadilan karena gugatan pihak ketiga.⁴⁶

2. Syarat- syarat Merek Kolektif

Sebagaimana lazimnya merek pada umumnya, maka secara fundamental merek kolektif harus mampu memberikan fungsi daya pembeda, sangat penting untuk menghargai bahwa fungsi daya pembeda. Manakala mempertimbangkan daya pembeda, sangat penting untuk menghargai bahwa fungsi daya pembeda dari sertifikasi dan merek kolektif selain harus berbeda dengan sesama merek kolektif juga harus berbeda dengan merek dagang pada umumnya. Jadi fungsi daya pembeda (distinctiveness) merek kolektif sebagai berikut:

- a) Pembeda barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan perusahaan lain.
- b) Referensi atau rujukan untuk membedakan barang dan jasa dari anggota asosiasi sebagai pemilik merek tersebut dari asosiasi lain.

⁴⁶ Muhammad Djumhana & R. Djubaedillah, Op.Cit, Hal.127-128.

- c) Pembeda barang dan jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan lain dan harus dianggap pembeda barang dan jasa yang di sertifikasi dari barang dan jasa yang tidak tersertifikasi.
- d) Persyaratan substantif lainnya untuk merek kolektif adalah Sertifikasi Peraturan Pengguna Merek Kolektif (PPMK) sebagai standar peraturan yang harus dipenuhi oleh anggota pengguna merek kolektif yang bersangkutan.⁴⁷

Namun merek kolektif (*colective marks*) berbeda dengan merek bersertifikasi (*certification marks*) karena merek kolektif digunakan oleh anggota tertentu dari organisasi yang memiliki merek kolektif tersebut. Adapun *certification marks* mungkin digunakan oleh setiap orang yang memenuhi standar yang didefinisikan oleh pemilik merek tersertifikasi *certified mark* tersebut.⁴⁸

Hal ini diatur dalam pasal 46 UU Nomor 20 tahun 2016 sebagai berikut:

- (1) permohonan pendaftaran merek sebagai merek kolektif hanya dapat diterima jika dalam permohonan dengan jelas dinyatakan bahwa merek tersebut akan digunakan sebagai merek kolektif.

⁴⁷ Rahmi Janed, Op.Cit, Hal.280-281.

⁴⁸ Rahmi Janed, Op.Cit, Hal.281

(2) selain penegasan mengenai penggunaan merk kolektif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) permohonan wajib disertai dengan salinan ketentuan penggunaan merek tersebut sebagai merek kolektif.⁴⁹

Pemilik merek kolektif terdaftar hanya dapat menggunakan merek tersebut bersama-sama dengan perusahaan, perkumpulan atau penghimpunan lain yang juga memakai merek kolektif yang bersangkutan, apabila hal tersebut dinyatakan dengan tegas persyaratannya dalam persetujuan penggunaan merek kolektif yang dijanjikan.

Menurut Pasal 46 ayat (3) Undang-Undang No 20 tahun 2016, Peraturan penggunaan merek kolektif harus memuat:

- a) Sifat, ciri-ciri umum atau mutu dari barang dan/atau jasa yang akan diproduksi dan diperdagangkan.
- b) Pengawasan atas penggunaan merek kolektif; dan
- c) Sanksi atas pelanggaran ketentuan penggunaan merek kolektif.

3. Perolehan Hak Merek Kolektif

Perolehan hak merek kolektif menganut first to file system dengan memenuhi persyaratan formal dan material. Pasal 47 UU Nomor 20 tahun 2016 menetapkan pemenuhan persyaratan formal menyangkut dokumen administratif. Selanjutnya pasal 48 UU Nomor 20 tahun 2016 menetapkan pemenuhan persyaratan materiel atau substantif berkaitan dengan alasan absolut mengenai iikad baik dan merek yang tidak dapat didaftarkan, juga

⁴⁹ Ketentuan Pasal 46, Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016

alasan relatif pasal 47 menetapkan mengenai merek yang harus ditolak pendaftarannya juga adanya PPMK.

Dalam banyak kasus penolakan yang diterapkan secara equal sama dengan merek dagang pada umumnya berlaku untuk merek sertifikasi atau merek kolektif, namun ada juga keadaan yang mungkin tidak ada dalam sertifikasi dan pendaftaran merek kolektif, tidak berlaku untuk merek pada umumnya.

