

Perlindungan Hukum Yang Terdaftar

**Yoyon M Darusman, Bambang Wiyono, Bastianon, Bachtiar, Susanto
Pandu Putra Pratama, Defruzer, Dhoni Presti Wahyono, Nova Susanti, Gunawan**

**Dosen dan Mahasiswa Magister Hukum, Universitas Pamulang
Email : susanto@unpam.ac.id**

ABSTRAK

Keberadaan merek sangat penting untuk pelaku UMKM. Merek berfungsi sebagai identitas sebuah produk barang atau jasa. Lebih jauh lagi, merek juga dapat dilisensikan atau waralaba sehingga menjadi sumber penghasilan langsung berupa royalti. Merek juga dapat menjadi aset bisnis yang sangat berharga dan menambah pendapatan, karena merek itu sendiri memiliki nilai ekonomis yang berbanding lurus dengan reputasi yang telah dibangun. Dengan melihat pada manfaat-manfaat sebagaimana disebutkan di atas, sudah sepatutnya setiap merek yang melekat pada barang/jasa didaftarkan. Namun, rendahnya pemahaman dan minimnya edukasi mengenai pendaftaran merek bagi masyarakat menjadi masalah utama yang menyebabkan masyarakat enggan melakukan pendaftaran merek. Padahal, legalitas dapat membuat bisnis lebih berkembang dan terhindar dari sengketa yang merugikan. Bahkan seringkali perlindungan terhadap kekayaan intelektual, khususnya merek, baru diurus setelah produk atau usaha yang dijalankan telah sukses atau menjadi terkenal. Prinsip tersebut tidak tepat karena berpotensi mengakibatkan nama, logo, atau produk yang dimiliki ditiru oleh orang lain dan menyebabkan bisnis kehilangan identitasnya. Solusi untuk mengatasi rendahnya kesadaran masyarakat untuk mendaftarkan mereknya adalah dengan melakukan sosialisasi hukum yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan dari mulai pemerintah, akademisi, penyedia layanan hukum, hingga masyarakat itu sendiri. Melalui keterlibatan berbagai pihak maka penyelesaian masalah hukum dapat teratasi. Dalam kesempatan ini, dilaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Aula Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Kabupaten Karawang. Tema yang diangkat adalah Sosialisasi Pendaftaran Merek bagi Pelaku UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan pemahaman mengenai pentingnya pendaftaran merek dan tata cara pendaftaran merek secara online. Tidak hanya mengangkat pendaftaran merek dari segi teknis, narasumber juga akan memaparkan mengenai merek yang tidak dapat didaftar dan merek yang ditolak, agar peserta memiliki pemahaman mengenai pendaftaran merek dari sisi substantif, sehingga mengurangi kemungkinan merek yang diajukan mengalami penolakan ataupun tidak dapat didaftar. Target peserta adalah pelaku usaha UMKM di wilayah Kabupaten Karawang. Dalam hal ini, dilakukan kerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Koperasi dan UKM setempat agar didapat target peserta yang sesuai.

Kata Kunci: Pendaftaran, Merek, UKM

ABSTRACT

The existence of a brand is very important for SMEs. A brand serves as the identity of a product or service. Furthermore, brands can also be licensed or franchised so that they become a direct source of income in the form of royalties. Brands can also be a very valuable business asset and increase revenue, because the brand itself has an economic value that is directly proportional to the reputation that has been built. By looking at the benefits as mentioned above, it is fitting for every brand to be attached to goods/services. registered. However, low understanding and lack of education regarding trademark registration for the public are the main problems that cause people to be reluctant to register trademarks. In fact, legality can make a business more developed and avoid harmful disputes. In fact, often the protection of intellectual property, especially brands, is only taken care of after the product or business being run has been successful or has become famous. This principle is inappropriate because it has the potential to cause the name, logo, or product owned to be imitated by others and cause the business to lose its identity. The solution to overcome the low awareness of the public to register their trademarks is to carry out legal socialization involving all stakeholders from the government, academics, legal service providers, to the community itself. Through the involvement of various parties, the resolution of legal problems can be resolved. On this occasion, Community Service (PKM) activities were carried out in the Hall of the Office of Industry and Trade, Karawang Regency. The theme raised is the Socialization of Trademark Registration for MSME Actors. This activity is carried out with the aim of providing an understanding of the importance of trademark registration and the procedures for online trademark registration. Not only raising trademark registration from a technical point of view, resource persons will also explain about marks that cannot be registered and trademarks that are rejected, so that participants have an understanding of trademark registration from a substantive point of view, thereby reducing the possibility of the trademark being rejected or not being registered. The target participants are MSME business actors in the Karawang Regency area. In this case, cooperation is carried out with the Department of Industry and Trade, and local Cooperatives and SMEs in order to obtain the appropriate target participants.

