

**UPAYA DINAS PERDAGANGAN, KOPERASI UKM KABUPATEN  
SUKOHARJO DALAM RANGKA UNTUK MELINDUNGI MEREK  
UKM DI KABUPATEN SUKOHARJO**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1  
pada Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum

Oleh:

**BAYU WICAKSONO**  
**C100130068**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**UPAYA DINAS PERDAGANGAN, KOPERASI UKM KABUPATEN  
SUKOHARJO DALAM RANGKA UNTUK MELINDUNGI MEREK  
UKM DI KABUPATEN SUKOHARJO**

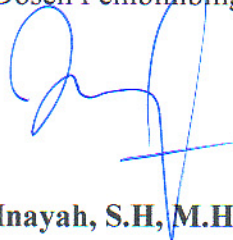
**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh:

**BAYU WICAKSONO**  
**C100130068**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'I' followed by a horizontal line and a vertical line.

**(Inayah, S.H., M.H.)**

## HALAMAN PENGESAHAN

### UPAYA DINAS PERDAGANGAN, KOPERASI UKM KABUPATEN SUKOHARJO DALAM RANGKA UNTUK MELINDUNGI MEREK UKM DI KABUPATEN SUKOHARJO

Oleh:

**Bayu Wicaksono**  
**C100130068**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Rabu, 18 Juli 2018

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Inayah, S.H., M.H.  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Kelik Wardiono, S.H., M.H.  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Septarina Budiwati, S.H., M.H.  
(Anggota II Dewan Penguji)

(  )  
(  )  
(  )

Dekan,



**Prof. Dr. H. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum**  
**NIK. 537**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 Juli 2018

Penulis



Bayu Wicaksono  
C100130068

## **UPAYA DINAS PERDAGANGAN, KOPERASI UKM KABUPATEN SUKOHARJO DALAM RANGKA UNTUK MELINDUNGI MEREK UKM DI KABUPATEN SUKOHARJO**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam melindungi merek Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Sukoharjo dan kendala-kendala untuk melindungi merek para pelaku UKM di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis yang bersifat deskriptif. Sumber data terdiri dari data primer yakni keterangan-keterangan dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dan data sekunder berupa studi pustaka. Metode pengumpulan data dengan wawancara dan studi kepustakaan, kemudian dianalisis dengan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam rangka melindungi merek UKM dengan melakukan sosialisasi dan bimbingan teknis bagi pelaku UKM di Sukoharjo serta memberikan pengarahan jika dalam usaha UKM tersebut telah stabil dengan memberi arahan untuk mendaftarkan mereknya. Adapun kendala yang dihadapi antara lain terbatasnya anggaran dan pelaku UKM belum merasa perlu untuk mendaftarkan mereknya, sehingga tidak berusaha untuk mendaftarkan mereknya, maka tugas Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kabupaten Sukoharjo menyelesaikan kendala tersebut dengan terus melakukan upaya sosialisasi dan bimbingan teknis bagi UKM di Sukoharjo.

**Kata Kunci:** Merek, Dinas Perdagangan, Koperasi UKM, Kabupaten Sukoharjo

### **Abstract**

*This study aims to determine the efforts of the Department of Trade, Cooperative SME Sukoharjo District in protecting brands Small and Medium Enterprises (SMEs) in Sukoharjo District and the constraints to protect brands SMEs in Sukoharjo District. This research uses a descriptive sociological juridical approach. Sources of data consists of primary data namely the information from the trade, Cooperative SME Sukoharjo District and secondary data in the form of literature study. Methods of data collection by interview and literature study, then analyzed with qualitative analysis. The result of the research shows that the effort of Trade Department, Cooperative SME Sukoharjo District in order to protect the brand of SMEs by conducting socialization and technical guidance for SMEs in Sukoharjo and provide guidance if in the SME business has been stabilized by giving direction to register the brand. The constraints faced include the limited budget and SMEs do not feel the need to register the brand, so do not try to register the brand, the task of Trade, Cooperatives and SMEs Sukoharjo District resolve the obstacle by continuing to make efforts socialization and technical guidance for SMEs in Sukoharjo.*