Kepentingan yang mendasari tetap sama manakala mempertimbangkan kemampuan agar dapat diterimanya suatu tanda sebagai merek kolektif. Informasi selanjutnya, bersama-sama dengan praktik pendaftaran dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Merek memiliki kapasitas untuk menampilkan fungsi pembeda esensialnya dimata rata-rata konsumen yang relevan.
- b. Merek memnuhi kebutuhan untuk mempertahankan indikasi deskriptif bebas untuk penggunaan secara sah bagi pengusaha lainnya.
- c. Memenuhi kebutuhan untuk mencegah pemberian monopoli terkait dengan tanda atau indikasi yang sudah lazim digunakan dalam perdagangan.

Pemilik merek kolektif bertanggungjawab untuk memastikan kepatuhan dengan standar yang lazimnya sesuai dengan peraturan penggunaan merek kolektif (PPMK). Fungsi dari merek kolektif adalah

untuk menginformasikan pada masyarakat tentang gambaran khusus tertentu dari produk untuk mana merek kolektif tersebut digunakan. Kebanyakan negara mensyaratkan bahwa pendaftaran merek terkenal harus dilengkapi dengan peraturan penggunaan merek kolektif (PPMK) dicatat dalam Daftar Umum Merek (DUM) dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek (BRM).⁵⁰

4. Peralihan Hak Merek Kolektif

Hak atas merek diberikan kepada pemilik merek (satu orang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum) yang beritikad baik. Sesuai dengan ketentuan hak atas merek diberikan pengakuannya oleh negara maka pendaftaran merek merupakan keharusan bilamana pemilik menghendaki agar secara hukum diakui secara sah sebagai orang yang berhak atas merek.

Dalam pasal 41 (1) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 hak atas merek dapat beralih atau dialihkan karena:

- a. Pewarisan
- b. Wasiat
- c. Wakaf
- d. Hibah
- e. Perjanjian; atau
- f. Sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan

⁵⁰ Rahmi Janed, Op.Cit, Hal.282-283

Hak atas merek kolektif terdaftar hanya dapat dialihkan kepada pihak penerima yang dapat melakukan pengawasan efektif sesuai dengan ketentuan penggunaan merek kolektif tersebut. Pengalihan hak atas merek kolektif wajib dimohonkan pencatatannya kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual dengan dikenai biaya. Pencatatan pengalihan hak atas merek kolektif dicatat dalam Daftar Umum Merek dan diumumkan dalam Berita Resmi Merek. Merek kolektif yang terdaftar tidak dapat dilisensikan kepada pihak lain sebagaimana merek pada umumnya.

5. Konsep Dasar Dan Basis Aturan Merek Kolektif

Merek kolektif diatur dalam Article 7 bis the Paris Convention for the Protection of Industrial Property Right (1883/1967). Berdasarkan Article 7 Paris Convention negara anggota harus menerima pendaftaran merek kolektif yang dimiliki oleh asosiasi dimana eksistensinya tidak bertentangan dengan hukum negara asal. Di Indonesia, merek kolektif diatur dalam pasal 46 sampai dengan pasal 51 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016.

Berdasarkan hukum hak kekayaan intelektual dari banyak negara, ada pengaturan tentang merek kolektif yang lazimnya didefinisikan sebagai tanda yang berbeda dengan indikasi asal, mode dan materi dari pabrikan atau karakter umum dari barang dan jasa perusahaan lain yang

menggunakan merek kolektif, pemilik merek adalah asosiasi atau suatu wadah usaha termasuk institusi masyarakat atau suatu koperasi.⁵¹

D. Tinjauan Umum Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

1. Konsep Dan Definisi UMKM

Diakui bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang melainkan juga negara-negara maju. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi.⁵² Pada prinsipnya pembedaan antara UMI,UK,UM dan UB umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun, atau jumlah pekerja tetap.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2018 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM), istilah UMKM dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Usaha Mikro (UMI)

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro

⁵¹ Rahmi Janed, Op.Cit, Hal.281.

⁵² Tulus Tambunan, 2012, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia (Isu-isu Penting)*, Jakarta: LP3ES anggota Ikapi, Hal. 11.

sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.⁵³ Usaha mikro merupakan usaha produktif yang kekayaannya sampai 50 Juta Rupiah dengan pendapatan 300 Juta Rupiah pertahun.⁵⁴

b. Usaha Kecil (UK)

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.⁵⁵ Usaha kecil merupakan usaha produktif dengan nilai kekayaan usaha antara 50 sampai 500 Juta Rupiah dengan total penghasilan 300 Juta sampai 2,5 Milyar Rupiah pertahun.⁵⁶

c. Usaha Menengah (UM)

Usaha Menengah adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau

⁵³ Ketentuan Pasal 1 angka 1, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

