

# KESADARAN HUKUM PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENEGAH (UMKM) DALAM PERLINDUNGAN KEKAYAAN INTELEKTUAL

**Inayah**

Universitas Muhammadiyah Surakarta  
ina168@ums.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.23917/laj.v4i2.8942>

---

Submission

Track:

Received:

1 Oktober 2019

Final Revision:

4 November 2019

Available online:

10 November 2019

Corresponding

Author:

Inayah

Ina168@ums.ac.id

## ABSTRAK

*Artikel ini bertujuan untuk membahas kesadaran hukum pelaku UMKM dalam perlindungan merk dan desain industri di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah normative dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil dari pembahasan didapatkan bahwa Kekayaan intelektual merupakan salah satu unsur penting dalam perdagangan sehingga bagi pelaku usaha pemahaman tentang kekayaan intelektual menjadi keharusan. Kekayaan intelektual yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, utamanya UMKM adalah merek dan desain industri, karena dapat meningkatkan pendapatan bagi UMKM. Namun, dari hasil penelitian didapatkan bahwa kesadaran hukum pelaku UMKM dalam pendaftaran merk dan desain industri masih sangat kurang sehingga peningkatan kualitas UMKM di Indonesia masih terbilang cukup rendah.*

*Kata Kunci: UMKM, Perlindungan Hukum, HAKI*

---

## A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena kelompok usaha tersebut paling banyak menyerap tenaga kerja dibandingkan usaha besar, walaupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) rendah. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Saat krisis ekonomi yang terjadi di negara kita beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti

---

aktifitasnya, sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

UMKM mempunyai potensi dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan. Data Statistik di Kementerian Usaha Kecil dan Menengah menunjukkan eksistensi dan peran UMKM menunjukkan jumlah mencapai 51,26 juta unit usaha. Ini berarti 99,99 persen dan pelaku usaha nasional. Demikian pula jika dilihat dari kontribusi UMKM dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, devisa nasional dan investasi nasional. Sebagai pelaku usaha sudah sewajarnya apabila UMKM perlu memperhatikan kekayaan intelektual dari produk yang dihasilkannya, untuk itu pemerintah berusaha memberikan kemudahan dalam pengurusan pendaftaran kekayaan intelektual terutama untuk merek, hak cipta dan desain industri. Meskipun demikian tidak semua UMKN tertarik dan tergerak untuk memperoleh perlindungan hukum atas produk yang dihasilkannya, sebagaimana beberapa UMKN di wilayah Surakarta. Dari beberapa penelusuran sebagian besar UMKM belum tertarik untuk mendaftarkan produk yang dihasilkan – dalam hal ini merek – meskipun mereka sudah memberi label (istilah mereka untuk merek) pada produk yang dihasilkan, bagi mereka hal yang penting adalah jumlah penjualan dari produk, apalagi desain dari produk yang mereka hasilkan.

Seperti kita ketahui merek merupakan tanda yang dapat membedakan barang atau jasa dari suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya, sedangkan menurut pasal 1 Undang-Undang No. 15 Tahun 2001, merek adalah 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. Jadi apa yang bisa dikenal sebagai merek adalah tanda pembeda yang digunakan suatu badan usaha sebagai penanda identitasnya dan produk barang atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen, sekaligus untuk membedakannya dari badan usaha lain. Secara konvensional, merek dapat berupa nama, kata, frasa, logo, lambang, desain, gambar, atau kombinasi dua atau lebih unsur tersebut. Di Indonesia, hak merek dilindungi

melalui Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.<sup>1</sup> Undang-undang tersebut hanya berhubungan dengan merek konvensional, sedangkan undang-undang yang berlaku saat ini adalah Undang-undang No.20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memperluas merek yang akan didaftarkan, meliputi penambahan merek 3 dimensi, merek suara, dan merek hologram.

Merek akan mendapatkan perlindungan hukum jika didaftarkan pada instansi yang berwenang. Dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang tentang Merek Dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016, pendaftaran dapat diajukan pada Kementerian Hukum dan HAM secara elektronik atau non-elektronik dalam Bahasa Indonesia. Adapun tata cara dan prosedur untuk mengajukan permintaan pendaftaran merek di Indonesia telah diatur dalam Pasal 4 sampai Pasal 7 UU No. 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis.

