

Sosialisasi dan Pelatihan Pendaftaran Merek Dagang Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Wilayah Banyumas

Maya Ruhtiani ^{1*}, Yuris Tri Naili ²

¹⁻² Program Studi Hukum, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Harapan Bangsa

* mayaruhtiani@uhb.ac.id

Abstrak

Pendaftaran merek berfungsi untuk memberikan status bahwa pendaftar dianggap sebagai pemakai pertama sampai ada orang lain yang membuktikan sebaliknya dan pemilik merek berhak melarang siapa saja untuk memakai merek dagang yang dimilikinya kecuali dengan perjanjian tertulis atau dengan ijin dari pemilik merek dagang tersebut. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra yaitu banyaknya pemilik merek dagang khususnya pelaku UMKM yang belum mendaftarkan mereknya, sehingga merek dagangnya belum terlindungi, pemilik merek dagang belum memahami prosedur pendaftaran merek dagang sehingga masih salah dalam mengisi formulir pendaftaran merek dagang dan belum semuanya mengetahui mengenai sistem pendaftaran merek dagang secara digital yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Berdasarkan hasil sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang ditemukan bahwa, peserta baru memahami mengenai merek dan pendaftaran merek dagang setelah diberikan pemahaman terkait merek dan pendaftaran merek dagang, untuk itu sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang sangat penting untuk pelaku UMKM di wilayah Banyumas karena dengan adanya sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang peserta dapat mendaftarkan merek dagangnya secara mandiri dengan proses yang mudah yang dilakukan secara online melalui website DJKI.

Kata Kunci: merek dagang, pelatihan, pendaftaran, sosialisasi, UMKM

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat di dunia termasuk mempengaruhi perkembangan perdagangan yang ada di dunia. Perkembangan perdagangan dimulai dengan adanya deklarasi negara-negara maju maupun negara berkembang untuk melakukan transaksi perdagangan dengan sistem yang berbeda dengan sebelumnya yang menyesuaikan dengan perekonomian global yang terus berkembang bersama dengan perkembangan arus teknologi di jaman revolusi industri 4.0 seperti saat ini. Perkembangan pada sektor perdagangan banyak dipengaruhi oleh negara-negara maju yang sudah siap dengan segala hal yang berkaitan dengan penemuan baru dalam bidang teknologi seperti adanya *e-commerce* yang menguasai pangsa pasar di dunia. Persaingan untuk merebut pasar sangat tinggi yang menyebabkan

setiap pelaku usaha harus menyesuaikan diri dengan berbagai hal termasuk sistem penjualan pada barang dan jasa yang diproduksinya dan harus mempunyai ciri yang berbeda dengan barang dan jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha lain pada bidang yang sejenis. Pelaku usaha harus menunjukkan ciri khas pada barang/ jasa yang diproduksinya seperti pada merek yang melekat pada barang yang diperjual belikan. Hal tersebut dilakukan supaya barang yang dijual mudah dikenali oleh konsumen dan digunakan sebagai pembeda dengan produk lain (Jened, 2013).

Merek sebagai ciri khas utama suatu produk diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa semua merek dilindungi oleh hukum dengan catatan merek tersebut sudah terdaftar pada Dirjen Kekayaan Intelektual di Indonesia. Selain itu merek asing juga harus mempunyai hak yang sama dalam perlindungannya. Merek mempunyai nilai ekonomis karena selain dapat digunakan sendiri, merek juga dapat dialihkan kepemilikannya kepada orang lain. Salah satu contoh peralihan hak atas merek yang terjadi di Indonesia yaitu pada kasus “Ayam Geprek Benu” yang tadinya merupakan merek yang dimiliki oleh pengusaha di Bandung, menjadi milik artis terkenal yaitu Ruben Onsu. Pada kasus tersebut dapat terlihat jelas bahwa merek memiliki suatu nilai yang dapat dihitung dengan nominal tertentu. Selain itu dalam praktik kehidupan perdagangan merek juga dapat menjadi objek yang sengketa oleh para pihak sebagai bentuk mempertahankan merek dagangnya (Gunawati, 2022).