⁵⁴ Ketentuan Pasal 6 angka 1, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

⁵⁵ Ketentuan Pasal 1 angka 2, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

⁵⁶ Ketentuan Pasal 6 angka 2, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.⁵⁷

Usaha menengah merupakan usaha produktif yang memiliki kekayaan (modal) 500 Juta Rupiah sampai dengan jumlah pendapatan sekitar 2,5 Milyar sampai 50 Milyar Rupiah pertahun⁵⁸

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS) selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara UMI, UK, UM dan UB. Misalnya menurut BPS, UMI (atau disektor industri manufaktur umum disebut industri rumah tangga) adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, UK antara 5 dan 19 pekerja, dan UM dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori UB.⁵⁹

2. Model Pengembangan Dan Strategi Pemberdayaan UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) barangkali merupakan salah satu andalan utama bagi ketahanan ekonomi sebuah negara. Terbukti dimasa krisis dengan bertumbangnya banyak usaha konglomerasi yang dililit hutang luar negeri usaha kecil menengah terutama yang berorientasi ekspor justru meraup keuntungan yang luar biasa. Sebagian lagi survive dengan berbagai cara karena kecilnya investasi dan modal yang berputar.

⁵⁷ Ketentuan Pasal 1 angka 3, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

⁵⁸ Ketentuan Pasal 6 angka 3, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

⁵⁹ Tulus Tambunan, Op.Cit, Hal.12.

Akan tetapi masih banyaknya masalah yang dihadapi oleh pihak UMKM dalam rangka mengembangkan usahanya perlu mendapatkan perhatian khusus bukan hanya dari pihak pemerintah saja. Oleh karena itu hal yang penting untuk dibahas untuk dibahas adalah bagaimana seharusnya peran yang dimainkan oleh lembaga-lembaga ekonomi tersebut dalam memberdayakan atau membangun sektor ekonomi UMKM tersebut.⁶⁰

Pertama, mungkin dapat dipahami bahwa sebenarnya lembaga yang paling bertanggungjawab adalah untuk mengembangkan sektor ekonomi UMKM adalah pemerintah. Karena secara *de facto* dan *de jure*, pemerintahlah yang terlebih dahulu menunjukkan “*political action-nya*” secara konkrit dalam komitmennya untuk berpihak secara nyata ke sektor UMKM. Dimana hal tersebut seharusnya sudah tertuang dalam “*blue print*” kebijaksanaan pembangunan di wilayah masing-masing.⁶¹

Dalam hal ini pemerintah daerah misalnya, harus mampu berperan sebagai inisiator, fasilitator, mediator, koordinator demi untuk merealisasikan strategi pembangunan ekonomi berbasis UMKM.

Kedua, dalam kaitannya dengan lembaga-lembaga dunia usaha, baik pengusaha UMKM maupun pengusaha besar, mereka selalu harus berupaya secara mandiri dan sukarela untuk melakukan langkah-langkah

⁶⁰ Idris Yanto Niode, “*Setor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan*”, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNG, Nomor 1 Tahun 2009 (Januari), Hal.7.

⁶¹ Marsuki, 2006, *Pemikiran Dan Strategi Memberdayakan Sektor ekonomi UMKM Di Indonesia*, Jakarta: Mitra Wacana Media, Hal.21.

strategis dan realistis dalam berusaha. Diantaranya pengusaha UMKM, mereka harus selalu berupaya meningkatkan ketrampilan atau pengetahuan berusahanya, baik di bidang produksi, manajemen maupun pemasarannya.

Sedangkan bagi pengusaha besar didaerah, kiranya mereka berusaha menyertakan sektor ekonomi UMKM sebagai partner berusaha secara fungsional atas dasar saling menguntungkan. Serta kiranya pengusaha besar tersebut berusaha melakukan investasi berkenaan dengan pemberdayaan sektor atau potensi sumber daya lokal unggulan utamanya dalam industri pengolahan dengan melibatkan sektor UMKM.

Ketiga, dalam kaitannya dengan lembaga keuangan dan perbankan. Kiranya dengan adanya UU otonomi daerah maka sektor perbankan yang ada didaerah dapat melakukan beberapa penyesuaian kebijaksanaan baik dari kepentingan Bank Indonesia agar dapat mengakomodasi semangat UU Otonomi Daerah agar dapat melayani kebutuhan masyarakat secara optimal.⁶²

⁶² Idris Yanto Niode, “ *Setor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, Dan Strategi Pemberdayaan*”, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNG, Nomor 1 Tahun 2009(Januari) , Hal.9.