Pengaturan merek juga dimaksudkan sebagai perlindungan kepada masyarakat terutama para konsumen agar mereka tidak keliru dalam mendapatkan suatu barang yang kualitasnya dibawah mute dari barang ash. Selain itu juga dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap produsen sebagai pemegang hak milik yang sah.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif normative dan merupakan bentuk studi kepustakaan yang didasarkan kepada data-data normative yang didapatkan dalam bahan hukum berkaitan dengan UMKM dan Hak kekayaan intelektual. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan.

## **C. PEMBAHASAN**

### **1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Usaha Kecil Mikro Menengah (selanjutnya disebut UMKM) merupakan industri yang berkembang dengan sangat cepat dan besar di Indonesia. Industri UMKM menjadi salah satu pilar perekonomian yang menggerakkan roda perekonomian di Indonesia. Hal tersebut didukung dengan fakta yang didapatkan dalam kajian dari kementerian perindustrian di mana sektor UMKM mengambil

<sup>1</sup>Haris Munandar dan Sally Sitanggang, 2011, *Mengenal HAKI-Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Erlangga, hal. 50.

---

kontribusi sebesar 60,34% terhadap produk domestik bruto di Indonesia pada tahun 2016. Fakta lain yang didapatkan adalah sektor UMKM dalam periode yang sama menyerap 97,22% tenaga kerja di Indonesia.<sup>2</sup>

UMKM diatur berdasarkan Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Adapun UMKM tersebut terbagi menjadi tiga bagian usaha yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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. Selanjutnya, 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.

Bidang Usaha UMKM tersebut dibagi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yaitu sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro sebagaimana dimaksud menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Adapun kriteria usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 300.000.000,00 (ket.: nilai nominal dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur oleh Peraturan Presiden)

<sup>2</sup> Andrew Betlehn & Prisca Oktaviani Samosir. 2018. Upaya perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia Jurnal Law and Justice. Volume 3, Nomor 1, April 2018. Hal 3.

b. Usaha Kecil

Definisi usaha kecil menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan yang dilakukan 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. Adapun kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (ket.: nilai nominal dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur oleh Peraturan Presiden).

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan 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. Adapun kriteria usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (ket.: nilai nominal dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur oleh Peraturan Presiden).

---

Ciri-ciri usaha menengah, antara lain:

- 1) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi;
- 2) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;
- 3) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dli;
- 4) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;
- 5) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan; dan
- 6) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

## 2. Merek

Merek adalah suatu tanda (*sign*) untuk membedakan barang-barang yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hokum dengan barang-barang yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki Jaya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.<sup>3</sup>

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*. Artinya, Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian Hukum dan Ham dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya. <sup>4</sup>

UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan masih minimnya pendaftaran Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Data statistik pendaftaran Ditjen KI menunjukkan bahwa selama periode

<sup>3</sup>OK. Saidin. 1995. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hal. 264.

<sup>4</sup> Khoirul Hidayah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta : Setara Press, 2017, hlm. 54.

2016-April 2018 pendaftaran Merek Non UMKM mendominasi sebesar 91,45% sedangkan untuk merek UMKM hanya sebesar 8.55%. Padahal, menurut pandangan *World Intellectual Property Rights* (WIPO), UMKM memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas produk. Namun, sayangnya kesadaran pengusaha UMKM akan pentingnya pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual untuk mendukung kegiatan usaha mereka masih rendah.<sup>5</sup>

### **A. Jenis Merek**

Jenis merek sendiri terdapat pada Pasal 1 Ayat (2-4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, sebagai berikut :

- a. Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.
- b. Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.
- c. 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 secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.

Khusus untuk merek kolektif sebenarnya tidak dapat dikatakan sebagai jenis merek yang baru oleh karena merek kolektif ini sebenarnya juga terdiri dari merek dagang dan jasa. Hanya saja merek kolektif ini pemakaiannya digunakan secara kolektif.