**Keywords:** Brand, Trade Officers, Cooperatives, and SMEs, Sukoharjo District

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek dan indikasi geografis<sup>1</sup> menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan usaha mikro kecil, dan menengah, dan industri dalam negeri. Setiap pelaku ekonomi diharuskan meningkatkan kemampuannya untuk bersaing baik dalam memproduksi maupun memasarkan suatu produk atau dengan kata lain mampu bersaing dalam perekonomian yang kompetitif. Hal ini disebabkan, dalam era perdagangan global kemampuan produksi dan pemasaran dilandaskan pada kemampuan menciptakan barang atau jasa yang dapat di jual di seluruh dunia dan mampu bersaing secara global dengan memanfaatkan teknologi.

Saat ini merek merupakan suatu basis dalam perdagangan modern. Dikatakan basis karena merek dapat menjadi dasar perkembangan perdagangan modern yang dapat digunakan sebagai *Goodwill*, lambang, satandar mutu, sarana menembus segala jenis pasar dan diperdagangkan dengan jaminan guna menghasilkan keuntungan besar. Terdapatnya merek lebih memudahkan konsumen membedakan produk yang akan dibeli konsumen dengan produk lain sehubungan dengan baik kualitas, kepuasan, kebanggaan, maupu atribut lain yang melekat pada merek.<sup>2</sup>

Indonesia sebagai negara berkembang mau tidak mau harus mengikuti sistem globalisasi yang sah dimana cita-cita bangsa Indonesia secara jelas terlihat dalam pembukaan UUD 1945, yaitu “*Meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat Indonesia*”.

Sebagai salah satu negara yang memiliki komitmen yang sangat kuat terhadap perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disebut HKI),

---

<sup>1</sup>Hendra Djaja, “Perlindungan Indikasi Geografis Pada Produk Lokal Dalam Sistem Perdagangan Internasional”, *Jurnal Cakrawala Hukum*, Vol.18, No.2 Desember 2013, hal.138

<sup>2</sup>Julius Rizaldi, 2010. *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal terhadap Persaingan Curang*, Bandung: PT Alumni, hal. 2

Indonesia juga sudah lama terlibat secara aktif dalam kerangka kerja baik yang bersifat regional maupun internasional di bidang HKI. Meskipun keikutsertaan tersebut tidak secara otomatis menghapus faktor-faktor penghalang di dalam penegakan HKI di Indonesia, setidaknya Indonesia telah menunjukkan kepada dunia internasional, bahwa HKI telah menjadi prioritas utama di dalam pembangunan saat ini.<sup>3</sup>

Dengan program ekonomi yang berbasiskan kerakyatan<sup>4</sup>, maka usaha-usaha kecil bermunculan. Banyak produk kreatif yang ditawarkan untuk memacu perekonomian negara. Harus diakui bahwa pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dari volume neraca perdagangan yang ditentukan oleh keunggulan komparatif dan teknologi dalam menghasilkan barang produksi, namun disisi lain juga menimbulkan dampak negatif, yaitu belum terlindunginya hak kekayaan intelektual dari suatu produk barang maupun jasa.

Jika hal ini terus dibiarkan tanpa ada tindak lanjutan maka akan timbul kerugian misalnya terhadap pemilik HKI, apabila dibiarkan para pemilik HKI akan terhambat kreatifitasnya dalam pengembangan suatu produk barang maupun jasa. Padahal industri kecil dan menengah ini mempunyai potensi berkontribusi yang sangat besar dalam menunjang pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia. Kontribusi tersebut misalnya industri kecil dan menengah dapat menciptakan banyak kesempatan kerja.