Keywords: Registration, Brand, UKM

A. PENDAHULUAN

Kekayaan Intelektual (KI) adalah hak yang timbul dari hasil olah pikir manusia dalam menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia. Pada intinya, KI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari kreativitas intelektual. Secara garis besar Kekayaan Intelektual (KI) dibagi dalam 2 (dua) bagian, yaitu Kepemilikan Perorangan dan Kepemilikan secara Komunal. Kepemilikan Perorangan terbagi menjadi Hak Cipta (Copyright) dan Hak Milik Industri (Industrial Property Rights). Hak Milik Industri mencakup: paten (patent), desain industri (industrial design),

merk (trademark), desain tata letak sirkuit terpadu (layout design of integrated circuit), rahasia dagang (trade secret) dan varietas tanaman. Kepemilikan Komunal mencakup ekspresi budaya tradisional, pengetahuan tradisional, sumber daya genetik, dan indikasi geografis. Merek merupakan bagian dari KI.

Merek mempunyai pengertian sebagai tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Suatu merek memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk dan dapat melindungi baik

konsumen maupun produsen dari para kompetitor yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik.

Selain berfungsi untuk menunjukkan identitas sebuah produk barang atau jasa, merek juga berfungsi sebagai alat strategi pemasaran untuk membangun citra dan reputasi sebuah produk. Hak atas merek juga dapat dilisensikan atau waralaba sehingga menjadi sumber penghasilan langsung berupa royalti. Merek juga dapat menjadi aset bisnis yang sangat berharga dan menambah pendapatan, karena merek itu sendiri memiliki nilai ekonomis yang berbanding lurus dengan reputasi yang telah dibangun. Apabila suatu merek telah menjadi terkenal, tentu hal ini menjadikan merek tersebut sebagai aset atau kekayaan yang sangat penting nilainya.

Hak atas merek memiliki potensi atau peluang yang sangat besar untuk terciptanya suatu sengketa, peniruan atau pembongcengan terhadap suatu merek terdaftar dapat mengurangi pemasukan bagi pemilik merek terdaftar, dalam hal ini adalah pelaku usaha, karena reputasi merek tersebut jadi tercemar dengan merek tiruan yang kualitasnya tidak memadai seperti merek yang asli/sah. Akibatnya, volume penjualan menurun dan pelaku usaha mendapatkan kerugian karena hal tersebut. Di sisi lain, konsumen juga dirugikan karena menyangka bahwa produk yang dibeli adalah merek terkenal yang diharapkannya. Alhasil konsumen jadi kehilangan kepercayaan atas kualitas barang/jasa yang dipakainya dari hasil pembelian yang tidak sama seperti apa yang diharapkannya.

Dengan melihat pada manfaat dan potensi kerugian sebagaimana dipaparkan di atas, maka sudah sepatutnya setiap merek didaftarkan agar merek tersebut mendapatkan pengakuan secara sah dan perlindungan hukum oleh negara, sehingga merek yang dimiliki dapat digunakan dan dimanfaatkan dalam dunia perdagangan dengan nyaman. Namun, tidak semua pelaku usaha memiliki pemahaman dan pengetahuan yang memadai mengenai pentingnya pendaftaran merek dan tata

cara pendaftaran. Hal ini menyebabkan masyarakat enggan melakukan pendaftaran merek. Padahal, legalitas dapat membuat bisnis lebih berkembang dan terhindar dari sengketa yang merugikan.

Pengabdian Kepada Masyarakat berlokasi di Aula Kantor Dinas Deperindag, Kabupaten Karawang. Peserta adalah pelaku UMKM. Mengutip data dari Katalog Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2020, jumlah perusahaan pada Industri Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten/Kota tahun 2017 adalah 14.206 perusahaan. Besarnya jumlah perusahaan tersebut merupakan indikasi terkait perlunya sosialisasi pendaftaran merek. Tim kami akan bermitra dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Koperasi dan UKM setempat agar didapat target peserta sosialisasi yang sesuai.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

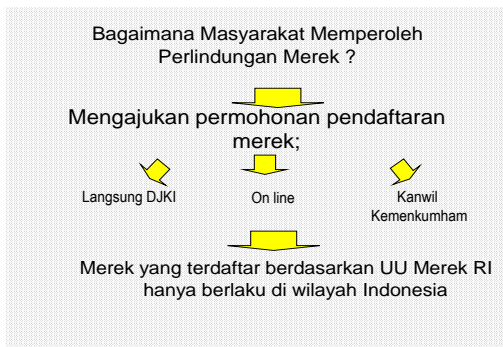
Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa kegiatan yaitu (a). Tahap Persiapan meliputi : (1). Survey awal (2) Pemantapan dan penentuan lokasi sasaran, (3). Penyusunan bahan/materi pelatihan. (b). Tahap Pelaksanaan Pelatihan. Tahap ini akan dilakukan penjelasan mengenai kewirausahaan dan digital entrepreneurship . (a). Metode Pelatihan. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu : Metode Ceramah. Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang pentingnya ilmu manajemen dalam bisnis secara praktis. Selanjutnya, metode Tanya Jawab. Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan. Metode ini memungkinkan peserta dapat menggali sebanyak-banyaknya tentang pentingnya Merek bagi UKM dan bagaimana pendaftarannya. (Susanto & M. Ibal, 2019).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) telah berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Acara dilaksanakan pada :

Tanggal : 3-5 November 2021
Waktu : 09.00 s/d Selesai
Tempat : Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Karawang.