### **B. Prosedur Pendaftaran Merek**

Prosedur pendaftaran merek terbagi menjadi dua bagian, yaitu pengajuan merek oleh pemohon langsung dan melalui proses verifikasi yang dilakukan oleh Ditjen HKI. Pemohon akan mengisi formulir pendaftaran merek dengan berbagai

<sup>5</sup> Andrew Betlehn & Prisca Oktaviani Samosir. 2018. Upaya perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia Jurnal Law and Justice. Volume 3, Nomor 1, April 2018. Hal 7.



aspek ornament dan estetika dari suatu produk. Dengan kata lain, desain industri hanya mengacu pada tampilan (bentuk luar) misalnya, sebuah kursi. Walaupun desain suatu produk memiliki fitur-teknis dan fungsional tertentu, desain industri sebagai bagian dari hak kekayaan intelektual hanya mengacu pada nilai estetika dari produk yang sudah jadi, dan sama sekali tidak mempertimbangkan aspek teknis dan fungsionalnya.

- b. Desain industri berkaitan dengan beragam produk industri, produk mode dan produk kerajinan tangan, mulai dari alat-alat teknik dan medik hingga jam tangan, perhiasan dan barang-barang mewah lainnya; atau mulai dari produk-produk rumah tangga, mainan, perabotan, peralatan elektronika hingga mobil dan struktur arsitektur; mulai dari desain tekstil hingga peralatan olahraga. Desain industri juga merupakan hal yang penting dalam hubungannya dengan kemasan, tempat atau wadah dan penampilan atau bentuk luar dari suatu produk.
- c. Secara umum desain industri dapat berupa:
  - 1) Fitur tiga dimensi, seperti bentuk dari sebuah produk;
  - 2) Fitur dua dimensi, seperti ornament, pola, garis dan warna dari suatu produk
  - 3) Kombinasi dari satu atau lebih fitur tersebut.<sup>6</sup>

Desain industri adalah bidang yang sangat banyak berkaitan dengan kehidupan manusia terutama dalam sektor perindustrian. Adapun cakupan objek desain industri meliputi atas karya yang berupa gambar atau model awal dari suatu barang yang akan dibuat masal terutama di suatu pabrik atau industri.<sup>7</sup>

## **A. Elemen Pokok Desain Industri**

Arti dari kata bentuk (shape) dan konfigurasi (conformation) hampir sama yaitu merujuk pada kreasi dengan kategori 3 dimensi. Sedangkan komposisi garis dan warna lebih bersifat 2 dimensi. Dengan demikian ada tiga kemungkinan yang dapat dikategorikan sebagai desain industri berdasarkan definisi pasal 1 tersebut yaitu tiga dimensi apabila terdiri dari bentuk dan konfigurasi; dua (2) dimensi apabila terdiri dari garis, warna serta garis dan warna, kombinasi dari keduanya yaitu konfigurasi dan

<sup>6</sup>Publikasi WIPO Nomor 498, 2008. *Tampil Menarik Pengantar Desain Industri Untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Terjemahan Kadin Indonesia, Cetakan Pertama, Jakarta, hal. 5.

<sup>7</sup>*Ibid.*

---

komposisi, bentuk dan komposisi serta bentuk, konfigurasi dan komposisi.<sup>8</sup>

Karya atau produk desain industri yang mendapatkan perlindungan hukum sebagaimana ketentuan pasal 2 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri menyebutkan bahwa pendesain atau pihak yang telah memohonkan permohonan desain industrinya maka pihak tersebut akan memperoleh hak desain industri. Hak desain industri tersebut diberikan kepada para pihak atas desain industri yang baru, apabila desain industri yang dimohonkan permohonan pendaftaran merupakan desain industri lama maka pihak pemohon tersebut tidak akan mendapatkan hak desain. Pengertian dari desain industri yang baru tersebut ialah tidak adanya kesamaan tanggal penerimaan atas desain industri yang dimohonkan pendaftarannya dengan tanggal penerimaan desain industri yang telah ada atau telah diungkapkan sebelumnya.