Hal ini juga di ungkapkan pada Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 27 Ayat (2) *“Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak”*. Dari kutipan Undang-Undang Dasar 1945 di atas telah jelas bahwa kesejahteraan adalah kemampuan warga negara untuk menjalani kehidupan dan pekerjaan yang layak.

---

<sup>3</sup>Tim Lindsey, dkk, 2002, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: PT Alumni, hal. 23

<sup>4</sup>Natalia Artha Malau, “Ekonomi Kerakyatan Sebagai Paradigma Dan Strategi Baru Dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Research Sains*, Vol. 2 No.1 Januari 2016, hal. 3.

Pemerintah sebagai aktor penting pada pencapaian kehidupan yang sejahtera memiliki andil besar dalam mengatur serta mencanangkan program-program pendukung agar tercapainya kehidupan yang sejahtera dan terpenuhinya kuota-kuota peluang kerja pada negara Indonesia. Dalam hal ini pula apabila dikelola secara serius dan diberi perlindungan hukum yang baik dilakukan pemerintah maka juga akan menambah pundi-pundi devisa negara yang dihasilkan melalui industri kecil dan menengah.

Berdasarkan karakteristik tersebut, maka selain dampak positif yang timbul adapula dampak negatif yang timbul juga yaitu banyak munculnya pemalsuan HKI. Berdasarkan pengamatan lapangan diperoleh gambaran bahwa sebenarnya masalah yang dihadapi dari para pelaku industri kecil dan menengah secara garis besar yaitu, persaingan tidak sehat yang dilakukan pelaku industri kecil dan kurangnya pengetahuan pelaku industri kecil dan menengah terhadap pentingnya HKI. Dengan demikian sangat perlu dilakukan penyuluhan dan pemberdayaan yang berkelanjutan dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi khususnya di Kabupaten Sukoharjo sebagai pihak yang menaungi industri kecil dan menengah di Kabupaten Sukoharjo untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian para pelaku industri kecil dan menengah akan sangat pentingnya perlindungan HKI.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian adalah: (1) Bagaimana upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam rangka untuk melindungi merek UKM di Kabupaten Sukoharjo?; dan (2) Kendala apa saja yang dihadapi Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam usaha melindungi merek para pelaku UKM?

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam melindungi merek UKM di Kabupaten Sukoharjo dan untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam usaha melindungi merek para pelaku UKM di Kabupaten Sukoharjo.

## 2. METODE

Metode penelitian adalah suatu metode cara kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran yang menjadi ilmu pengetahuan yang bersangkutan. Metode adalah pedoman cara seseorang ilmuwan mempelajari dan memahami lingkungan-lingkungan yang dipahami.<sup>5</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis yaitu mengidentifikasikan dan mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata.<sup>6</sup> Jenis penelitian dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif, yaitu suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran sejelas-jelasnya mengenai permasalahan yang diteliti. Penelitian dilakukan di Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo. Sumber data primer yaitu data-data yang berupa keterangan-keterangan yang berasal dari pihak-pihak yang terlibat dengan obyek yang diteliti yang dimaksudkan dalam hal ini yaitu Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo.

Data yang diperoleh melalui kajian pustaka, yang meliputi berbagai dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan objek yang diteliti. Atau dengan kata lain data yang berupa dokumen, majalah, referensi dari berbagai buku atau informasi dari berbagai media massa yang berkaitan dengan objek penelitian.<sup>7</sup> Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan pihak yang dipandang memahami objek yang diteliti dan dengan studi kepustakaan untuk menemukan data sekunder, yang dilakukan dengan cara mencari, dan mempelajari peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, dan data sekunder lainnya, yang terkait dengan objek yang diteliti. Dalam metode ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Data yang sudah diperoleh kemudian disusun dengan bentuk penyusunan data kemudian dilakukan pengolahan data, menghasilkan sajian data dan selanjutnya diambil kesimpulan.

