

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi global semakin pesat, diiringi dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin maju, menumbuhkan era ekonomi baru yang disebut dengan era ekonomi industry 4.0. Perkembangan TIK yang semakin maju tersebut telah membawa pengaruh yang sangat besar terutama bagi sektor ekonomi industri, baik dari segi produksi, pemasaran, penjualan, dan lain-lain.

Di Indonesia sendiri, revolusi industri 4.0 membawa dampak yang positif. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut, masyarakat berbondong-bondong untuk mendirikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dijelaskan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

Kemudian, 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 tersebut.

Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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 hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

Lebih lanjut menurut Inna Primiana, UMKM merupakan suatu aktivitas perekonomian yang melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.¹ Selaras dengan pendapat tersebut, secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa keberadaan UMKM di setiap daerah sangatlah penting untuk mendongkrak perekonomian daerah.

Sebuah UMKM tentu akan menghasilkan suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Dengan aneka ragam produk yang dihasilkan tersebut, tentu diperlukan tanda pembeda sehingga konsumen dapat membeli produk sesuai dengan keinginan mereka. Salah satu cara untuk membedakan produk satu dengan yang lainnya adalah dengan menggunakan merek. Merek adalah tanda pengenal suatu produk yang dapat digunakan untuk membedakan antara produk barang atau jasa yang satu dengan yang lainnya.²

Menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek menjelaskan bahwa merek adalah tanda yang dilampirkan 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

¹ Pendidikan.co.id, 14 Juli 2020: *UMKM: Pengertian, Ciri, Kriteria, Jenis, Contoh lengkap*, dalam <https://pendidikan.co.id/pengertian-UMKM/>, diunduh pada Sabtu 19 September 2020 pukul 15:14.

² Enny Mirfa, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar", *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Volume 11, Nomor 1, (Juni 2016), hal. 66.

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

Fungsi merek sebagai alat pembeda adalah sangat penting bagi sebuah produk UMKM. Selain itu, merek juga menggambarkan kualitas dari suatu produk.³ Pada tingkatan tertinggi, merek berfungsi untuk menciptakan sebuah pandangan tertentu atau kesan, sehingga menimbulkan percaya diri atau lebih dari itu dapat menentukan kelas sosialnya.⁴ Pada tingkatan inilah merek akan menjadi kekayaan yang sangat berharga karena memiliki tingkat komersial tinggi.

Karena memiliki nilai komersial, banyak merek yang dipalsukan. Hal tersebut tentu akan menimbulkan kerugian bagi pemilik merek. Oleh karena itu, perlu adanya tindakan preventif untuk mencegah terjadinya pemalsuan merek dikemudian hari. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pendaftaran merek. Syarat dan prosedur pendaftaran merek sendiri telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Di Kabupaten Wonogiri, pelaku UMKM terus bertambah dan menjadi lebih aktif di ekonomi *e-commerce*, baik dari kalangan pelaku UMKM lama maupun baru. Semakin banyaknya pelaku UMKM di Kabupaten Wonogiri, menyebabkan jenis produk menjadi lebih banyak pula. Khususnya di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri, selain terdapat pelaku UMKM

³ *Ibid.*

⁴ Mulyanto, "Sisi Lain Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 Tentang Merek", Varia Peradilan, Nomor 111, (Desember 1994), hal. 50.

produk barang, juga terdapat pelaku UMKM dengan produk jasanya. Selain produk barang, produk jasa juga dapat didaftarkan.

Banyaknya jenis produk jasa yang terus bermunculan, menandakan bahwa produk hasil UMKM tersebut memberikan keuntungan yang cukup menjanjikan bagi pemiliknya. Hal tersebut menandakan bahwa dalam sebuah merek dari suatu produk jasa memiliki nilai komersial. Oleh karena itu, penting bagi sebuah merek produk jasa untuk mendapatkan perlindungan hukum salah satunya dengan cara mendaftarkan merek.

Mengingat pendaftaran merek sangat erat kaitanya dengan kesadaran hukum, maka penelitian ini akan memfokuskan pada tingkat kesadaran hukum terhadap pentingnya pendaftaran merek oleh pelaku UMKM produk jasa di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam skripsi dengan judul **“KESADARAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) TERHADAP PENTINGNYA PENDAFTARAN MEREK Studi di Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri”**.

B. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini bermaksud untuk mempertegas ruang lingkup penelitian, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang kualitatif serta memenuhi syarat-syarat ilmiah. Selain itu, dengan adanya pembatasan masalah, diharapkan pula dapat memberikan kesimpulan-kesimpulan sesuai dengan judul penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian

ini penulis membatasi penelitian hanya pada UMKM merek jasa yaitu Wardhana Wedding Production, Modfless Wash, Narawangsa Company, Union Management, Sewa Kipas Wonogiri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kesadaran hukum pelaku UMKM produk jasa di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri terhadap pentingnya pendaftaran merek?
2. Apa yang menjadi faktor penghambat dilakukannya pendaftaran merek oleh pelaku UMKM produk jasa di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kesadaran hukum pelaku UMKM produk jasa di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri terhadap pentingnya pendaftaran merek.
2. Mengetahui faktor penghambat dilakukannya pendaftaran merek oleh pelaku UMKM produk jasa di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dengan disusunnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi pembaca, khususnya terhadap pelaku UMKM baik yang berada di Kabupaten Wonogiri maupun di daerah lain mengenai hak atas merek serta pentingnya pendaftaran merek.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Sebagai mahasiswa fakultas hukum, penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuannya tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI) khususnya mengenai merek di lingkungan masyarakat. Selain itu penulis juga dapat mengetahui fenomena mengenai kesadaran pelaku UMKM di Kabupaten Wonogiri terhadap pentingnya pendaftaran merek.

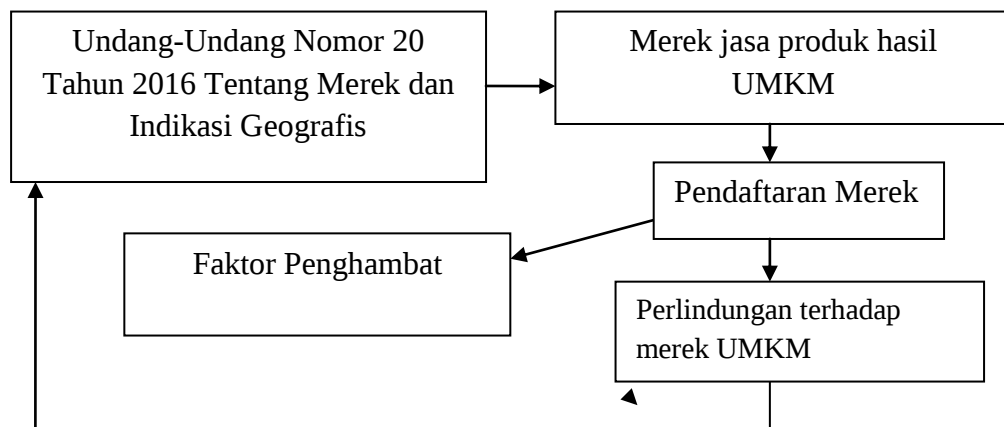
b. Bagi pelaku UMKM Kabupaten Wonogiri

Salah satu manfaat yang paling diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk memberikan informasi sehingga dapat mengedukasi pelaku UMKM di Kabupaten Wonogiri terhadap pentingnya pendaftaran merek bagi produk UMKM mereka.

c. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi referensi atau acuan dalam mengkaji suatu problematika mengenai pentingnya pendaftaran merek UMKM.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Kaitannya dengan sebuah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dimaknai dari dua penyebutan. Pertama, penyebutan HKI dengan istilah Kekayaan Intelektual atau dalam Bahasa Inggris disebut dengan “*Intellectual property*” oleh *World Intellectual Property Organization* (WIPO) yang dimaknai sebagai suatu ciptaan yang dihasilkan melalui kemampuan intelektual seseorang, seperti penemuan, karya tulis dan karya-karya yang bersifat artistik, simbol, nama, gambar, dan desain yang digunakan dalam kegiatan perdagangan.⁵ Kedua, penyebutan yang memaknai HKI sebagai perlindungan hukum dimana HKI merupakan media perjuangan para pihak yang menghendaki penguasaan karya atau ciptaannya melawan pihak lain yang menghendaki pemisahan kekuasaan pencipta dengan ciptaannya.⁶

Tujuan HKI sendiri adalah untuk menjamin agar proses kreatif dalam menciptakan karya atau suatu produk dapat terus berlangsung dengan menyediakan perlindungan hukum yang memadai dan memberikan sanksi

⁵ Tim WIPO, *What is Intellectual Property*, dalam <http://www.wipo.int/about-ip/en/>, diunduh pada Selasa, 29 September 2020 pukul 11.24

⁶ Hugues J, 1988. *The Philosophy of Intellectual Property*, Georgetown Law Journal, hal. 5.