## **B. Lingkup Perlindungan Hak Desain industri**

Menurut Pasal 9 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang desain industri adalah:

*"(1) pemegang hak desain industri memiliki hak eksklusif untuk melaksanakan hak desain industri yang dimilikinya dan untuk melarang orang lain yang tanpa persetujuannya membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor dan mengedarkan barang yang diberi hak desain industri.*

*(2) Dikecualikan sebagaimana dimaksud ayat (1) adalah pemakaian desain industri untuk kepentingan penelitian dan pendidikan sepanjang tidak merugikan kepentingan yang wajar".*

Guna lebih memahami ruang lingkup desain industri ini ada pandangan suatu ahli yang sangat baik untuk membawa kita sehingga dapat lebih mampu melihat ruang lingkup desain industri ini, yaitu pandangan Misha Black yang termuat dalam laporannya kepada *United Nations Industrial Development Organization* yang menyebutkan beberapa aspek dari perencanaan sebuah produk industri, terdiri dari:

- a. Aspek kegunaan, mengacu kepada interaksi langsung antara manusia dan produk dengan dilandasi pertimbangan-pertimbangan seperti kenyamanan, kepraktisan,

<sup>8</sup>Tomi Suryo Utomo 2009. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 225-228.

- keselamatan, kemudahan, perawatan, perbaikan, termasuk juga faktor-faktor ergonomi dan anthropometri.
- b. Aspek fungsi, mengacu pada prinsip fisik dan teknik dan desain dan dilandasi oleh pertimbangan permesinan, persediaan bahan Baku, tats cara kerja, perakitan,tingkat keterampilan tenaga kerja, efisiensi, penghematan biaya, toleransi,kelayakan, standarnisasi dan lain-lain.
  - c. Aspek pemasaran, berorientasi pada kebutuhan konsumen yang dilandasi pertimbangan akan kebutuhan dan keinginan, kebijakan produk, diversifikasi produk, Skala prioritas harga, jaringan distribusi, dan lain-lain.
  - d. Aspek nilai estetis dan penampilan suatu produk, mengacu pada nilai visual dan psikologis dari desain yang dilandasi oleh pertimbangan seperti bentuk keseluruhan, unsur penampilan, pembuatan detil, proporsi tekstur, warna, grafis dan penyelesaian akhir.<sup>9</sup>

Desain Industri merupakan salah satu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual. Perlindungan mengenai desain industri atas dasar konsep pemikiran bahwa lahirnya desain industri tidak terlepas dari adanya kemampuan kreativitas dari cipta, rasa dan karsa yang dimiliki oleh setiap manusia.<sup>10</sup> Banyak yang mengatakan bahwa antara hak cipta di bidang seni lukis atau seni grafika dengan desain industri itu memiliki kesamaan, namun ada juga perbedaan diantara yang dapat terlihat pada saat desain industri tersebut memiliki wujud yang lebih mengarah pada paten. Wujud desain industri dalam bentuk lukisan, karikatur, gambar atau grafika maka dapat diklaim sebagai hak cipta, akan tetapi apabila desain industri tersebut disusun dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi dan dapat diwujudkan dalam satu pola yang melahirkan produk materiil dan dapat diterapkan dalam aktivitas industri, maka dalam wujud itulah yang nantinya akan disebut sebagai desain industri.<sup>11</sup>

Dua (2) pendekatan filosofis yang mengatakan bahwa desain industri adalah bagian dari Hak Kekayaan Intelektual:

- a. Pendekatan Hak Cipta yaitu hak yang berpangkal di negara-negara Eropa dengan

<sup>9</sup>John Hesketh, 1968. *Desain Industri*. Terjemahan Chantra Johan, Jakarta: Rajawali, hal. 5.

<sup>10</sup>Tim Lindsley, Eddy Damian Simon Butt dan Tomi Suryo Utomo. 2006. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: Asian Law Group Pty. Ltd. bekerjasama dengan PT. Alumni, hal. 467.

<sup>11</sup>*Ibid.*

---

melihat bahwa Hak Desain Industri itu sebagai karya, cipta dan karsa (budaya).