---

<sup>5</sup>Soerjono Soekanto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, hal. 67.

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 51.

<sup>7</sup>Khudzaifa Dimiyati dan Kelik Wardino, 2004, *Metode Penelitian Hukum*, Buku Pegangan Kuliah, Surakarta: FH UMS, hal. 47.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam Rangka Perlindungan Merek UKM di Kabupaten Sukoharjo**

Pemerintah Kabupaten Sukoharjo melalui Dinas Perdagangan, Koperasi UKM telah melaksanakan Program dan Kegiatan yang merupakan penjabaran dari Visi dan Misi.<sup>8</sup> Visi dan misi Dinas Perdagangan, Koperasi UKM adalah melaksanakan misi yang ke tiga yaitu memperkuat kemandirian ekonomi Daerah dengan menggerakkan sektor unggulan Daerah. Sementara itu, tugas pokok Dinas Perdagangan, Koperasi UKM adalah melaksanakan urusan pemerintah daerah di bidang perekonomian sub bidang perdagangan, koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah.<sup>9</sup>

Upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam perlindungan merek UKM di Kabupaten Sukoharjo. Dalam hal ini Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo melakukan serangkaian upaya-upaya perlindungan merek UKM di Kabupaten Sukoharjo yakni dengan melakukan sosialisasi-sosialisasi dan bimbingan teknis bagi pelaku UKM di Sukoharjo. Pengelolaan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan jenis usaha yang meliputi industri berjumlah 4.281, jasa berjumlah 2.645, perdagangan berjumlah 11.388, perikanan berjumlah 249, pertanian berjumlah 468, peternakan berjumlah 755, sehingga total UMKM yang berkembang di Kabupaten Sukoharjo berdasarkan jenis usaha berjumlah 19.804 UMKM. Peran Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam bidang pemberdayaan UKM di Sukoharjo adalah dengan melakukan bimbingan teknis kemitraan dan jaringan usaha bagi UMKM, dimana penjelasannya sebagai berikut:<sup>10</sup> (a) Bintek fasilitasi mempertemukan antara Perguruan Tinggi, Praktisi, Pengusaha Menengah/ Besar dengan UMKM bagi Produk Kerajinan Kulit/Tatah

---

<sup>8</sup>Buku Profil Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo, hal. 4

<sup>9</sup>*Ibid.*

<sup>10</sup>*Ibid.*

Sungging, Konveksi, Jamur, dan Produk hasil Tembakau; (b) Bintek fasilitasi mempertemukan antara Perguruan Tinggi, Praktisi, Pengusaha Menengah/ Besar dengan UMKM bagi Koperasi/KUD serba usaha, Produk Agribisnis, Furniture, Industri Rumahan Difabel, Jamu Tradisional, Makanan Olahan, Pengadaan Beras/Gabah untuk Ketahanan Pangan; (c) Bintek mempertemukan antara Perguruan Tinggi, Praktisi, dan Pengusaha Menengah/Besar dengan UMKM bagi Produk Makanan Olahan Kaki Lima, dan Kerajinan; (d) Bintek mempertemukan antara Perguruan Tinggi, Praktisi, dan Pengusaha Menengah/Besar dengan UMKM bagi Produk Makanan Olahan, dan Kerajinan; (e) Bimbingan Teknis Manajemen Produksi; (f) Sosialisasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI); (g) Pelatihan Kewirausahaan.

Produk-produk unggulan daerah di Kabupaten Sukoharjo yang dilindungi dalam mereknya antara lain:<sup>11</sup> (a) Kain Batik; (b) Lurik dan Sarung Goyor; (c) Kerajinan Kulit / Tatah Sungging; (d) Kerajinan Alat Musik Gitar; (e) Gamelan; (f) Kaca Grafir; (g) Mebel Kayu; (h) Mebel Rotan; (i) Jamu Tradisional; (j) *Shuttle Cock*; (k) Makanan Olahan; (l) Jamur.