terhadap pihak yang tidak beritikad baik memanfaatkan karya orang lain dengan tanpa izin.⁷ Karena, semakin maju sebuah peradaban, semakin banyak pula problematika baru yang muncul. Tak terkecuali dalam bidang HKI yang erat hubungannya dengan ekonomi mandiri, salah satunya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Kaitannya dengan produk UMKM, pasti terdapat merek di dalamnya. Merek di pandang menjadi dua pengertian pula, yaitu merek dan Hak atas Merek. Merek hanya mengandung pengertian secara umum mengenai apa itu merek tanpa memandang apakah merek tersebut sudah terdaftar atau belum. Sedangkan Hak atas Merek berhubungan dengan merek yang sudah terdaftar, hal tersebut tentu mengandung unsure perlindungan hukum di dalamnya.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis tidak memuat ketentuan bahwa setiap pemilik merek wajib untuk mendaftarkan mereknya, namun bilamana ingin mendapatkan perlindungan hukum maka sebuah merek harus sudah terdaftar. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan pendaftaran merek didasarkan pada kesadaran hukum dari pemilik merek untuk mendaftarkan mereknya.

Secara garis besar, dapat dikatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang melatarbelakangi pendaftaran merek UMKM oleh pemilik merek itu sendiri. Baik itu faktor pendukung maupun faktor penghambat. Faktor-faktor sangat berpengaruh terhadap kesadaran hukum pemilik merek produk UMKM untuk mendaftarkan mereknya. Sehingga hal tersebut berpengaruh pula terhadap

⁷ Karlina Perdana, “Kelemahan Undang-Undang Merek Dalam Hal Pendaftaran Merek (Studi Atas Putusan Sengketa Merek Piere Cardn)”, *Privat Law*, Nomor 2, (Desember 2017), hal. 84.

implementasi perlindungan terhadap Hak atas Merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

G. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang valid dan akurat, penelitian harus dilakukan secara sistematis dan teratur, sehingga metode yang dipakai sangatlah menentukan. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Metode Pendekatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis sosiologis, yaitu melakukan pembahasan terhadap kenyataan atau data dalam praktik, untuk selanjutnya dihubungkan dengan fakta yuridis.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara jelas terhadap obyek-obyek yang diteliti, yaitu bagaimana kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri dimana dalam lokasi tersebut dapat ditemukan lebih banyak pelaku UMKM produk jasa.

4. Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data primer

Karena dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya serta berdasarkan keterangan maupun penjelasan langsung dari pihak-pihak dalam obyek penelitian. Sedangkan jenis data yang digunakan adalah kualitatif, karena penelitian ini menggunakan data yang bersifat menggambarkan mengenai obyek penelitian.

b. Data Sekunder

Karena dalam penelitian ini menggunakan referensi dari beberapa buku, undnag-undnag, jurnal hasil penelitian dan dokumen lain yang berkaitan dengan materi penelitian.

5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara Tanya jawab secara langsung dan mendalam dengan responden yang berhubungan dengan obyek penelitian ini.

b. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data melalui studi ini dilakukan dengan cara pencarian referensi dari beberapa buku, jurnal penelitian, serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian.

6. Metode Analisis Data

Metode analisis data atau logika berfikir induktif yang merupakan proses berfikir untuk menarik kesimpulan berupa sikap yang berlaku

umum berdasarkan atas fakta-fakta yang bersifat khusus. Logika berfikir induktif diawali dengan observasi data, pembahasa, serta diakhiri dengan kesimpulan umum.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam melakukan analisis, penelitian ini disusun dalam format empat bab selanjutnya didapatkan gambaran secara menyeluruh mengenai apa yang akan penulis uraikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I berisi Pendahuluan tentang Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Metode Penelitian.

BAB II berisi tentang tinjauan pustaka yang didalamnya menguraikan tinjauan umum tentang Tinjauan Umum Tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI), Tinjauan Umum Tentang Merek, Tinjauan Umum Tentang Kesadaran Hukum, Tinjauan Umum Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

BAB III berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Kesadaran Hukum Pentingnya Pendaftaran Merek Oleh Pemilik Merek UMKM Produk Jasa di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri, serta Faktor Penghambat Pendaftaran Merek Merek Oleh Pelaku UMKM Produk Jasa di Kecamatan Wonogiri, Kabupaten Wonogiri.

BAB IV berisi penutup yang merupakan bagian akhir dari penelitian yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang dikaji.