- b. Pendekatan Hak Paten yaitu pendekatan yang berpangkal di Negara Jepang dan Amerika dengan melihat Desain Industri sebagai produk yang memiliki nilai bisnis.<sup>12</sup>

### **C. Proses Permohonan Pendaftaran Desain Industri**

Seorang pendesain dalam melakukan kegiatannya sebagai pendesain pasti akan menghasilkan suatu karya atau produk. Karya atau produk yang dihasilkan tersebut pasti akan memiliki ciri khas tersendiri baik itu dari ukiran, bentuk maupun warna yang kemudian disebut dengan desain. Untuk mendapatkan perlindungan hukum atas karya atau produk yang dihasilkan tersebut, maka pendesain harus mendaftarkan karya desain ukiran kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Dalam meeaksanakan permohonan pendaftaran desain industri pastinya pendesain akan melalui langkah-langkah sebagaimana telah ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri yaitu pada pasal 10-15 dimana Hak desain industri akan diberikan kepada pemegang hak desain berdasarkan permohonan yang dimohonan telah dikabulkan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

- (1) Permohonan desain industri dibuat secara tertulis dengan menggunakan bahasa Indonesia.
- (2) ditandatangani oleh Pemohon atau Kuasanya, setelah itu diajukan kepada Direktorat Jenderal dengan membayar sejumlah biaya yang telah ditentukan dalam Undang-Undang. Permohonan tersebut harus memuat:
  - a. Tanggal, bulan, dan tahun surat permohonan.
  - b. Nama, alamat lengkap, dan kewarganegaraan pendesain.
  - c. Nama, alamat lengkap, dan kewarganegaraan pemohon.
  - d. Nama dan alamat lengkap kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa.
  - e. Nama negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali, dalam hal permohonan diajukan dengan Hak Prioritas.

Permohonan tersebut diatas harus dilampiri dengan

<sup>12</sup>OK Saidin, 2006. *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hal. 469.

- a. Contoh fisik atau gambar atau foto dan uraian dari desain industri yang diohonkan pendaftarannya
- b. Surat kuasa, dalam hal permohonan diajukan melalui kuasa.
- c. Surat pernyataan bahwa Desain Industri yang dimohonkan pendaftarannya adalah milik pemohon atau milik pendesain.

Apabila permohonan dimohonkan oleh dari satu pemohon atau bersama-sama maka yang menandatangani permohonan tersebut hanya satu pemohon saja sebagai perwakilan dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon. Pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran desain industri dianggap sebagai pemegang hak desain industri, kecuali jika ada perjanjian lain.

Setiap permohonan yang dimohonkan hanya dapat diajukan untuk :

- a. Satu desain industri.
- b. Beberapa desain indsutri yang merupakan satu kesatuan desain industri atau yang memiliki kelas yang sama.

Setelah permohonan pendaftaran desain industri telah memenuhi segala persyaratan yang telah ditentukan, maka permohonan pendaftaran desain industri tersebut akan diumumkan kepada masyarakat umum oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Tata cara mengumumkannya sebagaimana telah diatur dalam Pasal 25 dan 26 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.

Pengumuman tersebut dilakukan dengan cara menempatkannya pada sarana yang dapat dilihat dan diketahui dengan mudah oleh masyarakat umum, dengan jangka waktu paling lama 3 (tiga) bulan terhitung sejak tanggal penerimaan permohonan. Berdasarkan Pasal 25 ayat (2) Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri berikut adalah data-data yang harus dicantumkan dalam pengumuman pendaftaran desain industri:

- a. Nama dan alamat lengkap pemohon.
- b. Nama dan alamat lengkap kuasa dalam hal permohonan diajukan melalui kuasa.
- c. Tanggal dan nomor penerimaan permohonan.
- d. Nama negara dan tanggal penerimaan permohonan yang pertama kali apabila permohonan diajukan dengan menggunakan hak prioritas.

- e. Judul desain industri.
- f. Gambar atau foto desain industri.