Merek memiliki fungsi yang penting dalam perdagangan. Soekardono, menyatakan merek adalah suatu tanda, dengan mana dipribadikanlah sebuah barang tertentu, di mana perlu juga untuk mempribadikan asalnya barang atau menjamin kualitas barang dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperniagakan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.<sup>12</sup> Sebuah merek dapat disebut sebagai merek apabila telah memenuhi syarat mutlak berupa adanya daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*). Yang dimaksud memiliki daya pembeda yang cukup adalah tanda yang dipakai (*sign*) tersebut memiliki kekuatan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi suatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Persyaratan daya pembeda

---

<sup>11</sup>Buku Profil Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo

<sup>12</sup>Soekardono dalam Hery Firmansyah, 2011, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, hal. 29-30

(*distinctiveness*) merupakan persyaratan materiil agar suatu tanda dapat dilindungi sebagai suatu merek.<sup>13</sup>

Mengenai upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam memberikan perlindungan merek di Sukoharjo adalah bahwa dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo sendiri sifatnya memberikan pengarahannya jika dalam usaha UMKM tersebut telah stabil biasanya kita memberi arahan untuk mendaftarkan mereknya. Jadi tidak semua mendaftarkan merek. Jumlah UMKM setiap tahun juga mengalami peningkatan di Sukoharjo dari pada tahun 2016 yang berjumlah 11 ribu meningkat menjadi 20 ribu pada tahun 2018.”<sup>14</sup> Sehingga peran Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo terkait perlindungan merek yakni dengan mengadakan sosialisasi-sosialisasi dengan mengundang UMKM-UMKM di Sukoharjo, kemudian kami fasilitasi dalam hal pendaftaran merek bagi UMKM yang ingin mendaftarkan. Sehingga bentuk koordinasi dinas dan UMKM setiap tahun ada sosialisasi, informasi-informasi bisa disampaikan ke UMKM.

Kemudian dijelaskan bahwa di Kabupaten sudah ada pemetaan, kluster ada 10 kluster ada batik lurik jamu janur, rotan, mebel kayu, pertanian organik, dan lain-lain, selain itu ada yang masih belum dipetakan, seperti makanan olahan, gamelan, aksesoris. Pihak dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo menjelaskan bahwa mengenai pendaftaran merek tidak rumit hanya membutuhkan waktu lama, waktunya 10 bulan dari data benar. Kalau ada kesamaan, nanti dicabut. Dalam hal ini bagi UMKM yang ingin mendaftarkan merek diharapkan untuk melakukan pengecekan terlebih dahulu di website supaya di kemudian hari tidak terjadi kesamaan merek. Jika kaitannya dengan masalah peniruan merek, maka yang mengoreksi bukan dari dinas, tapi dari Kementerian Hukum dan HAM.

---

<sup>13</sup>Siti Marwiyah, “Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal,” *De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*, Volume 2, Nomor 1 (Juni, 2010), hal. 42

<sup>14</sup>Hasil Wawancara dengan Perwakilan Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo, Selasa, 1 Mei 2018

Mengenai contoh UMKM di Sukoharjo yang telah melakukan pendaftaran merek, penulis berhasil melakukan wawancara dengan UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner, dimana produk yang dijual adalah ayam, dengan omset per bulan mencapai 8 juta. Namun UMKM tersebut baru sebatas *take away* dalam menjalankan usahanya, artinya belum ada tempat yang tetap untuk berjualan.

Mengenai pendaftaran merek ayam robusta yang didagangkannya, pemilik mengaku sudah mematenkan merek tersebut di Semarang pada tanggal 28 Maret lalu dan di website juga telah terpublish. Proses pendaftarannya pun sangat sederhana seperti hanya mempersiapkan logo yang akan didaftar, kemudian data pemilik yang diperlukan.”<sup>15</sup> Mengenai biaya pendaftaran merek miliknya, dia mengaku bahwa hanya membayar 800 ribu, kemudian proses penerbitan sertifikat merek kurang lebih satu tahun atau lebih. Namun di website, merek kami sudah terpublish.