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.



Gambar 1 : Konsep Pelindungan Merek

Pemakaian Merek berfungsi sebagai: 1. Tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya; 2. Alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut Mereknya; 3. Jaminan atas mutu barangnya; 4. Penunjuk asal barang/jasa dihasilkan.



Gambar 2 : Penyerahan Plakat

Pendaftaran Merek berfungsi sebagai: 1. Alat bukti bagi pemilik yang berhak atas Merek yang didaftarkan; 2. Dasar penolakan terhadap Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya; 3. Dasar untuk mencegah orang lain memakai Merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.



Gambar 3. Prosedur Pendaftaran Merek Baru

Sumber : [Merek \(dgip.go.id\)](http://Merek(dgip.go.id))

Upaya yang dilakukan oleh civitas akademika sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Berikut ini penjabaran terkait solusi yang akan kami berikan kepada mitra:

1. Upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra tentang kurangnya pemahaman terkait merek. Solusi yang kami berikan kepada mitra adalah memberikan pemahaman tentang konsep dasar merek untuk UKM. Dengan adanya pelatihan pendaftaran merek maka diharapkan mitra menjadi paham tentang persyaratan dan prosedur pendaftaran merek.
2. Adapun upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan kedua terkait kurangnya pemahaman tentang merek, Solusi yang kami tawarkan adalah dengan memberikan pendampingan dan pelatihan yang maksimal tentang penerapan aplikasi pendaftaran merek bagi UKM.



Gambar 4 : Penyampaian Materi

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) dan Dosen Program Studi Magister Hukum Universitas Pamulang di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Karawang adalah sebagai berikut:

1. Para Peserta Sebagian besar belum memahami tentang arti penting merek bagi UKM dan bagaimana melakukan pendaftaran merek bagi UKM.

2. Penguasaan aplikasi pendaftaran merek bagi UKM sangat penting karena mereka bias mendaftarkan merek melalui aplikasi.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan didapatkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penerapan penggunaan aplikasi pendaftaran merek bagi UKM yang sudah diberikan dalam kegiatan PKM ini agar diberikan pendampingan kembali.
2. Penelusuran merek yang telah terdaftar secara detail agar merek UKM tidak melanggar merek yang lain..

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada LPPM Universitas Pamulang, dan Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Karawang yang telah banyak memberikan izin dan dukungan untuk melakukan kegiatan PKM ini.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Agung Wahana, Irvan Purliansyah. 2015, "Pembangunan E-Commerce (Penjualan ONLINE pada Turpez Shop)", (Vol.6 No. 1), Universitas Islam Negri Bandung.
- Hani Atun Mumtahana, Sekreningsih Nita, Adzinta Winerawan Tito. 2014. "Pemanfaatan WE E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran",
- Rahmanto, Toto, Basuki, 2018, Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja UKM, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fak Ek UNIAT vol 3, no 1 hal 1 – 10 issn 2527 – 7502 e issn 2581 – 2165
- Shabur miftah maulana. "Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan On-Line (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). UNBRAW.
- Susanto, S., Sarwani, S., & Afandi, S. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Untuk Mengetahui Tingkat

- Kesehatan, Pertumbuhan Dan Prospek Usaha Pada Unit Usaha Koperasi (Studi Kasus Koperasi Awak Pesawat Garuda Indonesia di Tangerang). *INOVASI*, 1(1).
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Suworo, S., Sairin, S., Susanto, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2022). PELATIHAN DIGITAL MARKETING (SOSIAL MEDIA) UNTUK MENINGKATKAN LIFE SKILL SANTRI DAN STAF MARKETING DI PESANTREN AL WAFI ISLAMIC BOARDING SCHOOL DEPOK. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59-69.
- Yanto, O., Susanto, S., Nugroho, A., Santoso, B., & Gueci, R. S. (2020). Sosialisasi Kekayaan Intelektual Guna Menumbuhkembangkan Usaha Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global Pada Revolusi 4.0. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Zulfitra, Z., Susanto, S., Mubarak, A., Sutoro, M., & Anwar, S. (2019). Manajemen Bisnis Sebagai Sarana Untuk Menumbuhkan Pengusaha-Pengusaha Baru (Studi Kasus pada PKBM Nurul Qolbi, Kota Bekasi, Jawa Barat). *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Zulfitra, Z., Ganar, Y., B., Krisyanto, E., Mubarak, A., Dinantara., M., D. (2020). Pelatihan Perpajakan Untuk UMKM Di Majelis Da'wah
- Al'adni. *Jurnal Abdi Laksana*, 1(1).