#### 4. Kesadaran Hukum UMKM dalam Pendaftaran Merek dan Desain Industri

Kesadaran hukum merupakan interdependensi mental dan moral yang masing-masing tergantung pada ego manusia. Berkaitan dengan hal tersebut, Widjaya mengemukakan bahwa Kesadaran hukum merupakan keadaan dimana tidak terdapatnya benturan-benturan hidup dalam masyarakat. Masyarakat dalam kehidupan seimbang, serasi dan selaras. Kesadaran hukum diterima sebagai kesadaran bukan diterima sebagai paksaan, walaupun ada pengekangan dari luar diri manusia atau masyarakat sendiri dalam bentuk perundang-undangan.<sup>13</sup>

Di samping itu juga, Purbacaraka dan Soekanto mengartikan kesadaran hukum sebagai "keyakinan/kesadaran akan kedamaian pergaulan hidup yang menjadi landasan *regel mating* (keajegan) maupun *beslissigen* (keputusan) itu dapat dikatakan sebagai wadahnya jalinan hukum yang mengendap dalam sanubari manusia".<sup>14</sup> Kedua batasan tersebut, dengan jelas menunjukkan bahwa, kesadaran hukum itu merupakan kepatuhan untuk melaksanakan ketentuan hukum tidak saja tergantung pada pengertian dan pengetahuan, tetapi lebih diutamakan terhadap sikap dan kepribadian untuk mewujudkan suatu bentuk perilaku yang sadar hukum. Lebih jelas Paul Scholten menjelaskan bahwa kesadaran hukum yaitu kesadaran yang ada pada setiap manusia tentang apa hukum itu, apa seharusnya hukum itu, suatu kategori tertentu dari hidup kejiwaan kita dengan mana kita membedakan antara hukum dengan tidak hukum, antara yang seyogyanya dilakukan dan tidak dilakukan.<sup>15</sup>

Kesadaran hukum dapat diartikan sebagai persepsi individu atau masyarakat terhadap hukum. Persepsi tersebut mungkin sama ataupun tidak sama dengan hukum yang berlaku, hukum di sini merujuk pada hukum yang berlaku dan hukum yang dicita-citakan. Dengan demikian hukum di sini meliputi hukum tertulis dan hukum tidak tertulis. Misalnya hukum Islam dan hukum adat, walaupun kedua hukum tersebut tidak memiliki bentuk formal (tertulis) dalam lingkup hukum nasional, akan tetapi hukum tersebut

<sup>13</sup>Widjaya, 1984, *Kesadaran hukum Manusia dan Manusia Pancasila*, Jakarta: Era Swasta, hal. 18.

<sup>14</sup>Purbacaraka dan Soekanto. 1985. *Renungan Filsafat Hukum*. Jakarta: Alumni, hal. 9.

<sup>15</sup>Mertokusumo. 1986. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Rajawali Press, hal. 2.

seringkali dijadikan dasar dalam menentukan suatu tindakan. Kesadaran hukum berkaitan dengan nilai-nilai yang tumbuh dan berkembang dalam suatu masyarakat, dengan demikian masyarakat mentaati hukum bukan karena paksaan, melainkan karena hukum tersebut sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam keadaan masyarakat sendiri.

Di kalangan UMKM pemahaman mereka terhadap merek sudah ada meskipun ada beberapa yang memakai istilah label yaitu tanda untuk membedakan produk yang sejenis, meskipun demikian ada beberapa UMKM yang tidak memperdulikan pemakaian merek karena:

1. Kualitas barang merupakan faktor terpenting dalam penjualan produk yang dihasilkan, hal ini disebabkan para pelaku UMKM berkedudukan sebagai pabrikan (produsen) sehingga produk mereka dibeli dalam jumlah banyak (sebagai tempat kulakan), kemudian para pembeli ini akan memberi merek sesuai merek yang mereka miliki.
2. Persepsi mereka bahwa proses pendaftaran merek dianggap “ribet” dan mahal. Hal ini menyebabkan beberapa UMKM sudah memberi merek, untuk produk yang dihasilkan tetapi tidak melakukan pendaftaran.

Sedangkan untuk desain industry, desain dari produk pelaku UMKM sebagaimana berasal dari pihak pemesan, sebagian kreasi sendiri (dengan catatan meniru produk yang sedang laku atau baru) produk lama saja diberi tambahan berupa ornament sehingga pendaftaran desain dianggap tidak perlu mengingat unsur “baru” tidak terpenuhi.