Khusus mengenai sertifikat merek, ini adalah merupakan konsekuensi dari sistem pendaftaran konstitutif.<sup>16</sup> Dalam hal sertifikat merek telah diterbitkan namun tidak diambil oleh pemilik merek atau kuasanya dalam jangka waktu paling lama 18 bulan terhitung sejak tanggal penerbitan sertifikat, merek yang telah didaftar dianggap ditarik kembali dan dihapuskan sebagaimana ketentuan pasal 25 ayat (3) UU No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Kaitannya dengan pendaftaran merek yang dilakukan oleh pemilik bisnis Ayam Robusta di Sukoharjo tersebut, maka mengenai proses penerbitan sertifikat merek di aturannya memakan waktu paling lama 18 bulan, hal ini juga sama bahwa pemilik bisnis ayam tersebut sebelum diterbitkan sertifikat merek juga harus menunggu satu atau dua minggu untuk memfilter ada yang menyamai mereknya atau tidak, atau dinamakan dengan pemeriksaan substantif yang di

---

<sup>15</sup>Hasil wawancara dengan pemilik salah satu UMKM di Kabupaten Sukoharjo, Selasa, 2 Mei 2018

<sup>16</sup>OK. Saidin, 1997, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 291-292

dalam aturan memakan waktu paling lama hingga 150 hari, baru kemudian menunggu untuk diterbitkannya sertifikat merek.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya jangka waktu perlindungan merek selama 10 tahun dari UU Merek, pemilik UMKM di Kabupaten Sukoharjo yang telah mendatarkan mereknya menjadi terlindungi, dan juga dengan adanya fasilitasi dan sosialisasi penuh dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo, maka perlindungan merek yang dimiliki oleh UMKM-UMKM di Sukoharjo menjadi meningkat.

### **3.2 Kendala yang Dihadapi Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam Perlindungan Merek Para Pelaku UKM**

Dalam hal kaitannya dengan kendala yang dihadapi Dinas Perdagangan, Koperasi UKM di Kabupaten Sukoharjo dalam Perlindungan Merek Para Pelaku UKM, hal ini disampaikan langsung oleh pihak dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM di Kabupaten Sukoharjo, bahwa kendala perlindungan merek itu sendiri adalah dalam hal anggaran yang terbatas. Sehingga peran Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo sangat terbatas dalam memfasilitasi bagi UMKM yang ingin melakukan pendaftaran merek.<sup>17</sup>

Selain itu kendala lain adalah dalam hal UMKM tersebut belum merasa perlu untuk mendaftarkan merek, maka UMKM tersebut tidak berusaha untuk mendaftarkan mereknya. Berkaitan dengan hal ini, maka Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo menyelesaikan kendala tersebut dengan terus melakukan upaya sosialisasi bagi UMKM-UMKM agar pendaftaran merek terus meningkat selain itu juga dengan terus melakukan bimbingan teknis bagi UMKM di Sukoharjo.

Kendala lain yang dihadapi UMKM di Kabupaten Sukoharjo dalam melakukan pendaftaran sebagaimana yang penulis temukan dalam UMKM yang

---

<sup>17</sup>Hasil Wawancara dengan Perwakilan Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo, Selasa, 1 Mei 2018

bergerak di bidang kuliner ayam robusta tadi. Bahwa untuk kendalanya selama ini adalah dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam memfilter UMKM-UMKM mana saja yang terpilih dalam mendaftarkan mereknya. Sehingga tidak semua UMKM bisa terpilih dalam mendaftarkan merek.<sup>18</sup>

Selain itu dalam hal ada yang meniru merek, sikap kami adalah mendahulukan musyawarah atau komunikasi terlebih dahulu. Baru jika tidak bisa diselesaikan baik-baik kita bawa ke ranah hukum. Dalam hal adanya peniruan merek, secara yuridis, diatur bahwa gugatan atas pelanggaran merek Pasal 83 dan Pasal 84 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Gugatan dapat pula diajukan oleh pemilik Merek terkenal berdasarkan putusan pengadilan, serta gugatan diajukan kepada Pengadilan Niaga.