Fungsi merek sebagai tanda pengenal suatu produk tentu akan berdampak pada suatu perusahaan, apabila merek yang telah dipakai selama bertahun-tahun ternyata sudah didaftarkan oleh orang lain tanpa sepengetahuan pemilik perusahaan dan dapat menyebabkan perusahaan tersebut harus mengganti merek yang dimilikinya. Oleh karena itu, pemerintah melakukan berbagai upaya dalam mencegah adanya persaingan usaha tidak sehat dengan cara melindungi merek yang telah terdaftar dan sebagai upaya pencegahan terhadap hak merek, maka sebelum merek didaftarkan oleh pemiliknya, terlebih dahulu dilakukan pengumuman supaya tidak ada pihak yang dirugikan dengan adanya pendaftaran merek tersebut (Alexander, 2022). Berdasarkan hal tersebut, perlindungan hukum yang memadai terhadap merek menjadi sangat penting (Citrawinda, 2020). Perlindungan hukum terhadap merek harus dilakukan baik secara preventif maupun secara represif sebagaimana yang diamanatkan dalam peraturan perundang-undangan tentang merek dan indikasi geografis (Djumhana, & Djubaedillah, 2013).

Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Merek menyebutkan definisi dari 2 (dua) jenis merek yang diatur yaitu merek dagang dan merek jasa (Saidin, 2018). Pada sektor perdagangan, merek dagang sangat berpengaruh terhadap kualitas suatu produk dan tentunya akan memberikan dampak positif maupun negatif yang tercermin pada penilaian konsumen. Salah satu hal yang menarik minat konsumen yaitu dengan merek dagang yang mempunyai ciri khas kuat dan dapat dipercaya sehingga secara otomatis akan meningkatkan penjualan suatu produk dan untuk melindungi merek yang dimilikinya diperlukan pendaftaran merek. Seseorang dapat membuktikan bahwa ia telah mendaftarkan mereknya apabila telah memiliki bukti kepemilikan hak atas merek dagang yaitu adanya sertifikat merek, dengan adanya bukti kepemilikan tersebut, maka orang lain tidak dapat mempergunakannya dan orang lain tidak berhak untuk memakai merek yang sama untuk barang-barang yang sejenis (Syarifuddin, 2019). Pemilik merek berhak melarang siapa saja untuk memakai merek dagang yang dimilikinya kecuali dengan

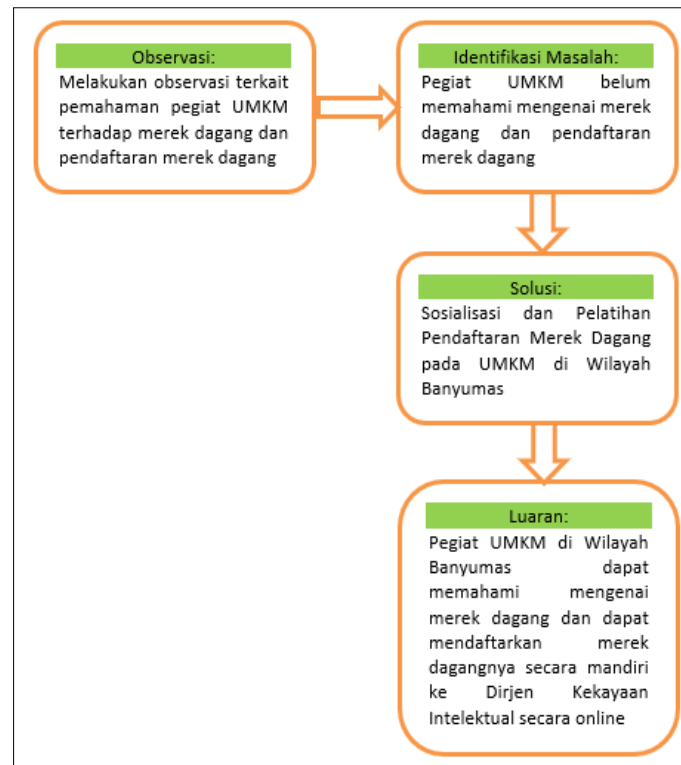
perjanjian tertulis atau dengan ijin dari pemilik merek dagang tersebut. Berdasarkan uraian tersebut maka sudah jelas bahwa pendaftaran merek dagang sangat penting terutama bagi pelaku usaha terutama pelaku usaha di bidang UMKM.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra yaitu banyaknya pemilik merek dagang khususnya pelaku UMKM yang belum mendaftarkan mereknya, sehingga merek dagangnya belum terlindungi, pemilik merek dagang belum memahami prosedur pendaftaran merek dagang sehingga masih salah dalam mengisi formulir pendaftaran merek dagang dan belum semuanya mengetahui mengenai sistem pendaftaran merek dagang secara digital yang dikeluarkan oleh DJKI dan pemilik merek dagang belum sepenuhnya memahami mengenai sistem pendaftaran merek dagang melalui aplikasi merek. Selain itu, mitra harus diberikan pemahaman mengenai pentingnya perlindungan terhadap merek dagang miliknya dan mitra juga dapat dengan mandiri mendaftarkan merek dagangnya tanpa bantuan dari konsultan hukum sehingga biaya yang dikeluarkan akan lebih murah. Kegiatan ini ditujukan sebagai kepedulian akademisi terhadap pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang memerlukan perlindungan secara hukum dengan mendaftarkan merek dagangnya.

Sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang ini dilaksanakan melalui kerjasama dengan Asosiasi Pengusaha Kecil Banyumas yang nantinya setiap perwakilan pengusaha yang termasuk UMKM yang ada di wilayah Banyumas dapat mengikuti sosialisasi dan pelatihan mengenai pendaftaran merek dagang, sehingga perwakilan tersebut diharapkan mampu untuk mendaftarkan merek dagangnya secara mandiri. Selain itu diharapkan para pelaku UMKM di wilayah Banyumas dapat memahami pentingnya suatu merek pada produk yang dimilikinya sehingga merek yang tadinya hanya sebuah penamaan saja menjadi merek yang memiliki nilai secara ekonomi.

Metode Pelaksanaan

Sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang ini mempunyai tujuan memberikan pemahaman kepada mitra dalam hal ini pelaku UMKM mengenai merek dagang serta proses pendaftaran merek dagang sebagai suatu pengetahuan yang dapat dimengerti dan pelaku UMKM dapat memahami tata cara pendaftaran merek dagang yang dapat dipraktikkan secara mandiri. Setelah itu, untuk kelancaran kegiatan, tim berkoordinasi dengan Ketua Asosiasi Pengusaha Kecil Banyumas meliputi fasilitas yang berhubungan dengan teknis pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang yang menunjang kelancaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya tim menyiapkan materi, aplikasi dan peralatan yang akan digunakan dalam sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang. Pelaksanaan sosialisasi dilaksanakan dengan pemaparan materi secara langsung kepada pelaku UMKM di wilayah Banyumas. Adapun metode yang digunakan untuk pengabdian ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Metode Yang Digunakan

a. Observasi

Observasi dilakukan kepada pelaku UMKM yang ada di wilayah Banyumas dengan memberikan materi terkait merek dagang dan pendaftaran merek dagang kemudian pelaku UMKM diberikan pertanyaan terkait pemahaman terhadap merek dagang dan pendaftaran merek dagang.

b. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan melalui pelaku UMKM yang berada di wilayah Banyumas yang aktif dalam organisasi maupun yang aktif dalam menjalankan UMKM disertai dengan informasi dan data yang akurat, setelah itu dilakukan analisis terhadap pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek dagang.

c. Solusi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang di wilayah Banyumas dan hal tersebut dilaksanakan sebagai tahap pemberian solusi terhadap pelaku UMKM untuk melindungi merek dagangnya supaya tidak ditiru oleh orang lain sebagai suatu upaya dalam mewujudkan persaingan usaha yang sehat diantara pengusaha khususnya di wilayah Banyumas.

d. Luaran

Luaran kegiatan pada sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang yaitu pelaku UMKM dapat memahami secara teori terkait merek dagang dan pendaftaran merek dagang, selain itu pelaku UMKM dapat mempraktikkan tata cara pendaftaran merek dagang melalui website Dirjen Kekayaan Intelektual.

Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang diberikan kepada pelaku UMKM di wilayah Banyumas. Pada sosialisasi dan pelatihan ini pelaku UMKM diberikan pemahaman secara teoritis terkait merek dagang dan pendaftaran merek dagang yang diuraikan secara jelas melalui presentasi yang dilakukan oleh pemateri yang mempunyai keahlian di bidang hak kekayaan intelektual khususnya merek dagang. Merek dagang diartikan sebagai merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya (Betlehn, & Samosir, 2018). Pada pemaparan materi banyak peserta yang belum mengetahui secara jelas mengenai pengertian dari merek dagang tersebut, padahal pemahaman terhadap merek dagang sangat diperlukan bagi pelaku UMKM supaya pada saat memasarkan produknya, pelaku UMKM dapat membuat ciri pembeda pada merek dagangnya. Ciri pembeda merupakan hal yang sangat penting dalam suatu produk yang akan dipasarkan oleh pelaku UMKM, dengan adanya ciri pembeda tersebut suatu produk dapat langsung dikenali oleh konsumen walaupun banyak produk dengan jenis yang sama (Verawati, 2022).

Berkaitan dengan pendaftaran merek dagang, Dirjen Kekayaan Intelektual telah memulai sistem pendaftaran merek secara *online* yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat atau pelaku usaha dalam mendaftarkan mereknya. Pendaftaran merek menganut sistem konstitutif atau yang disebut sebagai prinsip *first to file* dalam arti siapa yang mendaftarkan merek terlebih dahulu dialah pemiliknya dan hak tersebut melekat pada pendaftar pertama dan apabila suatu merek tidak dilakukan pendaftaran, maka hak merek tidak dilindungi oleh Negara. Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus oleh karena itu apabila ada orang lain yang ingin memakai merek tersebut maka harus atas izin dari pemilik merek (Sujatmiko, & Silvia, 2020).

Pendaftaran merek dagang diharapkan akan menjadi solusi bagi pelaku UMKM untuk memahami terkait penamaan pada produknya selain itu dengan adanya pendaftaran merek dagang maka secara otomatis produk yang dimiliki oleh pelaku UMKM akan mendapatkan perlindungan hukum secara maksimal. Tujuan pendaftaran merek dagang yaitu agar pelaku UMKM dapat menelusuri terkait penamaan yang sudah diterapkan pada produknya. Hal tersebut berkaitan dengan apakah merek dagang pada produknya sama dengan orang lain atau bahkan merek dagangnya sudah didaftarkan oleh orang lain. Apabila merek dagangnya sudah terdaftar maka pelaku UMKM yang mempunyai merek dagang yang sama harus mengganti merek dagangnya karena hal tersebut termasuk kedalam pelanggaran hukum yang nantinya akan menimbulkan sanksi kepada pelaku UMKM yang masih menggunakan merek dagang tersebut. Namun apabila merek dagang yang dimiliki pelaku UMKM belum terdaftar maka pelaku UMKM dapat mendaftarkan merek dagangnya sehingga dapat menghindari adanya kesamaan merek dagang dengan merek dagang milik orang lain (Indrawati, & Setiawan, 2020).

Berikut ini merupakan dokumentasi pada pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang pada UMKM yang dimulai dengan adanya pemaparan secara teoritis terkait pengertian merek dagang serta pendaftaran merek dagang. Kemudian setelah adanya pemaparan terkait merek dagang, acara dilanjutkan

dengan pemberian pelatihan pendaftaran merek dagang yang terdiri dari pengecekan merek terdaftar pada website DJKI, pendaftaran akun pada website DJKI, tata cara pengisian formulir, tata cara pembayaran permohonan pendaftaran merek dagang dan tata cara pengecekan sertifikat merek dagang.



Gambar 2. Pemaparan materi mengenai pendaftaran merek dagang



Gambar 3. Pemaparan mengenai laman website untuk permohonan pendaftaran merek dagang



Gambar 4. Pemaparan Tata Cara Pendaftaran Merek Dagang Pada Website DJKI



Gambar 5. Pemaparan Tata Cara Pengecekan Sertifikat Merek Dagang



Gambar 6. Peserta Sosialisasi dan Pelatihan Pendaftaran Merek Dagang

Berdasarkan pengamatan pada hasil kegiatan sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang pada UMKM di wilayah Banyumas, ditemukan bahwa peserta baru memahami mengenai merek dan pendaftaran merek dagang setelah diberikan pemahaman terkait materi merek dan pendaftaran merek dagang. Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai materi yang sudah disampaikan dan dari beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peserta, terlihat bahwa peserta yang merupakan pelaku usaha UMKM sudah dapat memahami materi yang disampaikan dan antusias terhadap pelatihan yang diberikan sebagai upaya pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produknya.

Setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang pada UMKM di wilayah Banyumas, peserta diharapkan:

1. Memahami pengertian merek dagang dan pendaftaran merek dagang;
2. Memahami proses atau tata cara pendaftaran merek dagang secara online;
3. Memahami prosedur pendaftaran merek dagang ke DJKI; dan
4. Peserta dapat mengimplementasikan hasil dari pelatihan pendaftaran merek dagang dengan mendaftarkan merek dagang yang dimilikinya ke DJKI .

Pada pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang pada UMKM di wilayah Banyumas ini, peserta mendapat kesempatan untuk diberikan pemahaman mengenai merek dan pendaftaran merek dagang yang dapat dijadikan pedoman dalam peningkatan kualitas produknya. Selain itu dengan adanya pelatihan terhadap pendaftaran merek dagang, peserta dapat mengetahui sistem pendaftaran merek dagang yang dapat dilakukan secara mandiri secara online dengan proses yang mudah.

Kesimpulan

Sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang pada UMKM di wilayah Banyumas dilaksanakan dengan tujuan agar masyarakat khususnya pelaku UMKM di wilayah Banyumas dapat memahami mengenai merek dagang dan proses pendaftaran merek dagang sebagai upaya pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas produknya dan sebagai upaya melindungi produknya agar tidak ditiru oleh orang lain. Berdasarkan hasil sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang ditemukan bahwa peserta baru memahami mengenai merek dan pendaftaran merek dagang setelah diberikan pemahaman terkait merek dan pendaftaran merek dagang, untuk itu sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang sangat penting untuk pelaku UMKM di wilayah Banyumas karena dengan adanya sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang peserta dapat mendaftarkan merek dagangnya secara mandiri dengan proses yang mudah yang dilakukan secara online melalui website DJKI.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Harapan Bangsa dan LPPM UHB yang telah mendukung proses sosialisasi dan pelatihan pendaftaran merek dagang pada UMKM di wilayah Banyumas. Selain itu kami mengucapkan terima kasih kepada peserta yang merupakan pelaku UMKM di wilayah Banyumas khususnya kepada Ketua dan Anggota dari Asosiasi Pengusaha Kecil dan Menengah Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas sebagai mitra dari pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat.

Referensi

- Alexander, R. (2022). Penerapan Prinsip 'First To File' Pada Konsep Pendaftaran Merek Di Indonesia. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 10(9), 12.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia. *Law Justice*, 3(1). <https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>
- Citrawinda, C. (2020). *Mengenal Lebih Jauh Hak Kekayaan Intelektual*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (2013). *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Gunawati, A. (2022). *Perlindungan Merek Terkenal Barang dan Jasa Tidak Sejenis Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Bandung: PT Alumni.
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Perlindungan Produk UMKM di Kabupaten Kebumen Melalui Pendaftaran Merek. *Surya Abdimas*, 2(1). <https://doi.org/10.46961/mediasi.v2i1.257>
- Jened, R. (2013). *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum Persaingan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saidin, O. K. (2018). *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: Raja grafindo Persada.

- Sujatmiko, A., & Silvia, F. R. (2020). Pemberdayaan Pengusaha Kecil dan Menengah Melalui Kepemilikan Sertifikat Merek. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i1.2020.8-12>
- Syarifuddin, M. S. A. (2019). Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Lisensi Merek. *Simbur Cahaya*, 26(1), 30. <http://journal.fh.unsri.ac.id/index.php/simburcahaya/article/viewFile/341/184>
- Verawati, D. E. (2022). Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 5(2), 122–132. <https://doi.org/10.30996/abdikarya.v5i2.7250>