Menurut Soerjono Soekanto terdapat empat indikator untuk menilai kesadaran hukum yaitu pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum dan pola perilaku hukum. Dari empat indikator tersebut, sebagian besar UMKM sudah memenuhi tiga indikator yaitu:

1. Pengetahuan hukum mereka mengerti ada Undang-Undang Merek dan Undang-Undang Desain Industri.
2. Pemahaman hukum, khususnya tentang merek mereka (UMKM) sudah menyadari pentingnya perlindungan merek untuk produk mereka, sedangkan untuk Desain Industri karena sebagian produk pesanan dan desain yang sudah dikenal luas maka tidak diperlukan pendaftaran.
3. Sikap hukum sudah terpenuhi, hanya karena pelaksanannya dianggap berbelit-belit

menjadi alasan untuk tidak melakukan pendaftaran.<sup>16</sup>

Berdasarkan hal tersebut di atas dapat dikatakan pada dasarnya UMKM sudah mengetahui pentingnya pendaftaran merek maupun desain industry agar produk yang dihasilkan memperoleh perlindungan hukum, hanya saja meskipun demikian ada beberapa alasan yang menjadi kendala untuk melakukan pendaftaran merk dan desain industry. Untuk itu perlu peran serta pemerintah maupun kalangan masyarakat tertentu, misalnya perguruan tinggi dan Komunitas-komunitas pengusaha untuk melakukan sosialisasi secara intensif.

#### D. PENUTUP

Kesadaran hukum masyarakat erat hubungannya dengan pengetahuan hukum, dalam hal ini adalah UMKM. Hal terpenting yang harus diperhatikan adalah adanya sosialisasi dari pihak-pihak terkait baik perusahaan, perguruan tinggi atau pemerhati HKI untuk menjadi agenda utama dalam meningkatkan kesadaran hukum masyarakat. Sosialisasi yang massif dan tersurktur merupakan model pendidikan masyarakat khususnya pelaku usaha UMKM agar memiliki kesadaran hukum untuk melindungi produknya dengan mendaftarkan merek dan desain industry. Dengan terdaftarnya merk dan design industry dari produk UMKM diharapkan kualitas produk dan penjualan UMKM dapat meningkat serta dapat bersaing di perdagangan lintas Negara.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

- Djumhana, Muhammad, 2003, *Hak Milik Intelektual Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Hesketx, John. 1968. *Desain Industri. Terjemahan Chantra Johan*, Jakarta: Rajawali.
- Indriyanto, Agung & Irnie Mela Yusnita, 2017. *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Khoirul Hidayah, 2017, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta : Setara Press,
- Mertokusumo, 1986, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta, Rajawali Press.
- Munandar, Haris dan Sally Sitanggang, 2011, *Mengenal HAKI-Hak Kekayaan Intelektual*, Jakarta: Erlangga.
- Publikasi WIPO Nomor 498, 2008. *Tampil Menarik Pengantar Desain Industri Untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Terjemahan Kadin Indonesia, Cetakan Pertama, Jakarta, hal. 5.
- Purbacaraka dan Soekanto. 1985. *Renungan Filsafat Hukum*. Jakarta.
- Saidin, OK. 2006. *Aspek Hukum Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

<sup>16</sup>Soekanto, Soerjono. 1982. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Jakarta, CV. Rajawali, hal. 9.

- Soekanto, Soerjono, 1982, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Jakarta, CV. Rajawali.
- Tim Lindsley, Eddy Damian Simon Butt dan Tomi Suryo Utomo. 2006. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: Asian Law Group Pty. Ltd. bekerjasama dengan PT. Alumni.
- Utomo, Tomi Suryo. 2009. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widjaya, 1984, *Kesadaran hukum Manusia dan Manusia Pancasila*, Jakarta, Era Swasta.

### **Jurnal**

- Andrew Betlehn & Prisca Oktaviani Samosir. 2018. Upaya perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia Jurnal Law and Justice. Volume 3, Nomor 1, April 2018

### **Peraturan Perundang-undangan**

- Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Desain Industri
- PP No. 28 Tahun 2019 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bulan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan HAM.