Namun pengajuan gugatan di atas tidak berlaku apabila dari pemilik merek tersebut merasa tidak perlu membawanya ke ranah pengadilan dan cukup dengan melakukan upaya-upaya di luar pengadilan. Cara penyelesaian sengketa merek yang lain sebagaimana diatur dalam undang-undang dapat dilakukan melalui arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa yang telah diatur dalam Undang-Undang No. 30 Tahun 1999. Dalam undang-undang tersebut dikenal beberapa cara penyelesaian sengketa yang dapat berupa arbitrase, konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli.<sup>19</sup> Berdasarkan Undang-Undang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS), sengketa merek yang diselesaikan melalui APS didasarkan pada iktikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi oleh Pengadilan Negeri atau Pengadilan Niaga.<sup>20</sup> Artinya, putusan sengketa merek PN atau Pengadilan Niaga menjadi tidak mengikat jika sengketa diselesaikan melalui APS.

---

<sup>18</sup>Hasil Wawancara dengan pemilik dari salah satu UKM Sukoharjo, Selasa, 2 Mei 2018

<sup>19</sup>Ahmadi Miru, 2005, *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hal. 101

<sup>20</sup>*Ibid.*, hal. 102

Penyelesaian sengketa melalui APS diselesaikan dalam pertemuan langsung oleh para pihak yang hasilnya dituangkan secara tertulis. Apabila para pihak tidak dapat menyelesaikan sengketa tersebut, para pihak atas kesepakatan tertulis dapat menyelesaikannya dengan bantuan pihak ketiga. Peran pihak ketiga ini hanya sekedar mempermudah jalannya perundingan para pihak agar tercapai kesepakatan. Kesepakatan itulah yang pada akhirnya mengikat para pihak setelah ditandatangani dan didaftarkan di Pengadilan Niaga.<sup>21</sup> Selain APS, sengketa merek dapat diselesaikan melalui jalur arbitrase yang ditangani secara khusus oleh arbiter yang terpilih menangani sengketa.

Sehubungan dengan sikap pemilik bisnis ayam robusta jika di kemudian hari ditemukan adanya peniruan, maka sikap pemilik merek ayam robusta tersebut adalah dengan mendahulukan musyawarah atau komunikasi terlebih dahulu. Baru jika tidak bisa diselesaikan baik-baik kita bawa ke ranah hukum. Sehingga tidak perlu masuk ke ranah litigasi, melainkan hanya sebatas melakukan negosiasi-negosiasi yang berakhir pada kesepakatan antara pihak pemilik merek dengan pihak yang melakukan peniruan merek.

#### **4. PENUTUP**

##### **4.1 Kesimpulan**

*Pertama.* Upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam Rangka Untuk Melindungi Merek UKM di Kabupaten Sukoharjo. Dalam hal ini Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo melakukan serangkaian upaya-upaya perlindungan merek UKM di Kabupaten Sukoharjo yakni dengan melakukan sosialisasi-sosialisasi dan bimbingan teknis bagi pelaku UKM di Sukoharjo. Upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam bidang pemberdayaan UKM di Sukoharjo adalah dengan melakukan bimbingan teknis kemitraan dan jaringan usaha bagi UMKM. Mengenai upaya Dinas Perdagangan, Koperasi UKM

---

<sup>21</sup>*Ibid.*

Kabupaten Sukoharjo dalam memberikan perlindungan merek di Sukoharjo adalah bahwa dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo sendiri sifatnya memberikan pengarahan jika dalam usaha UMKM tersebut telah stabil biasanya kita memberi arahan untuk mendaftarkan mereknya.

*Kedua.* Kendala Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo dalam Usaha Melindungi Merek Para Pelaku UKM. Dalam hal kaitannya dengan kendala yang dihadapi Dinas Perdagangan, Koperasi UKM di Kabupaten Sukoharjo dalam Perlindungan Merek Para Pelaku UKM, hal ini disampaikan langsung oleh pihak dari Dinas Perdagangan, Koperasi UKM di Kabupaten Sukoharjo, bahwa kendala perlindungan merek itu sendiri adalah sebagai berikut: (a) Dalam hal anggaran yang terbatas. Peran Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo sangat terbatas dalam memfasilitasi bagi UMKM yang ingin melakukan pendaftaran merek; (b) Kendala lain adalah dalam hal UMKM tersebut belum merasa perlu untuk mendaftarkan merek, maka UMKM tersebut tidak berusaha untuk mendaftarkan mereknya. Berkaitan dengan hal ini, maka Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Kabupaten Sukoharjo menyelesaikan kendala tersebut dengan terus melakukan upaya sosialisasi bagi UMKM-UMKM agar pendaftaran merek terus meningkat selain itu juga dengan terus melakukan bimbingan teknis bagi UMKM di Sukoharjo.

#### **4.2 Saran**

*Pertama,* kepada Dinas Perdagangan, Koperasi UKM seharusnya terus meningkatkan sosialisasi-sosialisasi kepada UMKM yang tersebar di Sukoharjo mengenai pentingnya pendaftaran merek bagi produk-produk UMKM di Sukoharjo yang telah berkembang dan memiliki prospek bagus di kemudian hari, serta lebih menggiatkan bimtek-bimtek yang diselenggarakan untuk memberikan pelatihan kepada pelaku-pelaku UMKM di Sukoharjo.

*Kedua,* kepada UMKM di Sukoharjo, seharusnya lebih giat dalam mendaftarkan merek dari produk-produk yang mereka hasilkan, serta lebih

meningkatkan kerja sama khususnya dengan Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah terkait dengan perlindungan merek produk-produk mereka dengan cara melakukan pendaftaran merek sesuai dengan tata cara yang diberlakukan oleh Dinas Perdagangan, Koperasi UKM Sukoharjo. Selain itu, dalam hal terjadi peniruan merek, maka hendaknya bagi pelaku UKM menyelesaikan dengan mendahulukan negosiasi atau mengambil jalur non litigasi dalam menyelesaikan sengketa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku-buku**

Buku Profil Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo

Soekardono dan Hery Firmansyah. 2011. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Panduan Memahami Dasar Hukum Penggunaan dan Perlindungan Merek*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia

Lindsey, Tim. dkk. 2002. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: PT Alumni.

Miru, Ahmadi. 2005. *Hukum Merek Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rizaldi, Julius. 2010, *Perlindungan Kemasan Produk Merek Terkenal Terhadap Persaingan Curang*, Bandung: PT Alumni.

Saidin, OK.. 1997. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Soekanto, Soerjono. 1986. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press.

### **Jurnal Ilmiah/Karya Ilmiah**

Djaja, Hendra. “Perlindungan Indikasi Geografis Pada Produk Lokal Dalam Sistem Perdagangan Internasional”, *Jurnal Cakrawala Hukum*, Vol.18, No.2 Desember 2013.

Malau, Natalia Artha. “Ekonomi Kerakyatan Sebagai Paradigma Dan Strategi Baru Dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Research Sains*. Vol.2 No.1 Januari 2016.

Marwiyah, Siti. “Perlindungan Hukum Atas Merek Terkenal”. *De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*. Volume 2, Nomor 1 (Juni, 2010).

**Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sebagaimana diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis