



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS MULAWARMAN  
FAKULTAS HUKUM

Alamat: Jl. Sambaliung Kampus Gunung Kelua, Samarinda 75119  
Telepon (0541) 7774145 – 748107. Faksimili (0541) 7774144 – 748107  
Laman: <https://fh.unmul.ac.id>

SURAT TUGAS  
Nomor 4326/UN17.8/HM.02.00/2022

Dekan Fakultas Hukum Universitas Mulawarman menugaskan kepada:

No.	Ketua Tim	Anggota	Judul Penelitian
1	Harry Setya Nugraha, SH., MH	1. M. Yasin Al Arif, SH.,MH (Dosen UIN Raden Intan Lampung) 2. Michelle Jeffelyn Hardinata (Mahasiswa FH Unmul)	Kedudukan Otorita Dalam Sistem Perundang-Undangan di Indonesia
2	Sholihin Bone, SH.,MH	1. Harry Setya Nugraha, SH.,MH 2. Alfian, SH.,MH 3. Try Ana (Mahasiswa FH Unmul) 4. Novita Fitriani (Mahasiswa FH Unmul)	Relevansi Peran Tunggal Otorita Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan IKN Terhadap Asas Otonomi Daerah
3	Orin Gusta Andini, SH.,MH	1. Sholihin Bone, SH.,MH 2. Ahsan Yunus, SH.,MH (Dosen FH UNHAS) 3. Lisa Aprilia (Mahasiswa FH Unmul) 4. M.Zaudan (Mahasiswa FH Unmul)	Relasi Kewenangan Otorita IKN Dengan Potensi Perdagangan Pengaruh
4	Denny Slamet Pribadi, SH.,MH	1. K. Wisnu Wardhana, SH.,MH 2. Insan Tajali Nur, SH., MH 3. Benidiktus Lasah (Mahasiswa FH Unmul)	Peran UMKM Sebagai Penyangga Ekonomi Daerah Dalam Pembangunan IKN
5	Dr. La Syarifuddin, SH.,MH	1. Dr. Nur Asikin (Dosen FH-UBT Kaltara) 2. Dr. Ivan Zairani Lisi, SH.,S.Sos.,M.Hum 3. Shella P (Mahasiswa Magister Hukum)	Upaya Pemerintah Pusat dan Daerah Dalam Upaya Perlindungan Hukum Kesenian Tradisional di Wilayah IKN
6	Dr. M Fauzi, SH.,MH	1. Dr. Nur Asikin (Dosen FH-UBT Kaltara) 2. Dr. La Syarifuddin, SH.,MH 3. Shella P (Mahasiswa Magister Hukum)	Konstruksi Hukum Adat Terhadap Upaya Penyelesaian Tindak Pidana Pada Masyarakat Hukum Adat Paser di Kabupaten Paser
7	Grizelda, SH.,MH	1. Dr. Sonny Sudiar (Dosen Hubungan Internasional UNMUL) 2. Dr. Mahendra Putra Kurnia, SH.,MH 3. Rika Erawaty, SH.,MH 4. Nomensen Fredy S, SH., LL.M 5. Giovanni Nainggolan (Mahasiswa FH Unmul)	Ibu Kota Nusantara dan ASEAN <i>International Collective Security</i>



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS MULAWARMAN  
FAKULTAS HUKUM

Alamat: Jl. Sambaliung Kampus Gunung Kelua, Samarinda 75119  
Telepon (0541) 7774145 – 748107. Faksimili (0541) 7774144 – 748107  
Laman: <https://fh.unmul.ac.id>

8	Rini Apriyani, SH.,MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Nur Aripkah, SH.,MH</li><li>2. Dea Nada Selvia (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>3. Ismianingsih (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Implikasi Pemindahan IKN Terhadap Potensi Tingkat Kriminalitas Di Wilayah Kalimantan Timur
9	Irma Suriyani, S. Ag.,M.Ag	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Erna Susanti, S.,MH</li><li>2. Safarni Husain, SH.,M.Kn</li><li>3. Muhammad Muhsin H, S.HL., M.HI (Dosen STAI DDI Mangkoso)</li><li>4. Amsari Damanik, SH.,M.Kn</li><li>5. Siti Yunianur (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Pengaruh Pernikahan Anak di Bawah Umur di IKN Terhadap Ketahanan Keluarga
10	Erna Susanti, SH.,MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. K. Wisnu Wardhana, SH.,MH</li><li>2. Hairan, SH., MH</li><li>3. Poppilea Erwinta, SH.,MH</li><li>4. Denny Slamet Pribadi, SH.,MH</li></ol>	Implikasi Pemindahan IKN terhadap Kebutuhan Pekerja/Buruh
11	Aryo Subroto, SH., MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dr. Siti Kotijah, SH., MH</li><li>2. Diska Agustina (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>3. Ledi Yustika (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>4. Nefriana Aurelia (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Keberadaan Masyarakat Adat Di Daerah Penyangga IKN Dalam Perspektif Perlindungan Hak Masyarakat Adat
12	Dr. Emilda Kuspaningrum, SH.,Kn.,MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dr. M Fauzi, SH., MH</li><li>2. Irma Suriyani, S. Ag., M. Ag</li><li>3. Lily Triyana, SH., M.Hum</li><li>4. Isnah Ayunda, SH., MH</li><li>5. Jumiaty (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>6. Khalida Yuni Safitri (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Kekayaan Intelektual Komunal Masyarakat Adat Paser dalam Hegemoni IKN
13	Dr. Nur Arifudin, SH., MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Rika Erawaty, SH., MH</li><li>2. Alfian, SH., MH</li><li>3. Setiyo Utommo, SH., M.Kn</li><li>4. Grizelda, SH., MH</li><li>5. Dyah Permata Setyawati R (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>6. Mazaya Aliya Jovilina (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Kesiapan Penegak Hukum Terhadap Potensi Tindak Pidana Korupsi Pada Proses Pembangunan Ibu Kota Nusantara
14	Sofwan Rizko Ramadoni, SH.,MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dewi Atriani, SH., M.Kn</li><li>2. Erick Julian Prataman (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Kontruksi Hukum Pengelolaan Sampah dan Limbah Dengan Prinsip Ekonomi Sirkular Berbasis Kemitraan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS MULAWARMAN  
FAKULTAS HUKUM

Alamat: Jl. Sambaliung Kampus Gunung Kelua, Samarinda 75119  
Telepon (0541) 7774145 – 748107. Faksimili (0541) 7774144 – 748107  
Laman: <https://fh.unmul.ac.id>

15	Khairunnisa Noor Asufie, SH., M.Kn	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Reza Pramasta Gegana, SH., M.Kn</li><li>2. Kalen Sanata, SH., MH</li><li>3. M. Ali Sadikin (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>4. Anggun Mulyani (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Urgensi Penguatan Hak Masyarakat Adat Sekitar IKN Dalam Hak Kekayaan Intelektual
16	Dr. Siti Kotijah, SH. MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Febriyanti, SH (Mahasiswa Magister Hukum)</li><li>2. Putri Fasya Ananta, S.H (Mahasiswa Magister Hukum)</li></ol>	Daya Dukung Lingkungan Pada Daerah Mitra Daerah Khusus Ibu Kota Nusantara Di Teluk Balikpapan Dalam Perspektif Hukum Lingkungan
17	Dr. Nur Arifudin, SH., MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Amsari Damanik, SH., M.Kn</li><li>2. Previn M. Alexander (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>3. Muhammad Rizal (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Konstruksi Regulasi Kawasan Penyangga Ibu Kota Negara Yang Menyejahterakan Masyarakat (Studi Hukum Ekonomi)
18	Dr.Haris Reno Susmiyati, SH., MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Rahmawati Al Hidayah, SH.,LL.M</li><li>2. Wiwik Harjanti, SH., LL.M</li><li>3. Aji Ahmad Affandi (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Kritik Keadilan Terhadap Grand Desain Pembangunan Ibukota Nusantara
19	Dr. Rosmini, SH., MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ine Ventyrina, SH., MH.</li><li>2. Agustina Wati, SH., MH.</li><li>3. Rachmad Riyadi (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>4. Ekna Putri Nur Aulia (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Penguatan Kelembagaan Pengawasan Terhadap Pemanfaatan Ruang Laut di Ibu Kota Negara
20	Dr. Rosmini, SH., MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ine Ventyrina, SH., MH.</li><li>2. Agustina Wati, SH., MH.</li><li>3. Safarni Husain, SH., MKn.</li><li>4. Rachmad Riyadi (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>5. Ekna Putri Nur Aulia (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Problematika Hukum Pindahan ASN ke Ibu Kota Nusantara
21	Rahmawati Al Hidayah, SH., LL.M	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Aryo Subroto,SH, MH</li><li>2. Setiyo Utomo, SH., MH</li><li>3. Regita Dwi Pratiwi (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>4. Dirmayani Marthaeana Dewanti (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Problematika Penguasaan Lahan Masyarakat Lokal di Ibu Kota Nusantara



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS MULAWARMAN  
FAKULTAS HUKUM

Alamat: Jl. Sambaliung Kampus Gunung Kelua, Samarinda 75119  
Telepon (0541) 7774145 – 748107. Faksimili (0541) 7774144 – 748107  
Laman: <https://fh.unmul.ac.id>

22	Lily Triyana, SH., M.Hum	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Dr. Emilda Kuspraningrum, SH.,Kn.,MH</li><li>2. Purwanto, SH. MH</li><li>3. Febri Noor Hediati, SH., MH</li><li>4. Indah Septiana Nugrahaini, SE</li><li>5. Adhika Berliana (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>6. Imam Maulana (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis Bagi Produk Usaha Mikro, Kecil, Menengah Sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan Di Ibu Kota Negara
23	Dr. Haris Retno Susmiyati, SH. MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Wiwik Harjanti, SH., LL.M</li><li>2. Siti Maimunah (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>3. Nisaul Majidah (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Implikasi Pembangunan Ibu Kota Nusantara Dalam Perspektif Ekofeminis
24	Dr. Ivan Zairani Lisi, SH., S.Sos., M. Hum	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Orin Gusta Andini, SH., MH</li><li>2. Aristya W. Pamuncak, SH., MH</li><li>3. Nur Aripkah, SH., MH</li><li>4. Dela Safitriana (Mahasiswa FH Unmul)</li><li>5. Reza Aspianur (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Kebijakan Kriminal Dalam Penanggulangan Tindak Pidana di Masa Transisi Perpindahan Ibu Kota Negara
25	Warkhatun Najidah, SH., MH	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Herdiansyah Hamzah, SH., MH</li><li>2. Ahmad Naelul Abrori (Mahasiswa FH Unmul)</li></ol>	Konstruksi Ketatadnegeraan Pengecualian Pemilihan Lokal di Wilayah Ibu Kota Negara

Untuk melakukan penelitian “*Keep Moving For Indonesia: Ruang Kritis Implikasi Ibu Kota Nusantara Dalam Dimensi Hukum*” dalam rangkaian Dies Natalis ke-19 Fakultas Hukum Universitas Mulawarman Tahun 2022.



29 Agustus 2022  
Dekan,  
Dr. Mahendra Putra Kurnia, SH, MH  
NIP. 198203072003121003

**LAPORAN PENELITIAN**

**PERLINDUNGAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS  
PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH  
SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN  
(STUDI DI KAWASAN DAERAH PENYANGGA IBU KOTA NEGARA)**



Oleh :

**Lily Triyana SH.,M.Hum**  
**Dr.Emilda Kuspraningrum SH.,KN.,MH**  
**Purwanto SH.,MH**  
**Indah Septiana Nugrahaini SE**  
**Febri Noor Hediati SH.,MH**  
**Imam Maulana**  
**Adhika Berliana Siahaan**

**PROGRAM STUDI SARJANA HUKUM**  
**FAKULTAS HUKUM**  
**UNIVERSITAS MULAWARMAN SAMARINDA**  
**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LAPORAN PENELITIAN**

**PERLINDUNGAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS  
PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH  
SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN  
(STUDI DI KAWASAN DAERAH PENYANGGA IBU KOTA NEGARA)**

Diajukan oleh

Lily Triyana SH.,M.Hum  
Dr.Emilda Kuspraningrum SH.,KN.,MH  
Purwanto SH.,MH  
Indah Septiana Nugrahaini SE  
Febri Noor Hediati SH.,MH  
Imam Maulana  
Adhika Berliana Siahaan

KETUA JURUSAN

KETUA TIM PENELITIAN

Erna Susanti, S.H., M.H.  
NIP : 197706292005012002

Lily Triyana SH.,M.Hum.  
NIP : 198109252008122001

MENGESAHKAN,  
DEKAN FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MULAWARMAN,

Dr. Mahendra Putra Kurnia, S.H., M.H.  
NIP. 198203072003121003

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Kajian Literatur/Landasan Teori.....	3
<b>BAB II PENDAYAGUNAAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS SEBAGAI INSTRUMEN PERLINDUNGAN HAK EKONOMI PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KAWASAN DAERAH PENYANGGA IBU KOTA NEGARA ....</b>	<b>30</b>
A. Gambaran Umum.....	30
B. Strategi Pendayagunaan Merek dan Indikasi geografis bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memperkuat Perekonomian di Ibukota Negara. ....	33
<b>BAB III PERLINDUNGAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN DI KAWASAN DAERAH PENYANGGA IBU KOTA NEGARA .....</b>	<b>49</b>
A. Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Penajam Paser Utara .....	49

B. Kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Timur dan Kantor wilayah kementerian Hukum dan HAM provinsi kalimantan Timur dalam upaya memberikan perlindungan Merek bagi pelaku Usaha dikalimantan Timur .....	52
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>

## ABSTRAK

Lily Triyana, Emilda Kuspraningrum, Purwanto, Indah Septiana Nugrahaini, Febri Noor Hediati, Imam Maulana, Adhika Berliana Siahaan, dengan Judul penelitian Perlindungan Merek dan Indikasi geografis Produk usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan (studi di Kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara) .

Keberadaan Ibu Kota Negara bagi setiap negara sebagai pusat pemerintahan tentunya merupakan hal yang sangat penting. Pusat perekonomian dapat dikatakan sebagai wilayah yang memiliki pertumbuhan yang intens dan pengelolaan kebutuhan vital. Tentunya wilayah yang menjadi pusat ekonomi juga akan memberikan dampak yang signifikan kepada wilayah-wilayah yang ada di sekitarnya. Kalimantan Timur tepatnya di keseluruhan Kabupaten Penajam Paser Utara dan sebagian kecil Kabupaten Kutai Kartanegara sedang dipersiapkan sebagai ibukota negara Indonesia yang baru. Dengan adanya UMKM dan memiliki Merek terdaftar memberikan kontribusi terhadap ekonomi kerakyatan.

Kemudian Bagaimana pendayagunaan merek dan indikasi geografis sebagai instrumen perlindungan hak ekonomi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara. Bagaimana perlindungan merek dan indikasi geografis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara, menjadi isu utama dalam penelitian ini.

Pada prinsipnya pendayagunaan terhadap merek bagi UMKM di daerah penyangga ibu kota sendiri telah berkembang dan memberikan kontribusi serta dengan berbagai strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah daerah bersinergi dan berafiliasi dengan sektor perbankan maupun perguruan tinggi. Kemudian terhadap perlindungan merek, diperoleh data 10 Merek yang telah terdaftar di daerah Penajam Paser utara dan kemudian 10 motif batik terdaftar dan 9 sentra IKM yang diatur didalam keputusan bupati no.518/176/2020 tentang penetapan sentra.

Sehingga dengan telah terdaftarnya 10 merek serta 10 motif batik di kabupaten Penajam Paser Utara merupakan Langkah awal bagi pemerintah daerah yang akan menjadi ibu kota Negara. Dengan semakin banyaknya perlindungan bagi umkm yang memiliki HKI dalam bentuk Merek dan Indikasi Geografis maka akan memerikan kontribusi bagi ekonomi kerakyatan dari pemanfaatan hak ekonomi dan royalti yang dimiliki. Tentunya dukungan dalam bentuk kebijakan serta fasilitasi pendanaan oleh pemerintah daerah akan semakin menguatkan perekonomian kerakyatan khususnya di ibukota negara.

*Kata Kunci : Merek dan Indikasi Geografis, Ekonomi kerakyatan*

## **ABSTRACT**

*Lily Triyana, Emilda Kuspraningrum, Purwanto, Indah Septiana Nugrahaini, Febri Noor Hediati, Imam Maulana, Adhika Berliana Siahaan, with the research title Brand Protection and Geographical Indication Products of Micro, Small and Medium Enterprises as a strategy to strengthen the people's economy (studies in the Capital City buffer zone Country) .*

*The existence of the National Capital for every country as the center of government is of course a very important thing. The center of the economy can be said to be a region that has intense growth and management of vital needs. Of course, the area that is the center of the economy will also have a significant impact on the areas around it. East Kalimantan, to be precise, throughout North Penajam Paser Regency and a small part of Kutai Kartanegara Regency is being prepared as the new capital of Indonesia. The existence of UMKM and having registered brands contributes to the people's economy.*

*Then how about the utilization of trademarks and geographical indications as instruments to protect the economic rights of Micro, Small and Medium Enterprises actors in the buffer zones of the National Capital. State City, is the main issue in this research.*

*In principle, the utilization of brands for UMKM in the buffer zones of the capital city itself has developed and contributed to various development strategies carried out by local governments in synergy and affiliation with the banking sector and universities. Then regarding brand protection, data were obtained from 10 brands that had been registered in the North Penajam Paser area and then 10 registered batik motifs and 9 IKM centers which were regulated in the regent's decision no.518/176/2020 concerning the establishment of centers.*

*So that the registration of 10 brands and 10 batik motifs in Penajam Paser Utara district is the first step for the regional government which will become the national capital. With more and more protection for SMEs who have IPR in the form of Marks and Geographical Indications, it will contribute to the people's economy from the utilization of their economic rights and royalties. Of course, support in the form of policies and facilitation of funding by local governments will further strengthen the people's economy, especially in the nation's capital.*

*Keywords: Brands and Geographical Indications, People's Economy*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Ibukota Negara merupakan pusat wilayah bagi sebuah negara dalam menjalankan kegiatan kenegaraannya. Negara sebagai komunitas manusia yang melaksanakan segala aspek kehidupan tentunya memiliki suatu pemerintahan berdaulat yang berada di suatu pusat wilayah negaranya. Keberadaan Ibu Kota Negara bagi setiap negara sebagai pusat pemerintahan tentunya merupakan hal yang sangat penting. Pusat perekonomian dapat dikatakan sebagai wilayah yang memiliki pertumbuhan yang intens dan pengelolaan kebutuhan vital. Tentunya wilayah yang menjadi pusat ekonomi juga akan memberikan dampak yang signifikan kepada wilayah-wilayah yang ada di sekitarnya. Kalimantan Timur tepatnya di keseluruhan Kabupaten Penajam Paser Utara dan sebagian kecil Kabupaten Kutai Kartanegara sedang dipersiapkan sebagai ibukota negara Indonesia yang baru adanya pusat pemerintahan yang baru tentunya akan memberikan dampak pusat perekonomian yang baru juga akan tercipta. Permasalahannya ialah pusat perekonomian yang diharapkan sebagai peningkatan dan pemerataan kelas ekonomi khususnya bagi masyarakat yang ada di wilayah tersebut, juga memiliki resiko terjadinya monopoli oleh investor besar dan terjadinya kesenjangan persaingan ekonomi. Karena para investor dan beberapa pengusaha telah memiliki branding kuat dan terkenal. Sehingga Dengan banyaknya UMKM yang memiliki perlindungan atas merek diharapkan dapat memberikan dorongan kuat terhadap kemajuan ekonomi rakyat khususnya ibukota negara. Sehingga dengan hal tersebut dibutuhkan sebuah pengaturan dan rencana pelaksanaan perekonomian yang tepat ketika Kalimantan Timur resmi menjadi ibukota Indonesia.

Sektor industri dan perdagangan diharapkan dapat menjadi penopang utama pembangunan dan sebagai penggerak perekonomian daerah maupun nasional. Pembangunan sektor industri harus dipacu untuk menjadi penopang pembangunan sektor-sektor lain. Sementara sektor perdagangan sebagai penggerak perekonomian nasional dan daerah juga semakin dituntut dalam menciptakan perluasan kesempatan berusaha, penciptaan lapangan kerja dan penurunan angka kemiskinan. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah terbukti mampu eksis dalam menghadapi berbagai krisis, baik nasional maupun internasional. Keberadaannya dalam jumlah yang cukup besar berkontribusi signifikan dalam penanggulangan pengangguran dan kemiskinan. Kondisi tersebut mendasari perlunya penanganan serius dalam pemberdayaan koperasi dan UMKM.

Pelaku UMKM biasanya melupakan pentingnya pengelolaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dalam hal ini Undang-Undang merek Nomor 20 Tahun 2016. Padahal, salah satu kekuatan produk agar diterima di masyarakat adalah bagaimana menciptakan kekuatan *branding* melalui pengelolaan HKI. Namun demikian, kadang hal ini sering diabaikan oleh perusahaan mikro, kecil, dan menengah, nilai instrinsik HKI sering diremehkan dan menerima sedikit perhatian dari pelaku UMKM. Justru bagi perusahaan besar, sering kali, strategi manajemen HKI yang efektif dapat membuat perbedaan antara keberhasilan dan kegagalan dalam penjualan produknya. Keberadaan merek sangat penting untuk pelaku UMKM. Merek berfungsi untuk menunjukkan identitas sebuah produk barang atau jasa milik pelaku UMKM. Merek juga berfungsi untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya. Sektor industri dan perdagangan diharapkan dapat menjadi penopang utama pembangunan dan sebagai penggerak perekonomian daerah maupun nasional. Pembangunan sektor industri harus dipacu untuk menjadi penopang pembangunan sektor-sektor lain. Sementara sektor perdagangan sebagai penggerak perekonomian nasional dan

daerah juga semakin dituntut dalam menciptakan perluasan kesempatan berusaha, penciptaan lapangan kerja dan penurunan angka kemiskinan. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah terbukti mampu eksis dalam menghadapi berbagai krisis, baik nasional maupun internasional. Keberadaannya dalam jumlah yang cukup besar berkontribusi signifikan dalam penanggulangan pengangguran dan kemiskinan. Kondisi tersebut mendasari perlunya penanganan serius dalam pemberdayaan UMKM.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pendayagunaan merek dan indikasi geografis sebagai instrumen perlindungan hak ekonomi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara?
2. Bagaimana perlindungan merek dan indikasi geografis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini diarahkan untuk menjawab dua hal, yaitu:

*Pertama* untuk mengetahui dan mendeskripsikan pendayagunaan merek dan indikasi geografis sebagai instrumen perlindungan hak ekonomi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara.

*Kedua*, untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan merek dan indikasi geografis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara.

## **D. KAJIAN LITERATUR/LANDASAN TEORI**

### **1. Teori Ekonomi Kerakyatan**

Menurut Mubaryo, dalam bukunya yang berjudul : Reformasi Sistem Ekonomi (dari Kapitalis Menuju Ekonomi Kerakyatan), menyatakan bahwa ekonomi kerakyatan adalah ekonomi yang demokratis yang ditujukan untuk kemakmuran rakyat kecil.<sup>1</sup>

Sedangkan ekonomi kerakyatan menurut Zulkarnain, di dalam bukunya yang berjudul: Kewirausahaan (Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah dan penduduk Miskin), ekonomi kerakyatan adalah suatu sistem ekonomi yang harus di anut sesuai dengan falsafah negara kita yang menyangkut dua aspek, yakni keadilan dan demokrasi ekonomi, serta keberpihakan kepada ekonomi rakyat.<sup>2</sup>

Sedangkan menurut A. Simarmata Istilah demokrasi ekonomi yang secara tegas terdapat pasal penjelasan, dapat ditafsirkan sebagai setara dengan ekonomi kerakyatan. Penjelasan pasal 33 UUD 45 menyatakan bahwa ekonomi kerakyatan yakni sistem ekonomi dimana produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, serta dibawah pemilikan anggota-anggota masyarakat. Dengan demikian salah satu pilar dari demokrasi ekonomi itu adalah keikutsertaan semua orang dalam kegiatan produksi.<sup>2</sup>

Pemahaman tentang ekonomi rakyat dapat dipandang dari dua pendekatan yaitu: *pertama*, pendekatan kegiatan ekonomi dari pelaku ekonomi berskala kecil, yang disebut perekonomian rakyat. Berdasarkan pendekatan ini, pemberdayaan ekonomi rakyat dimaksudkan adalah pemberdayaan pelaku ekonomi skala kecil. *Kedua*, pendekatan sistem ekonomi, yaitu demokrasi ekonomi atau sistem

---

<sup>1</sup> Mubaryo, *Reformasi Sistem Ekonomi: Dari Kapitalis Menuju Ekonomi Kerakyatan*,(Yogyakarta: Aditya Media, 1999), Cet.Ke-1, h.81

<sup>2</sup> Zulkarnain, *Kewirausahaan (Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah DanPenduduk Miskin)*, (Yogyakarta : Adicita Karya Nusa, 2006), Cet Ke-1, h. 98

pembangunan yang demokratis, disebut pembangunan partisipatif (*participatory development*).<sup>3</sup>

Berdasarkan pendekatan yang kedua ini, maka pemberdayaan ekonomi rakyat dimaksudkan untuk menerapkan prinsip-prinsip demokrasi dalam pembangunan. Hal ini bermakna bahwa ekonomi rakyat adalah sistem ekonomi yang mengikutsertakan seluruh lapisan masyarakat dalam proses pembangunan dimana seluruh lapisan tersebut tanpa terkecuali sebagai penggerak pembangunan. Pendekatan kedua ini juga sering disebut sebagai ekonomi kerakyatan atau sistem ekonomi kerakyatan.<sup>4</sup> Sedangkan menurut Salim siagian menyatakan, bahwa ekonomi rakyat adalah suatu kegiatan ekonomi rakyat banyak disuatu negara atau daerah yang pada umumnya tertinggal bila dibandingkan dengan perekonomian negara atau daerah bersangkutan secara rata-rata. Dalam pengertian lain menyebutkan bahwa ekonomi rakyat (perekonomian rakyat) adalah ekonomi pribumi (*people's economy is indigeneous economy*), bukan aktivitas perekonomian yang berasal dari luar aktivitas masyarakat (*external economy*). Dengan demikian, yang dimaksud dengan ekonomi rakyat adalah perekonomian atau perkembangan ekonomi kelompok masyarakat yang berkembang relatif lambat, sesuai dengan kondisi yang melekat pada kelompok masyarakat.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> A. Simarmata, *Reformasi Ekonomi*, (Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 1998), Cet. Ke-1, h. 117

<sup>4</sup> A.Z. Fachri Yasin, dkk, *Petani, Usaha Kecil Dan Koperasi Berwawasan Ekonomi Kerakyatan*, (Pekanbaru : Unri Press, 2002). h.2-3

<sup>5</sup> Zulkarnain, *Membangun Ekonomi Rakyat :Persepsi Tentang Pemberdayaan EkonomiRakyat*, (Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2003), h.9-10

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ekonomi kerakyatan adalah perkembangan ekonomi kelompok masyarakat yang mengikut sertakan seluruh lapisan masyarakat dalam proses pembangunan yang berkaitan erat dengan aspek keadilan, demokrasi ekonomi, keberpihakan pada ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme pasar yang adil dan mengikutsertakan seluruh lapisan masyarakat dalam proses pembangunan, serta berperilaku adil bagi seluruh masyarakat, dengan tujuan untuk peningkatan kesejahteraan ekonomi secara keseluruhan atau mayoritas masyarakat.

Menurut Soeharto Prawiro Kusumo, mengemukakan beberapa ciri dan prinsip yang terdapat dalam konsep demokrasi ekonomi/ekonomi kerakyatan. Adapun Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut:

- Ciri utama sistem demokrasi ekonomi atau ekonomi kerakyatan adalah penegakan prinsip keadilan disertai kepedulian terhadap yang lemah. Sistem ekonomi tersebut harus memungkinkan seluruh potensi bangsa, baik sebagai konsumen, pengusaha, ataupun sebagai tenaga kerja. Tanpa perlindungan dan hak untuk memajukan kemampuannya dalam rangka meningkatkan taraf hidupnya dan partisipasinya secara aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi, termasuk dalam memelihara kekayaan alam dan lingkungan hidup. Didalam melaksanakan kegiatan tersebut, semua pihak harus mengacu kepada peraturan yang berlaku.
- Sejalan dengan sifat dan ciri pertama, adalah pemihakan, pemberdayaan, dan perlindungan terhadap yang lemah oleh semua potensi bangsa, terutama pemerintah sesuai dengan kemampuannya. Pemerintah melaksanakannya melalui langkah-langkah yang ramah pasar.

Penanggulangan kemiskinan dan pemberdayaan usaha kecil, menengah, dan koperasi (UKM) termasuk petani dan nelayan kecil,

merupakan prioritas utama dalam mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan.. Bagi kelompok penduduk yang karena keadaannya mempunyai keterbatasan dilakukan langkah-langkah untuk meningkat kemampuannya dan memberikan dukungan agar dapat memanfaatkannya akses yang terbuka. Dukungan yang mendasar dan secara umum diberikan kepada penduduk miskin, antara lain dengan memberikan pendidikan, pelatihan, dan pelayanan kesehatan dengan biaya yang terjangkau.

Sedangkan bagi UKM, termasuk petani dan nelayan kecil, untuk memajukan kemampuan dan usahanya, diberikan berbagai pelatihan serta peningkatan permodalan, informasi pasar, dan teknologi tepat guna. Langkah-langkah yang ramah pasar tersebut diberikan secara selektif, transparan, dan tegas disertai dengan pengawasan yang efektif.

- Penciptaan iklim persaingan usaha yang sehat dan intervensi yang ramah pasar. Upaya pemerataan berjalan seiring dengan upaya menciptakan pasar yang kompetitif untuk mencapai efisiensi optimal. Dengan demikian, misalnya hubungan kemitraan antar usaha besar dan UKM harus berdasarkan kompetensi bukan belas kasihan.

Untuk itu, prioritas dilakukan penghapusan praktek-praktek dan perilaku- perilaku ekonomi diluar aturan permainan yang dianggap wajar dan adil oleh masyarakat seperti praktek monopoli, pengembangan dengan sistem perpajakan progresif dan deregulasi yang diarahkan untuk menghilangkan ekonomi biaya tinggi.

- Pemberdayaan kegiatan ekonomi rakyat sangat terkait dengan upaya menggerakkan perekonomian pedesaan. Oleh karena itu, upaya mempercepat pembangunan pedesaan, termasuk daerah terpencil, daerah minus, daerah kritis, daerah perbatasan, dan termasuk daerah

terbelakglainnya harus menjadi prioritas.

Hal ini dilakukan antara lain, dengan meningkatkan pembangunan prasarana pedesaan dalam mendukung pengembangan keterkaitan desa-desa sebagai bentuk jaringan produksi dan distribusi yang saling menguntungkan.

- Pemanfatan dan penggunaan tanah dan sumber daya alam lainnya, seperti hutan, laut, air, udara, dan mineral. Semuanya harus dikelola secara adil, transparan dan produktif dengan mengutamakan hak-hak rakyat setempat, termasuk hak ulayat masyarakat adat dengan tetap menjaga kelestarian fungsi lingkungan hidup.<sup>6</sup>

#### **a. Prinsip Ekonomi Kerakyatan**

Ekonomi kerakyatan sebagai sebuah sistem sudah barang tentu mempunyai prinsip-prinsip dasar yang membedakannya dengan sistem ekonomi lainnya. Secara umum para pakar ekonomi belum ada menyebutkan suatu prinsip yang utuh yang menyangkut dengan demokrasi ekonomi. Hanya saja diantara prinsip yang tertuang dalam UUD 1945 terutama pasal 33 adalah:

- Prinsip kekeluargaan. dalam penjelasan UUD 1945 dinyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan. Prinsip ini merupakan acuan semua badan usaha baik BUMN dan BUMS, BUMD. Prinsip keadilan. Pelaksanaan ekonomi kerakyatan harus bisa mewujudkankeadilan dalam masyarakat. Sistem

---

<sup>6</sup> Soeharto Prawiro Kusumo, *Ekonomi Rakyat : Konsep Kebijakan dan Strategi*, (Yogyakarta : BPFE,tth), h. 4

ini diharapkan dapat memberikan peluang yang sama kepada semua anak bangsa, apakah ia sebagai konsumen, pengusaha maupun sebagai tenaga kerja. Tidak ada perbedaan suku, agama dan gender, semuanya sama dalam lapangan ekonomi.

- yang sama kepada semua anak bangsa, apakah ia sebagai konsumen, pengusaha maupun sebagai tenaga kerja. Tidak ada perbedaan suku, agama dan gender, semuanya sama dalam lapangan ekonomi. Prinsip pemerataan pendapatan. Masyarakat sebagai konsumen dan pelaku ekonomi harus merasakan pemerataan pendapatan. Kalau selama ini pemerintah terlalu mementingkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi ternyata itu hanya semu belaka. Pertumbuhan yang tinggi tidak membawa pada pemerataan pendapatan. Pertumbuhan itu hanya dirasakan segelintir masyarakat yang disebut pengusaha besar, sementara mayoritas masyarakat berbeda pada posisi miskin dan melarat.
- Prinsip keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Kegiatan ekonomi harus mampu mewujudkan adanya sinergi antara kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat. Pada pasal 27 ayat 2 UUD 1945 menyatakan bahwa tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.
- Prinsip kerja sama atau jaringan. Dalam prinsip ini para pelaku ekonomi harus saling membantu dan bekerja sama. Dengan kerja sama tentu berbagai kegiatan usaha kecil akan menjadi kuat dan besar. Kerja sama ini bisa menghimpun para pelaku ekonomi baik produsen, konsumen dan pelaku ekonomi lainnya, baik usaha besar, menengah ataupun kecil. Dengan dukungan informasi dan pembiayaan yang cukup maka UKM akan mampu bangkit dari keterbelakangan. Kerja sama ini bisa menghimpun para

pelaku ekonomi baik produsen, konsumen dan pelaku ekonomi lainnya, baik usaha besar, menengah ataupun kecil. Dengan dukungan informasi dan pembiayaan yang cukup maka UKM akan mampu bangkit dari keterbelakangan.

#### **b. Langkah-Langkah Dalam Mengembangkan Ekonomi kerakyatan**

Ada beberapa langkah atau upaya yang harus diperhatikan dalam merealisasikan atau mengembangkan ekonomi kerakyatan agar tujuan tersebut terlaksana dengan baik yaitu:

- Melakukan identifikasi terhadap pelaku ekonomi, seperti koperasi, usaha kecil, petani dan kelompok tani mengenai potensi dan pengembangan usahanya.
- Melakukan program pembinaan terhadap pelaku-pelaku tersebut melalui program pendamping.
- Program pendidikan pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka pada saat mengembangkan usaha
- Melakukan koordinasi dan evaluasi kepada yang terlibat dalam proses pembinaan, baik pembinaan terhadap permodalan, SDM, Pasar, informasipasar, maupun penerapan teknologi.<sup>7</sup>

Sedangkan menurut Mubyarto, upaya mengembangkan ekonomi rakyat dapat dilihat dari tiga sisi yaitu:

*Pertama*, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Asumsinya, setiap manusia dan kelompok manusia memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya.

*Kedua*, memperkuat potensi ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat itu. Upaya yang amat pokok adalah peningkatan taraf pendidikan, pencerahan atau (*aufklarung*), peningkatan derajat kesehatan serta terbukanya kesempatan untuk memanfaatkan peluang ekonomi. *Ketiga*, melindungi rakyat dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta mencegah eksploitasi golongan ekonomi yang kuat atas yang lemah.<sup>7</sup>

Pada prinsipnya, pemberdayaan ekonomi rakyat memerlukan beberapa hal dalam pelaksanaannya, meliputi : *pertama*, komitmen politik pemerintah daerah dalam bentuk kebijakan secara konsisten dan dapat dioperasionalkan di lapangan. *Kedua*, mengikutsertakan petani, usaha kecil, dan koperasi dalam semua aspek pembangunan pertanian dengan pendekatan partisipatif.<sup>8</sup>

*Ketiga*, kesediaan dan komitmen yang tinggi dari pemerintah daerah dengan mengikutsertakan perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, pihak swasta dan lainnya dalam kegiatan pembinaan dan pelatihan untuk mendukung pembangunan ekonomi rakyat. *Keempat*, memberikan bantuan permodalan kepada petani, usaha kecil, dan koperasi dalam bentuk kredit, dana bergulir serta bantuan lainnya yang tidak memberatkan. Dan *kelima*, koordinasi yang baik antara instansi terkait yang terlibat langsung dalam pengembangan ekonomi petani, usaha kecil dan koperasi.

---

<sup>7</sup> Zulkarnain, *op.cit* h. 14

<sup>8</sup> Indra Ismawan, *Sukses di Era Ekonomi Liberal bagi Koperasi dan Perusahaan Kecil Menengah*, (PT. Grasindo: Jakarta, 2001), h.97

Berbagai pemikiran yang berkembang perlu disikapi dengan bijaksana dan diformulasikan kedalam suatu bentuk kebijakan dan program strategis yang dapat dioperasionalkan dengan tepat dan baik. Penetapan kebijakan dan pelaksanaan program harus dievaluasi secara berkala dan berkesinambungan serta masukan dalam bentuk pemikiran harus terus diakomodir sehingga tujuan untuk menghasilkan pelaku ekonomi rakyat yang kuat dan tangguh dapat direalisasikan dengan baik.<sup>9</sup>

### **C. Aspek-Aspek Yang Di Pertimbangkan Dalam Mempersiapkan Model Ekonomi Kerakyatan**

Beberapa aspek penting yang harus diperhatikan dalam mempersiapkan model ekonomi kerakyatan yaitu:

- Aspek pembinaan

Merupakan pembinaan baik Sumber Daya Manusia, manajemen usaha, pasar dan informasi pasar, dan teknologi.

- Aspek Pembiayaan

Aspek pembiayaan UKM selama ini lebih banyak dijalankan oleh BUMN dan BUMS dalam bentuk *Community Development* (CD) sebagai tanggung jawab sosial untuk memajukan kehidupan UKM.

- Aspek Kemitraan

Untuk mendukung UKM yang tangguh dan mandiri diperlukan adanya kerja sama yang baik antara UKM dan usaha skala besar dalam bentuk kemitraan yang berprinsip saling memperkuat, saling menguntungkan, dan saling ketergantungan.

- Aspek Yuridis Formal

---

<sup>9</sup> A.Z. Fachri Yasin, dkk, *op.cit.* h. ix

Dalam aspek ini masih ditemukan beberapa kelemahan karena tidak diiringi dengan adanya keberpihakan pemerintah dalam bentuk peraturan daerah.<sup>10</sup>

#### **D. Hal-Hal Yang Harus Di Perhatikan Pada Sistem Ekonomi Saat Ini Yang Akan Diarahkan Pada Ekonomi Kerakyatan**

Adapun hal-hal yang harus diperhatikan pada sistem ekonomi sekarang ini yang akan di arahkan pada ekonomi kerakyatan yaitu:

- Perhatikan karakteristik daerah serta latar belakang keahlian mayoritas masyarakat setempat.
- Kembangkan ekonomi berbasis rakyat yaitu kegiatan ekonomi yang sesuai dengan keahlian mayoritas masyarakat setempat.
- Perhatikan ciri khas atau karakteristik daerah, dengan meningkatkan nilai (*value*) dari potensi yang ada.

#### **2. Teori Merek**

*Brand* (Merek) adalah salah satu atribut yang sangat penting dari sebuah produk yang penggunaannya pada saat ini sudah sangat meluas karena beberapa alasan, dimana merek suatu produk berarti memberikan nilai tambah produk tersebut. Pikiran para pelanggan dipengaruhi oleh beragam pesan yang sampai pada angka ribuan pesan dan sering berubah – ubah. Merek tidak hanya kesan – kesannya, tetapi merek juga harus menempati suatu posisi khusus dalam pikiran untuk benar – benar menjadi sebuah merek. Permasalahannya bila merek tidak mendapat tempat khusus atau berbeda dalam benak konsumen, maka akan memberi kesempatan bagi para pesaing untuk menempati posisi dalam benak konsumen tersebut dan merek itu menjadi kurang sejati. Oleh karena itulah maka

---

<sup>10</sup> Zulkarnain, *op. cit.* h. 98

diperlukan apa yang dinamakan dengan merek sejati. Merek sejati terdiri dari tiga hal yang merupakan sifat fundamental yang membedakan merek sejati dalam benak konsumen yakni internalisasi jumlah kesan – kesan, suatu khusus di “pikiran (*mind’s eye*)” konsumen, dan manfaat – manfaat fungsional dan 10 emosional yang dirasakan. Secara definitif merek sejati dapat dijelaskan sebagai internalisasi jumlah dari semua kesan yang diterima para pelanggan dan konsumen yang dihasilkan dalam sebuah posisi khusus di “pikiran” konsumen berdasarkan manfaat – manfaat fungsional dan emosional. Cara yang paling mudah untuk membedakan merek sejati dengan merek lain adalah dengan melihatnya pada serangkaian kesatuan yang membandingkan kekhususan relatif. Jika merek menjadi khusus dalam benak konsumen, maka merek tersebut lebih mendekati definisi merek sejati. Definisi lain tentang merek dijelaskan oleh Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya Dasar – Dasar Pemasaran *Principles of Marketing*. Menurut mereka merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Jadi merek mengidentifikasi pembuat atau penjual dari suatu produk. Merek juga merupakan janji penjual untuk menyampaikan kesimpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli. Merek dapat menyampaikan empat tingkat arti :

- Atribut Merek akan mengingatkan orang pada atribut tertentu. Misalnya keawetan dan sebagainya sehingga hal ini memberikan suatu landasan pemosisian bagi atribut lain dari produk tersebut.
- Manfaat Pelanggan tidak membeli atribut tetapi mereka membeli manfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu atribut harus diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.

- Nilai Merek juga mencerminkan sesuatu mengenai nilai – nilai pembeli. Misalnya saja menilai prestasi, keamanan, dan prestise tinggi suatu produk.
- Kepribadian Merek menggambarkan kepribadian. Merek akan menarik orang yang gambaran sebenarnya dan citra dirinya cocok dengan citra merek.

*Brand Image* (Citra Merek) Keterkaitan konsumen pada suatu merek akan lebih kuat apabila dilandasi pada banyak pengalaman atau penampakan untuk mengkomunikasikannya sehingga akan terbentuk citra merek (*brand image*). Citra merek yang baik akan mendorong untuk meningkatkan volume penjualan dan citra perusahaan. Citra merek dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan pada merek tertentu, sama halnya ketika kita berpikir mengenai orang lain. Pendapat Kotler dan Gary Armstrong dimana "*Brand Image* adalah himpunan keyakinan konsumen mengenai berbagai merek". Intinya *Brand Images* atau *Brand Description*, yakni diskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Dari sebuah produk dapat lahir sebuah *brand* jika produk itu menurut persepsi konsumen mempunyai keunggulan fungsi (*functional brand*), menimbulkan asosiasi dan citra yang diinginkan konsumen (*image brand*) dan membangkitkan pengalaman tertentu saat konsumen berinteraksi dengannya (*experiential brand*). Citra produk dan makna asosiasi *brand* dikomunikasikan oleh iklan dan media promosi lainnya, termasuk *public relation* dan *event sponsorship*. Iklan dianggap mempunyai peran terbesar dalam mengkomunikasikan citra sebuah brand dan sebuah *image brand* juga dapat dibangun hanya menggunakan iklan yang menciptakan asosiasi dan makna simbolik yang bukan merupakan ekstensi dari fitur produk. Penting untuk dicatat bahwa membangun sebuah *brand* tidak hanya melibatkan penciptaan *perceived difference* melalui iklan. Sering terjadi

kesalahpahaman bahwa sebuah *brand* dibangun semata – mata menggunakan strategi periklanan yang jitu untuk menciptakan citra dan asosiasi produk yang diinginkan. Memang iklan berperan penting dalam membangun banyak merek terutama yang memang dideferensiasikan atas dasar citra produk akan tetapi, sebuah *image brand* sekalipun harus didukung produk yang berkualitas, strategi penetapan harga yang tepat untuk mendukung citra yang dikomunikasikan melalui iklan produk tersebut.

Pengertian Produk Produk diperuntukkan bagi pemuasan akan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Produsen harus memperhatikan secara hati – hati kebijakan akan produknya. Pada dasarnya suatu produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, antara lain berdasarkan pada daya tahan produk dalam penggunaannya atau wujud produk tersebut. Berdasarkan kriteria tersebut Fandy mengelompokkan produk menjadi tiga kelompok, yaitu : 1) *Non-durable goods* (barang yang tidak terlalu lama), yaitu barang yang dikonsumsi sekali pakai atau memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun. 2) *Durable goods* (barang yang dapat bertahan lama), yaitu barang yang bersifat tahan lama dan dapat dipergunakan lebih dari satu tahun. 3) *Service* (jasa), yaitu suatu aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk dijual. Menurut Stanton dalam Buchari Alma "Produk adalah seperangkat atribut, baik berwujud maupun tidak berwujud, 14 termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik perusahaan dan pelayanan serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginannya". Produk tidak hanya berbentuk barang yang berwujud, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud, seperti pelayanan jasa, produk, dan lain sebagainya, dipergunakan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*) dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan (*needs*), akan tetapi juga bertujuan

memuaskan keinginan (*wants*). Basu Swastha mendefinisikan "produk sebagai suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, *prestige* perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya". Sehingga pada dasarnya konsumen membeli sekumpulan sifat fisik dan kimia sebagai alat pemuas kebutuhannya. Setiap kombinasi akan memberikan kepuasan yang berbeda.

b. Pengertian Kualitas Produk

Perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan pelanggan mereka dengan menawarkan produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (konsumennya). Jika seseorang membayangkan suatu produk, maka mereka membayangkan manfaat yang akan diperoleh dari produk yang akan mereka gunakan. Manfaat dalam suatu produk adalah konsekuensi yang diharapkan konsumen ketika mereka membeli dan menggunakan suatu produk. Banyak definisi yang diungkapkan oleh para ahli ekonomi. Menurut Kotler, "Kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat". Komarrudin, mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut: Karena itu kualitas tersebut dapat menggambarkan salah satu dari hal-hal seperti kemampuan untuk mempergunakan (*fitness for use*), kelas atau derajat (*grade*), mutu kecocokan (*quality of conformance*), karakteristik mutu (*quality of characteristic*), fungsi mutu (*quality function*), dan nama sebuah bagian dalam organisasi (*quality department*). Kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa definisi di atas adalah bahwa kualitas suatu produk merupakan kadar dari tingkat baik buruknya suatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa sehingga barang tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh para konsumen produk tersebut.

### **3. Perlindungan Hukum**

Perlindungan hukum merupakan salah satu bagian dasar dalam hukum. Perlindungan hukum merujuk pada upaya menegakkan dan memulihkan hak-hak dasar dari suatu subjek hukum. Wahyu Sasongko memberikan definisi perlindungan hukum sebagai suatu upaya perlindungan atau Tindakan melindungi pihak pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu. Dari definisi diatas maka ada tiga unsur dalam perlindungan hukum yaitu (1) unsur Tindakan melindungi, (2) unsur pihak yang melindungi (3) unsur cara atau mekanisme melindungi.<sup>11</sup> Secara keseluruhan, teori perlindungan hukum didefinisikan oleh H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani sebagai teori yang mengkaji dan menganalisis wujud, bentuk atau tujuan perlindungan subjek hukum yang dilindungi serta objek perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada subjeknya.<sup>12</sup>

Adapun bentuk perlindungan hukum itu sendiri secara teoretis terbagi menjadi perlindungan yang bersifat preventif dan secara represif.<sup>13</sup> Perlindungan hukum preventif bersifat pencegahan, dimana perlindungan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Pada perlindungan preventif, subjek hukum memiliki hak untuk mengajukan keberatan atas pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah menjadi bentuk definitif,<sup>14</sup> sehingga mendorong para pembuat kebijakan untuk berhati-hati dalam mengambil keputusan. Dalam hal perlindungan hukum hak merek dan indikasi geografis, pendaftaran hak merupakan tolok ukur perlindungan hukum,<sup>15</sup>. Sementara itu, perlindungan hukum secara

---

<sup>11</sup> M. Natsir Anawi, 2017, *Perlindungan Hukum Kontrak Dalam Perspektif Hukum Kontrak Kontemporer, Masalah-Masalah Hukum*, Vol 46 Nomor 1, Hal 60

<sup>12</sup>H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, 2017, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Edisi ke-1, Cetakan ke-5, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 263.

<sup>13</sup>Philipus M. Hadjon dalam H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, 2017, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Edisi ke-1, Cetakan ke-5, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 264.

<sup>14</sup>Nurbani. *Op.cit.*,hlm.264.

<sup>15</sup>Sasongko dan Wahyu dalam Habi Kusno, 2016, *Perlindungan Hukum Hak Cipta Terhadap Pencipta Lagu yang Diunduh Melalui Internet*, Jurnal Fiat Justisia, Vol. 10, No. 3, hlm. 492.

represif bersifat menyelesaikan sengketa yang dapat ditempuh dengan dua cara yakni secara litigasi (melalui pengadilan) dan non litigasi (di luar pengadilan). Perlindungan hukum represif hak merek dan indikasi geografis sendiri dapat diupayakan melalui alternatif penyelesaian sengketa, arbitrase, atau pengadilan pada Pengadilan Niaga.

St. Thomas Aquinas membagi keadilan menjadi dua, yakni keadilan umum dan keadilan khusus.<sup>16</sup> Keadilan umum berkenaan dengan hubungan antar sesama manusia dengan memberikan apa yang menjadi haknya. Sedangkan keadilan khusus dibagi ke dalam tiga jenis, yakni keadilan komutatif, keadilan distributif dan keadilan vindikatif. Keadilan komutatif berbicara terkait keadilan yang diterima oleh masing-masing anggota tanpa memedulikan jasa masing-masing. Keadilan ini menonjolkan hubungan timbal balik melalui pertukaran antar dua individu. Di sisi lain, keadilan distributif menonjolkan pemberian hak dan kewajiban sesuai dengan proporsinya. Adapun keadilan vindikatif mengarah pada pembalasan yang setimpal.

Teori Perlindungan hukum sebagai teori hukum yang dipergunakan sebagai konsekuensi suatu negara yang menetapkan dirinya sebagai negara hukum, terkait dengan teori negara hukum menurut Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani mengatakan "teori perlindungan hukum merupakan salah satu teori yang sangat penting untuk dikaji, karena fokus kajian dari teori ini pada perlindungan hukum yang diberikan kepada masyarakat. Masyarakat yang disasarkan pada teori ini yaitu masyarakat yang berada pada posisi lemah, baik secara ekonomi maupun lemah dari aspek yuridis".<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>Zakki Adhiyati dan Achmad, 2019, *Melacak Keadilan dalam Regulasi Poligami: Kajian Filsafat Keadilan Aristoteles, Thomas Aquinas, dan John Rawls*, Jurnal Hukum, Vol. 2, No. 2, hlm. 419.

<sup>17</sup> Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi, Devisi Buku Perguruan Tinggi*, (Jakarta; Raja Grafindo Persada, 2013) hlm.259.

Sebagai konsekuensi tujuan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan Negara Indonesia yang menyatakan dirinya sebagai negara hukum, maka sudah seharusnya setiap warga negara sebagai subyek hukum dan hak-hak masyarakat dalam segenap aspek kehidupannya di seluruh tumpah darah Indonesia harus mendapat perlindungan hukum. Supaya perlindungan hukum dapat berjalan baik sangat diperlukan kaidah hukum atau peraturan perundang-undangan yang mengatur, mengakui dan menghormati dan melindungi hak-hak setiap subyek hukum. Berbicara tentang kaidah hukum Sudikno Mertokusumo mengatakan "Kaidah hukum lazimnya diartikan sebagai peraturan yang menentukan bagaimana manusia itu seyogianya berlaku, bersikap di dalam masyarakat agar kepentingannya dan kepentingan orang lain terlindungi atau dalam arti sempit kaidah hukum adalah nilai yang terdapat dalam peraturan konkrit".<sup>18</sup>

Di samping itu dalam perlindungan hukum diperlukan pula penyelenggara negara dalam membuat kebijakan/program pembangunan dengan mengakui, menghormati dan melindungi hak-hak atau kepentingan masyarakat. Demikian juga apabila hak-hak atau kepentingan masyarakat yang baik dilanggar oleh subjek hukum lain maupun yang belum mendapatkan perlindungan dari negara, maka hukum harus ditegakkan dengan benar sesuai dengan rasa keadilan dalam masyarakat.

Menurut pendapat Fitzerland sebagaimana yang dikutip oleh Satjipto Rahardjo awal mula dari terciptanya perlindungan hukum adalah berasal dari teori hukum alam atau aliran hukum alam yang dipelopori oleh Plato, Aristoteles, dan Zeno, menurut aliran hukum alam yang memberikan definisi bahwa hukum itu

---

<sup>18</sup> Sudikno Mertokusumo, *Op.cit.*, hlm. 33.

bersumber dari Tuhan yang bersifat universal, dan abadi, selanjutnya antara hukum dan moral tidak dapat dipisahkan, para pengikut aliran ini beranggapan bahwa antara hukum dan moral merupakan pantulan dari tatanan aturan baik secara internal maupun eksternal dari peri kehidupan bermasyarakat yang kemudian diwujudkan kedalam bentuk hukum dan norma.

Fitzlerland menjelaskan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Salmond, beliau menyatakan bahwa "hukum memiliki tujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu alur kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya bisa dilakukan melalui cara membatasi berbagai kepentingan di pihak lain". Selanjutnya secara harfiah wujud kepentingan hukum adalah dalam hal mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki kedudukan atau otoritas tertinggi atau kekuasaan tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Berkaitan dengan hal tersebut perlindungan hukum harus melihat tahapan atau proses, yaitu perlindungan hukum dilahirkan dari suatu tatanan atau ketentuan hukum dan peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat, dimana pada dasarnya peraturan tersebut merupakan kesepakatan bersama dalam suatu masyarakat untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat, dan juga antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.

Pada prinsipnya perlindungan hukum adalah "memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia, yang dirugikan orang lain dan perlindungan yang dimaksud diperuntukkan bagi masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Hukum pada prinsipnya difungsikan untuk mewujudkan satu bentuk perlindungan yang sifatnya tidak sekedar mudah menyesuaikan dengan suatu keadaan (adaptif) dan mudah menyesuaikan diri

(fleksibel) melainkan juga mampu memprediksi dan bersifat mengantisipasi suatu keadaan. Hukum dibutuhkan untuk kelompok masyarakat yang lemah dan belum kuat, secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan” atau dengan kata lain “perlindungan hukum merupakan wujud dari proses tanggungjawab yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum kepada masyarakat dalam rangka memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun”.

Satjipto Rahardjo dalam bukunya berjudul “ilmu hukum” mengutip pendapat Fitzgerald yang membahas terkait teori perlindungan hukum, menurut Salmond, hukum seharusnya tercipta untuk melindungi kepentingan masyarakat, sebab dinamikanya. Perlindungan terhadap suatu kepentingan baru dapat diimplementasikan dengan cara memberikan Batasan terhadap berbagai kepentingan di lain pihak.<sup>19</sup> Satjipto Raharjo mempunyai argumentasinya sendiri yang mengkaitkan perlindungan hukum dengan pembahasan Hak Asasi Manusia. Perlindungan hukum dalam hal ini diartikan sebagai bentuk pengayoman terhadap HAM yang dilanggar oleh orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada seseorang agar hak hak yang diberikan oleh hukum dapat dinikmati.<sup>20</sup> Kemudian didalam jurnalnya Satjipto Rahardjo juga menyebutkan perlindungan hukum adalah memberikan rasa pengayoman kepada hak asasi manusia juga ditujukan kepada masyarakat yang dirugikan orang lain agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.

CST. Kansil menyebutkan perlindungan hukum adalah sebagai bentuk rangkaian upaya dalam bentuk hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak

---

<sup>19</sup> JH. Sinaulan. 2018. *Perlindungan Hukum Terhadap Warga Masyarakat*, IDEAS : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Budaya, Vol 4 Nomor 1, Halaman 80

<sup>20</sup> Ibid, hal 81

hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran, maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Muktie A Fajar memberikan definisi perlindungan hukum adalah "penyempitan arti dari makna perlindungan dalam arti luas, dalam hal ini bentuk perlindungannya hanya berupa perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum mengenai hak dan kewajiban manusia sebagai subyek hukum dalam konteks keterkaitannya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melaksanakan tindakan hukum".

Secara lebih eksplisit pemikiran hukum sebagai pelindung hak hak asasi dan kebebasan warganya yang juga dikemukakan oleh Immanuel Kant. Menurut Kant, manusia adalah individu yang berakal dan memiliki kehendak yang bebas. Negara berkewajiban menegakkan hak hak dan kebebasan warganya. Kemakmuran dan kebahagiaan rakyat menjadi tujuan negara dan hukum oleh karena itu, hak hak dasar tidak boleh dihalangi oleh negara. Beberapa hak hak dasar yang melekat secara kodrati pada diri manusia diantaranya meliputi hak untuk hidup, hak untuk membentuk keluarga, hak untuk mengembangkan diri, hak memperoleh keadilan, hak atas kemerdekaan, hak dalam berkomunikasi, hak memperoleh keamanan dan hak kesejahteraan, yang tidak dapat direnggut atau dilanggar oleh pihak lain.<sup>21</sup>

Pada Studi Hukum Perdata konsep perlindungan hukum juga termasuk dalam konsep hukum yang telah lama dikenal dikarenakan konsep hukum hadir dalam setiap hubungan keperdataan, sehingga hal ini berpotensi menimbulkan problem, maka konsep perlindungan hukum merupakan condition sine qua non dalam konsep hukum perdata. Perlindungan hukum melibatkan berbagai sumber hukum yaitu Undang-Undang disamping itu terdapat asas-asas hukum yang berkaitan dengan

---

<sup>21</sup> Ibid, Hal 80

hukum perdata. Hukum dan asas-asas hukum merupakan pengaman dalam melindungi kepentingan-kepentingan yang sah dari para pihak yang terikat dengan suatu perjanjian.

Menurut Philipus M. Hardjon perlindungan hukum adalah "perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dan kewenangannya". Pada buku yang berbeda beliau mengatakan dengan "tindak pemerintah" sebagai titik sentral, maka ada dua bentuk, yaitu:<sup>22</sup>

- 1) Perlindungan hukum preventif, yaitu perlindungan dimana masyarakat secara aktif diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Oleh karenanya perlindungan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, perlindungan preventif memiliki arti yang sangat besar bagi tindak pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena adanya perlindungan hukum preventif. Pemerintah terdorong untuk bersikap lebih hati-hati dalam mengambil keputusan bagi masyarakat.
- 2) Perlindungan hukum represif, adalah upaya-upaya perlindungan yang dilakukan melalui badan peradilan, baik peradilan umum maupun peradilan administrasi negara. Dengan demikian perlindungan yang bersifat represif ditujukan untuk menyelesaikan perselisihan atau persengketaan. Prinsip perlindungan ini berpijak serta bersumber dari konsep tentang pengakuan serta perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah barat lahirnya konsep pemikiran tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia

---

<sup>22</sup> Philipus M Hardjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia, Sebuah Studi Tentang Prinsip-Prinsipnya, Penangannya, Oleh Pengadilan Dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi*, (Surabaya, PT.Peradaban, 2011), hlm. 2.

ditujukan kepada pemberian pembatasan dan letak kewajiban masyarakat dan juga pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap pemerintah adalah prinsip negara hukum.

Di Indonesia, salah satu kendala perlindungan HKI berasal dari masyarakat itu sendiri, yang di satu sisi masih menganggap HKI sebagai "hak publik" dan fungsi sosial, karena masih banyak masyarakat yang tidak keberatan jika produk mereka ditiru oleh pihak lain karena dengan meniru produk mereka, ada persepsi bahwa produk mereka keren dan menarik. Sikap budaya masyarakat Indonesia yang belum sepenuhnya memahami hak kekayaan intelektual dan tidak didukung oleh pengetahuan hukum yang memadai seringkali salah paham bahwa perlindungan hak kekayaan intelektual tidak sesuai dengan budaya setempat.<sup>23</sup>

Konsep perlindungan hukum hak merek merujuk pada sifat hak merek yang bersifat khusus (eksklusif). Hak eksklusif ini memiliki sifat monopoli, artinya hak tersebut hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Orang lain tidak boleh menggunakan hak khusus tanpa persetujuan dari pemilik merek dagang. Jika orang lain menggunakan hak khusus tanpa persetujuan dari pemilik merek, itu adalah pelanggaran yang dapat dikenakan sanksi khusus. Ketika suatu merek telah mendapat gelar terkenal, maka perlindungan hukum yang diperlukan untuk mencegah orang lain meniru atau memalsukan adalah perlindungan hukum preventif dan represif, yang menitikberatkan pada upaya pencegahan penyalahgunaan merek terkenal oleh pihak lain.<sup>24</sup>

Konsep keharusan perlindungan merk sebab sifatnya yang eksklusif sejalan dengan konsep hak yang dikembangkan oleh *Sudikno Mertokusumo*, bahwa hak

---

<sup>23</sup> Yulia Nizwana dan Rahdiansyah, 2019, *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Ditinjau Dari Epistemologi*, UIR Law Review, Vol. 3, No. 2, hlm. 35.

<sup>24</sup> Agung Sudjatmiko dalam Fajar Nurcahya Dwi Putra, 2014, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*, Jurnal Ilmu Hukum, Edisi: Januari - Juni 2014, hlm. 103.

adalah kepentingan yang dilindungi undang-undang, sedangkan kepentingan adalah tuntutan pribadi yang perlu dimiliki individu atau kolektif. *Achmad Umar Zen Purba* juga berpandangan serupa bahwa dalam konteks hak kekayaan intelektual, hak merek adalah bagian dari hak milik, dan sebagai hak, hak merek adalah barang atau properti sebagai aset tidak berwujud. Oleh karena itu pada hakekatnya merek dagang khususnya di Indonesia harus dilindungi karena berkaitan dengan hak yang dimiliki seseorang atas ciptaannya, sehingga haknya dapat dilindungi dengan baik.<sup>25</sup>

Perlindungan terhadap pengobatan tradisional termuat dalam Konvenan Internasional tentang Hak-hak Ekonomi, Sosial dan Budaya dalam Pasal 15 yaitu untuk menikmati kehidupan kultural dan manfaat kemajuan ilmiah.<sup>26</sup> Negara peserta konvenan mengakui hak tiap orang: (1) untuk ikut ambil bagian dalam kehidupan kultural; (2) untuk menikmati manfaat kemajuan ilmiah dan aplikasinya; (3) untuk mendapat keuntungan dari perlindungan kepentingan moral dan material yang berasal dari hasil ilmiah, pemberantasan buta huruf, ataupun benda artistik apapun yang diciptakan.

Mengingat arti penting dari hak kekayaan intelektual masyarakat hukum adat pengemban pengobatan tradisional, maka sangat perlu sebuah konsep perlindungan hukum, bentuk perlindungan terhadap hak masyarakat hukum adat selaku pengemban pengobatan tradisional baik dalam perspektif hak kekayaan intelektual maupun perspektif pengetahuan tradisional yang diharapkan adalah bentuk perlindungan yang tidak mengahapuskan sisi ideologi kesejahteraan bersama, dan kepemilikan komunal, sebagaimana yang masih dianut oleh sebagian besar masyarakat hukum adat pengemban pengobatan tradisional di Indonesia,

---

<sup>25</sup> Fahmi Anugraha, 2020, *Perlindungan Hukuman Bagi Pemegang Hak Merek Dikaitkan Dengan Prinsip Itikad Baik Dalam Proses Pendaftaran Merek*, *Mimbar Keadilan*, Vol. 1, No. 1, hlm. 50.

<sup>26</sup> Allan McChesney, *Memajukan dan Membela Hak-hak Ekonomi, Sosial dan Budaya*, (Yogyakarta, INSIST Press, 2003), hlm. 62-64.

namun demikian juga tidak menafikkan kebutuhan terhadap peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat ketika pengobatan tradisional dimanfaatkan dalam industri besar (*neoliberalism concept*). Oleh karenanya peran pemerintah dalam melakukan perlindungan hukum sangat diharapkan tampak nyata kedalam bentuk peraturan perundang-undangan, khususnya dalam pengaturan kekayaan intelektual untuk menghapuskan konsep kebersamaan. Pada kesempatan ini, pemahaman perlindungan hukum dengan memberikan rasa pengayoman kepada hak asasi manusia yang dikemukakan oleh Satjipto Rahardjo menjadi sangat relevan.

## **E . Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan doktrinal. Pengertian penelitian hukum doktrinal menurut Tery Hutchinson sebagaimana dikutip oleh Peter Mahmud Marzuki merupakan penelitian yang memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antar peraturan, menjelaskan daerah kesulitan dan mungkin memprediksi pembangunan masa depan.<sup>27</sup> Penelitian secara doktrinal diarahkan pada sekumpulan norma sebagai sasaran penelitian melalui analisis relasi antar norma, hubungan ketentuan hukum vertikal-horizontal, analisis isi, penggabungan teori dan norma, serta asas-asas hukum.

### **2. Sumber Bahan Hukum**

Sumber utama dalam penelitian hukum secara doktrinal adalah bahan hukum yang dikelompokkan sebagai berikut: pertama, bahan hukum primer yakni Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan indikasi

---

<sup>27</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2011, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Grup: Jakarta, hlm. 32.

geografis. Kedua, oleh karena penelitian ini merupakan penelitian hukum, maka membutuhkan dukungan bahan hukum sekunder yakni pustaka tentang teori hukum (konsep hukum seperti hak moral, hak ekonomi, perlindungan hukum, keadilan dan kepastian hukum). Ketiga, studi ini mengharuskan adanya dukungan ilmu lain. Oleh karena itu, diperlukan penelusuran terhadap beberapa studi dalam konteks ilmu ekonomi

### **3. Analisis**

Bahan hukum yang diperoleh selama penelitian akan dianalisis secara kualitatif untuk mendeskripsikan jawaban atas penelitian:

#### **Rumusan masalah (R1)**

Bahan hukum yang diperoleh selama penelitian akan diarahkan untuk mendeskripsikan pola pendayagunaan merek indikasi geografis sebagai instrumen perlindungan hak ekonomi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara., serta pola pendayagunaan indikasi geografis sebagai instrumen perlindungan hak ekonomi pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara.

#### **Rumusan masalah (R2)**

Bahan hukum yang diperoleh selama penelitian akan diarahkan untuk menganalisis kebijakan perlindungan merek produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara., serta kebijakan perlindungan indikasi geografis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara.

### **4. Alokasi Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan mulai dari penyusunan proposal riset, laporan hasil hasil riset, studi pustaka, pengolahan bahan hukum, penyusunan laporan, dan publikasi.

## BAB II

### PENDAYAGUNAAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS SEBAGAI INSTRUMEN PERLINDUNGAN HAK EKONOMI PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KAWASAN DAERAH PENYANGGA IBU KOTA NEGARA

#### A. Gambaran Umum

Posisi ibu kota Nusantara secara geografis terletak pada :

Bagian Utara pada  $117^{\circ}0'292''$  bujur timur dan  $0^{\circ}38'44.912''$  Lintang Selatan ; Bagian Selatan pada  $117^{\circ}0'31.292''$  Bujur Timur dan  $0^{\circ}38'44.912''$  Lintang Selatan ; Bagian Barat pada  $116^{\circ}31'37.728''$  Bujur Timur dan  $0^{\circ}59'22.510''$  Lintang selatan dan Bagian Timur pada  $117^{\circ}18'28.084''$  Bujur Timur dan  $1^{\circ}6'42.398''$  Lintang selatan.

Ibu Kota Nusantara meliputi wilayah daratan seluas kurang lebih 256.142 ha (dua ratus lima puluh enam ribu seratus empat puluh dua hektar) dan wilayah perairan Laut seluas kurang lebih 68.189 ha (enam puluh delapan ribu seratus delapan puluh Sembilan hektar) . Dengan memiliki luas kurang lebih 256.142,72 ha maka akan terbagi : <sup>28</sup>

1. Akan menjadi katalis untuk wilayah Kalimantan Timur dengan memanfaatkan keunggulan Balikpapan dan Samarinda
2. 75% kawasan IKN direncanakan menjadi ruang terbuka hijau, di mana 65% menjadi area yang dilindungi dan 10% untuk produksi pangan
3. IKN dikembangkan dengan 100% energi bersih

Sedangkan untuk K-IKN seluas 56.180,87 ha, yang akan terbagi atas :

---

<sup>28</sup> <https://ikn.go.id/tetap-terhubung#faq>, di akses tanggal 04 Desember 2022

1. Terdiri atas berbagai zona mixed-use dan neighborhood yang mendukung konsep "10 Menit Berjalan Kaki" dan konektivitas sosial
2. Didesain selaras dengan alam, dengan minimal 50% ruang hijau
3. 80% perjalanan dilakukan melalui transportasi publik atau mobilitas aktif penduduk
4. 100% pergantian ruang hijau untuk setiap bangunan  
Dengan batas wilayah :
  - a. Sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara, Teluk Balikpapan, Kecamatan Balikpapan Barat, Kecamatan Balikpapan Utara dan Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan;
  - b. Sebelah Barat berbatasan dengan kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara dan Kecamatan Sepaku Kabupaten Penajam Paser Utara;
  - c. sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Loa Kulu, Kecamatan Loa janan dan Kecamatan Sanga-sanga Kabupaten Kutai Kartanegara.
  - d. Sebelah Timur berbatasan dengan Selat Makassar.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Undang-undang no.3 tahun 2022 tentang Ibu Kota Nusantara pasal 6 ayat (1) dan (2)



Gambar.1. Sumber data BPS PPU 2022<sup>30</sup>

Perekonomian Penajam Paser Utara Tahun 2021 yang diukur berdasarkan Produk Domestik regional Bruto (PDRB) menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku mencapai Rp 10,09 triliun dan atas dasar harga konstan sebesar Rp 6,49 triliun.

- Ekonomi Kabupaten Penajam Paser Utara Tahun 2021 mengalami penurunan sebesar minus 1,69 persen dari tahun 2020.
- Dari sisi produksi, penurunan ekonomi disebabkan oleh kontraksi yang terjadi pada lapangan usaha utama yaitu Pertambangan dan Pengalihan. Lapangan usaha

<sup>30</sup> Diakses pada tanggal 25 agustus 2022,  
<https://ppukab.bps.go.id/publication/2021/02/26/fff737be7fafb8cd1ef03fba/kabupaten-penajam-paser-utara-dalam-angka-2021.html>

yang mengalami pertumbuhan tertinggi adalah Konstruksi. Sedangkan dari sisi pengeluaran, penurunan ekonomi disebabkan kontraksi pada Komponen Perubahan Inventori dan Net Ekspor. Komponen yang mengalami pertumbuhan tinggi adalah Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB).

- Struktur perekonomian Penajam Paser Utara tahun 2021 dari sisi produksi masih didominasi oleh Lapangan Usaha Pertambangan dan Penggalian; Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; dan Industri Pengolahan. Sedangkan dari sisi pengeluaran, struktur perekonomian didominasi oleh komponen Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) dan Konsumsi Rumah Tangga. Pada prinsipnya perkembangan usaha pada basis perdagangan ekonomi masyarakat mengalami peningkatan cukup signifikan terbukti dengan adanya kenaikan jumlah usaha mikro kecil dan menengah yang terdaftar di NIB pada database di dinas koperasi perdagangan dan UKM di PPU<sup>31</sup>

## **B. Strategi Pendayagunaan Merek dan Indikasi geografis bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memperkuat Perekonomian di Ibukota Negara.**

Merek merupakan suatu tanda yang dilekatkan pada suatu barang yang berfungsi sebagai daya pembeda dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Tanda ini sangat berkaitan berkaitan dengan kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan, karena meskipun merek hanyalah penanda suatu produk komersil, akan tetapi maksud merek diumumkan, dipromosikan adalah untuk menggambarkan "apa yang diberi tanda tersebut" mencerminkan *brand* suatu barang atau jasa, yang akan menghasilkan opini publik tentang kepercayaan

---

<sup>31</sup> Wawancara dengan ibu erni, staf bagian koperasi dan UKM kabupaten PPU pada hari selasa tanggal 4 oktober 2022 pukul 13.34 Wite

terhadap kualitas produk dan pembangunan suatu reputasi. Kualitas atas suatu produk dapat dilihat dari harga, sehingga masyarakat dapat memilih barang dan jasa sesuai dengan kualitas dan ekonominya masing-masing.

Merek sebagai salah satu Hak Kekayaan Intelektual mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa guna menghindari persaingan usaha yang tidak sehat, Hal ini disebabkan karena dengan adanya merek dapat dijadikan sebagai tanda bagi suatu produk agar bisa dibedakan mengenai asal muasal, kualitas bahkan jaminan akan originalitas suatu barang. Dalam hal memilih suatu produk berdasarkan mereknya, konsumen memilih suatu produk dengan melihat keberhasilan pemasaran produknya, reputasi (*goodwill*) yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut, jaminan atas kualitas produknya atau produk tersebut memenuhi selera dari konsumen. Oleh karena itu, merek bisa dikatakan sebagai suatu image dari produk-produk tertentu yang terkait dengan adanya *goodwill* dari produk tersebut sehingga konsumen dapat terus membeli atau menggunakan produk dengan merek yang bersangkutan. *Goodwill* merupakan sebuah aset tidak berwujud yang muncul ketika bisnis diakuisisi oleh orang lain seperti halnya pada harga pembelian suatu bisnis sering kali melebihi nilai dari barang dagangannya. Kesenjangan antara harga beli dan nilai harga produk suatu bisnis dikenal sebagai *goodwill*.

Merek bagi pelaku usaha dimana sebagian besar pelaku usaha adalah golongan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, merek tersebut melekat pada produk-produk yang digunakan sebagai tanda pengenal terhadap produknya kepada masyarakat. Selain itu merek juga dapat dijadikan sebagai identitas suatu produk. Maka dari itu, pendaftaran suatu merek menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku usaha agar usaha mereka dapat berkembang serta produk-produk yang dimiliki oleh para pelaku usaha dapat dilindungi

dari tindakan curang pihak lain yang menimbulkan kerugian oleh pemilik merek khususnya kerugian secara ekonomis. Pentingnya suatu merek dapat mempengaruhi berkembangnya bisnis suatu barang maupun jasa.

Hal ini bisa ditunjukkan dengan adanya keinginan dari masyarakat sebagai konsumen atau pembeli yang menggunakan barang atau jasa yang memiliki merek terkenal . Namun para pelaku usaha seolah-olah acuh terhadap pentingnya perlindungan suatu merek pada produk-produk ekrafnya yang belum terdaftar. Hal ini disebabkan rendahnya kekhawatiran para pelaku jika nantinya produk mereka dijiplak ataupun ditiru oleh orang khususnya yang masih pemula merasa belum mempunyai merek atau brand yang besar dan belum dikenal oleh banyak orang sehingga mereka meyakini bahwa hasil karya kreativitasnya tidak akan ditiru atau dijiplak oleh pihak lain. Jadi dapat dikatakan bahwa sebagian besar pelaku usaha merasa belum perlu untuk mendaftarkan merek produk mereka selama tidak terjadi hal yang merugikan pada usahanya dan masih rendahnya kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan suatu merek terhadap produk .

Dibawah ini terdapat 6 (enam) indikator keberhasilan ekonomi disuatu Kawasan antara lain : <sup>32</sup>

1. *Creative Policy*

Kebijakan kebijakan yang pro terhadap ekonomi kreatif dan dapat mendorong pertumbuhan industri kreatif

2. *Creative Infrastructure*

Sarana dan prasarana pendukung ekonomi kreatif dan industry kreatif

3. *Law, ethics and intellectual Property Rights*

---

<sup>32</sup> Mohammad Beny Alexandri dan Ria Arifianti, *Creative Industry in Creative City : What is Activated (case in Indonesia)*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 1 Nomor 5 Oktober 2017, hal 279-282

Undang-Undang beserta peraturan pelaksanaannya, yang dapat memberikan perlindungan terhadap komponen-komponen industri kreatif

4. *Creative Support System*

Akses terhadap teknologi dan media digital yang dapat mempermudah proses kreatif

5. *Creative Capacity*

Kemampuan sumber daya manusia dan sumber daya lain sebagai pelaku ekonomi kreatif

6. *Economic Contribution*

Indikator utama berhasil atau tidaknya kolaborasi pengembangan industri kreatif. Industri kreatif dapat dikatakan dapat berkembang jika ada peningkatan kontribusi ekonomi.

Berdasarkan hasil penggalan informasi dan data yang dilakukan oleh penyusun didapatkan informasi sebagai berikut :

1. Bagian ekonomi pemerintahan Kabupaten PPU.

Beberapa strategi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam rangka mendorong perekonomian masyarakat PPU yaitu melalui *event-event expo* yang biasanya dilakukan rutin dalam setiap tahun. Biasanya pameran tersebut menyediakan stand-stand khusus bagi pelaku UMKM untuk menjual produk-produk mereka. Antusias para pelaku usaha ini memang sangat luar biasa dan omset penjualanpun cukup besar. Tidak hanya memfasilitasi pada proses penjualan melalui pameran-pameran saja akan tetapi Ketika ada event-event yang dilakukan diluar daerah pun juga difasilitasi. Termasuk juga bekerja sama dengan Bank Indonesia dalam Program Kurasi dengan timur tengah dan Tiongkok. kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten PPU terkait bidang Ekonomi telah banyak beberapa regulasi yang telah di buat dalam rangka menunjang

kegiatan pelaku usaha khususnya bagi UMKM. Dan kebijakan-kebijakan tersebut dilakukan secara tehknis oleh instansi beserta bidang sesuai dengan tupoksinya.<sup>33</sup>

Tidak hanya peran serta Pemerintah saja, masyarakat berperan juga dalam mendukung lingkungan dengan mempromosikan inovasi, komersialisasi dan kekayaan intelektual sebagai program dalam meningkatkan kesadaran *public* dalam konteks ekonomi kreatif. Sehingga masyarakat harus senantiasa bergerak secara aktif dalam menciptakan masyarakat yang mempunyai daya saing serta berkualitas hidup.

## 2. Dinas Perdagangan, Industri dan UKM Pemerintah Kabupaten PPU.

Kabupaten PPU sendiri telah memiliki beberapa sentra industri yang telah berkembang cukup lama dan pengelolaan dilakukan oleh masyarakat setempat dibawah bimbingan serta pelatihan oleh dinas Perdagangan, Industri dan UKM Pemerintah. Pada tahun 2020 geliat usaha di PPU mengalami kenaikan karena pandemi corona yang melanda, banyak masyarakat pada akhirnya membuka usaha yang kebanyakan pada makanan dan minuman. Sehingga kemudian berlanjut pada saat ini.

Beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh Disperindag Provinsi Kalimantan Timur terkait kebijakan dalam pengembangan dan kemajuan ekonomi masyarakat di bidang pemberdayaan UMKM : salah satunya adalah pelatihan, sosialisasi dan *Bisnis Matching*. Dimana Pembinaan tersebut dilakukan melalui pelatihan, sosialisasi serta bisnis *Matching* banyak melibatkan beberapa afiliasi lainnya contohnya dengan perguruan-perguruan tinggi yang

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan Bapak Saidi, Kepala Bidang Ekonomi Pemerintahan Daerah Kabupaten PPU pada hari selasa tanggal 4 oktober 2022 pukul 10.16 Wite

ada dikalimantan Timur, Badan Riset Indonesia, kemudian dengan dinas Pariwisata kabupaten PPU serta pembiayaan dari Bank Indonesia.

Beberapa usaha masyarakat yang teridentifikasi adalah pengolahan rotan ini di fokuskan di daerah , Pada usaha rotan ini telah memiliki Merek yang terklarifikasi belum terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pada tahun 2022 pelaku usaha harus bisa produksi dan dapat dijual. Hal ini dikarenakan dalam beberapa pelatihan yang hanya sampai pada proses pembuatan saja namun tidak sampai di jual. Mulai 2022 dari Disperindag Kabupaten PPU juga sudah ajukan untuk belanja modal bagi keperluan pengerajin sepan. Para pengerajin Sepan yang paling dibutuhkan sekali adalah modal. Modal tersebut yang nantinya dapat digunakan untuk 6 (enam) bulan kedepan. Kemudian untuk bahan baku sudah dipersiapkan dari pendanaan APBD. Walaupun bahan baku serta modal sudah disediakan oleh pemerintah namun masih terdapat kendala lain seperti salah satunya adalah listrik. Hal ini dikarenakan pembiayaan listrik masih belum bisa dialokasikan dari sumber yang lain, sehingga ini juga merupakan salah satu faktor pendanaan yang harus segera bisa dilakukan Kerjasama dengan PLN yang nantinya dapat direalisasikan di Tahun 2023.

Usaha rotan terdapat pada industri menengah. Pada usaha rotan ini terdapat sentra dan melibatkan ketua adat, hal ini dikarenakan rotan ini dihasilkan dari hutan, hutan ada kaitannya dengan wilayah yang ditinggali oleh masyarakat adat. Pihak dinas juga mensupport dengan mengadakan sosialisasi dan pelatihan. Kemudian pihak ketua adat juga mendukung penuh, hal ini dikarenakan mayoritas pengerajin yang menganyam rotan adalah sukunya sendiri didaerah Paser didaerah Sepan. Bahan baku utama rotan ini banyak terdapat di hutan-hutan adat

sekitar Paser. Pihak Disperindag mengajak masyarakat yang tinggal di wilayah Paser untuk membuat sentra bambu untuk membuat bubu. Pada sentra bubu ini sifatnya sudah mandiri, sehingga sifat sentra ada 2 (dua) yaitu sentra yang sudah terbentuk alami yang memang bentuknya sudah berkelompok membuat kegiatan industry bersama-sama dan sentra yang memang sengaja dibentuk seperti halnya sentra batik.

Pada sentra bambu berada di daerah Nenang, yang mana terdapat 1 (Satu) kampung ini membuat bubu. Pada sentra ini sudah ada sejak lama sehingga tidak mengetahui kapan sentra bambu tersebut ada. Lain halnya dengan sentra batik ini yang baru dibentuk pada tahun 2020 di kuaru, desa bangun mulyo. Sentra batik ini produksi sementara di kantor desa, sentra batik tersebut penamaan mereknya sedang tahap proses, namun motif-motif dari sentra batik ini sudah ada. Seperti motif rusa-rusa karena rusa adalah hewan iconic yang ada di PPU.

Usaha rumput laut dengan Merek Binar, bahan bakunya agak susah. Ada beberapa kendalanya untuk mencari bahan baku. Seperti faktor alam yang tidak bersahabat. Sehingga jika cuaca tidak bagus rumput laut tersebut dapat menghilang. Usaha rumput laut ini pernah didaftarkan sebagai merek indikasi geografis, namun hasilnya ditolak oleh Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Ditolak pendaftaran merek indikasi geografisnya dikarenakan tortilla rumput laut tersebut sudah banyak yang sama. Kemudian mendaftarkan merek dagangnya dengan menggunakan nama belakang PPU namun tidak lolos juga. Kemudian berusaha lagi dengan mengubah nama merek diganti menjadi Bienar, takan tetapi dari Kanwil Hukum dan HAM Kalimantan Timur terdapat adanya kesamaan bunyi dari penamaan merek tersebut. Seperti yang sudah tertuang di

Pasal 20 Undang -Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi Geografis.

Para pelaku usaha sudah membuat merek sudah lama dan masyarakat pembeli sudah banyak yang mengenal merek dagangnya, namun belum dapat terdaftar mereknya, sehingga ada beberapa yang mengubah mereknya lagi dengan nama sinbon yang merupakan singkatan nama dari kota Bone Sulawesi selatan sehingga bukan termasuk indikasi geografisnya kabupaten Penajam.

Daerah Kabupaten PPU memiliki 9 sentra, kemudian di setiap sentra hanya memiliki 1 (satu) merek dan satu wilayah 1 (satu) merek agar dapat memudahkan komunitas pada *brand* tersebut. Tinggal mutu, kualitasnya diseragamkan dengan 1 (satu) merek pada wilayah 1 (satu) kampung.

Pada sentra batik sementara yang didaftarkan desain industrinya belum ada, sementara masih berfokus pada seni motif dan merek. Hal ini dikarenakan berkaitan dengan perawatan terhadap kain batik ini tidak mudah dan tidak murah. Dimana Disperindag Kab PPU membantu fasilitasi untuk awalnya saja , kemudian selanjutnya tetap dikembalikan kepada pemilik Merek seperti fasilitas mengurus sertifikat halal dan sertifikat hak merek.

Kepemilikan merek pada sentra batik ini adalah bersifat perorangan dan berkelompok. Adapun strategi yang dikembangkan bagi pendayagunaan Merek bagi pelaku usaha UMKM yang dilakukan oleh Disperindag Kabupaten PPU adalah melakukan proses pendaftaran NIB. Adapun program dari Kementerian satu data, Disperindag Provinsi Kalimantan Timur menerjunkan 14 *enumerator* Ke kelurahan desa untuk memastikan di lokasi terkait usaha warga. Masyarakat sebelumnya mendaftar ke kelurahan desa, karena mereka yang mengetahui warganya memiliki usaha atau tidaknya. NIB ini baru diberlakukan sekarang. Jadi

saat ini sedang berjalan yang satu data ini yang kementerian ini hanya data base. Sensus untuk UMKM.<sup>34</sup>

Didalam ekonomi global yang sepenuhnya saling terkait satu sama lain. Pada faktor keberhasilan utama beralih dari sumber daya ke pasar, dimana pelaku-pelaku ekonomi akan saling berkompetisi dengan ketat untuk memperebutkan pasar. Pada keadaan pemakaian merek untuk suatu hasil produksi barang/jasa menjadi suatu keharusan, hal ini dikarenakan merek merupakan suatu produk yang dapat menembus pasar domestik ataupun dunia dan dikenal secara luas oleh konsumen.

Bagi produsen pentingnya pemberian merek pada barang/jasa adalah untuk membedakan barang/jasa yang satu dengan yang lain, dan juga berfungsi sebagai tanda untuk membedakan asal usul, citra, reputasi maupun bonafiditas di antara perusahaan sejenis. Inilah yang di negara-negara industri maju merek dianggap sebagai "roh" bagi produk barang atau jasanya<sup>35</sup>. Sehingga bisa terlindunginya merek secara hukum juga berarti terlindunginya produk tersebut dari upaya persaingan yang tidak sehat.

Di samping itu, ketika sistem perdagangan menjadi semakin terbuka dan persaingan menjadi makin bebas, pemberian hak eksklusif atas merek sebenarnya akan mendorong perusahaan untuk berkinerja lebih baik guna mempertahankan mutu dari merek barang/jasa yang telah dimiliki agar tetap bisa menguasai pasar. Dalam hal ini merek bernilai ganda. *Pertama*, dengan makin

---

<sup>34</sup> Wawancara dengan ibu suhesti andriani, Kepala Bidang Industri Dinas Perdagangan, Industri dan UKM Pemerintahan Daerah Kabupaten PPU pada hari selasa tanggal 5 oktober 2022 pukul 09.45 Wite

<sup>35</sup> Insan Budi Maulana, *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten & Hak Cipta*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hlm. 60.

banyak dan beragamnya barang/jasa yang sejenis, merek dianggap sebagai alat kompetisi memperebut perhatian konsumen, yang memungkinkan pemilik/pemegang hak merek untuk berkinerja lebih baik dalam kegiatan pemasarannya dan untuk itu sudah selayaknya ia menikmati sendiri hasil kegiatannya untuk diri sendiri. *Kedua*, merek menjadi sebagai alat monopoli atau sebagai alat yang mempunyai efek monopoli yang memungkinkan pengecualian pemakaian merek tersebut oleh pelaku pasar yang lain<sup>36</sup>.

Melalui hak eksklusif atas merek, dalam konsep ini semua pelaku ekonomi mempunyai kesempatan yang sama untuk berkompetisi di pasar global, tidak perlu khawatir yang kecil akan kalah bersaing dengan yang besar, karena semua pelaku pasar akan terseleksi dengan baik oleh konsumen dari merek yang digunakannya atas produk barang/jasa. Para pengamat meramalkan dalam globalisasi ekonomi justru akan banyak tumbuh unit-unit usaha berskala kecil dan menengah memasuki persaingan pasar. Unit-unit usaha kecil dan menengah ini tidak terlalu banyak urusan dan permasalahan sehingga mereka lebih supel atau mudah menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi seperti krisis ekonomi yang sedang kita alami saat ini. Perusahaan yang menang dalam persaingan akan dikenali oleh masyarakat melalui merek yang digunakan pada barang/jasa yang dihasilkan.

Namun, dalam realitasnya pengusaha kecil pada umumnya masih banyak yang belum memahami dan sadar. Disamping itu mereka masih menghadapi berbagai keterbatasan karena ada hambatan maupun kendala, baik yang bersifat eksternal maupun internal, seperti di bidang permodalan, produksi

---

<sup>36</sup> Hadiputranto Hadinoto dan Dermawan, *Tindak Pidana di Bidang Merek dan Penanganannya*, (makalah disampaikan pada diskusi di bidang merek, Tangerang 24-25 November 1992), hlm. 5.

- pengolahan, pemasaran, *skill*, teknologi, dan rendahnya moral dan etika bisnis, berbedanya kultur (seperti nilai *komunalisme* yang cenderung masih melekat), serta iklim usaha yang belum mendukung perkembangannya<sup>37</sup>. Sehingga perlindungan hukum atas merek produk barang/jasa (yang sarat dengan nilai *eksklusif-individualistik*) seperti yang dikonsepsikan dalam Undang-Undang Merek belum dapat diakses dan dimanfaatkan secara optimal, akibat keterbatasan dan ketidakberdayaannya tersebut. Seharusnya merek yang digunakan didaftarkan di Ditjen HaKI agar terlindungi secara hukum, sehingga produk yang dipasarkan oleh pengusaha pemilik/ pemegang merek yang sebenarnya mendapatkan perlindungan hukum dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Rendahny kesadaran hukum HaKI pengusaha kecil tersebut tentunya berkaitan dengan persepsi, perilaku dan nilai-nilai yang ada pada masyarakat (para pengusaha kecil) terhadap eksistensi Undang-Undang Merek beserta peraturan pelaksanaannya), apakah para pengusaha kecil kita sudah mengetahui, mengerti dan memahami substansi Undang-Undang Merek atau sama sekali belum mengetahui keberadaan Undang-Undang Merek. Oleh karena itu, budaya hukum di kalangan pengusaha kecil berpengaruh besar terhadap bekerjanya hukum merek baik itu berupa persepsi nilai-nilai, maupun perilakunya.

Lebih jauh, dalam kaitan dengan ketentuan pendaftaran merek untuk memperoleh hak atas merek, dapat dikatakan bahwa hukum dan kultur merupakan dua sisi yang berkaitan erat satu sama lain. Seperti HaKI lainnya, sebagai akibat dari dominasi Barat dan Timur, maka penetrasi model hukum barat ke dalam dunia timur pun tidak dapat dihindari, apabila kita ingin berbicara dalam

---

<sup>37</sup> Realitas usaha kecil yang demikian itu juga diakui dan dijelaskan dalam Penjelasan atas Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

*idiom* sekarang, terjadi penggunaan model hukum negara industri maju oleh negara sedang berkembang. Berbicara mengenai pengoperan hukum asing itu, transformasi strukturalnya dan pengembangan kultur hukum yang cocok untuk mendukung sistem hukum modern itu adalah jauh lebih sulit dari pada memberlakukan sistemnya<sup>38</sup>.

Tentunya hal-hal yang diungkap di atas mempengaruhi kemampuan pribadi para pengusaha kecil untuk lebih eksis membangun kehidupan usaha atau ekonominya. Oleh sebab itu para pengusaha kecil harus diberi kemampuan agar menjadi lebih berdaya dalam mengakses pelaksanaan Undang-Undang Merek, sehingga dengan daya kreatifnya mampu memasarkan produknya dengan nyaman karena adanya perlindungan hukum atas merek yang dipakainya.

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi. salah satu karakteristik dari dinamika dan kinerja ekonomi yang baik dengan laju pertumbuhan yang tinggi di negara-negara Asia Timur dan Tenggara yang dikenal dengan *Newly Industrializing Countries* (NICs) seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan adalah kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) mereka yang sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi. UKM di negara-negara tersebut sangat responsif terhadap kebijakan-kebijakan pemerintahannya dalam pembangunan sektor swasta dan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang berorientasi ekspor. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro,

---

<sup>38</sup> Satjipto Rahardjo, *Etika, Budaya dan Hukum*, Makalah disampaikan pada Acara Temu Budaya 86, Diselenggarakan oleh Dewan Kesenian Jakarta, 16-18 Oktober 2014.

Kecil, dan Menengah Pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Langkah Pemerintah guna meningkatkan perekonomian Indonesia terutama di daerah yaitu dengan memberlakukan otonomi daerah. Keleluasaan yang diberikan kepada daerah adalah untuk menetapkan berbagai kebijakan, seperti UU No. 23 tahun 2004 tentang pemerintah daerah dan Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Lewat otonomi daerah tersebut setiap daerah di Indonesia diharuskan untuk dapat mengembangkan setiap potensi lokal yang dimilikinya agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan regional maupun global. Secara tidak langsung, hal tersebut berarti pembangunan ekonomi suatu wilayah lebih mengarah pada pendekatan yang berorientasi pada pengembangan sumber daya lokal yang merupakan faktor-faktor endogen wilayah tersebut secara optimal dan maksimal. Pengembangan ekonomi lokal juga perlu diarahkan untuk mendukung perkembangan sektor-sektor ekonomi yang mempunyai potensi menciptakan kesempatan kerja yang luas dan memiliki prospek yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah. Pada akhir dasawarsa 1980-an hingga saat ini pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagian besar digerakkan oleh pertumbuhan industri manufaktur yang pesat. Ada beberapa kelompok dalam sektor industri manufaktur, pembangunan, dan pertumbuhan sektor Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi perkembangan ekonomi wilayah di Indonesia. Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting dan menguntungkan bagi peningkatan Produk Domestik Bruto Indonesia untuk

meningkatkan perekonomian Indonesia. menjelaskan keterbatasan usaha mikro menengah sebagai sektor dengan keunggulan daya saing perlu dipahami keterbatasannya, yang antara lain dalam hal ukuran unit usaha dan pengembangan kapasitas modal, teknologi produksi dan pemasaran produk. Permasalahan pengembangan unit-unit usaha UKM di Indonesia, isu-isu keterbatasan modal manusia (SDM), pengetahuan maupun teknologi produksi belum banyak dibahas secara penting. Hal yang paling sering terungkap adalah keterbatasan modal fisik (finansial, struktur, dan infrastruktur) dan kesulitan dalam pemasaran. menjelaskan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, swasta maupun organisasi nonprofit atau LSM didapatkan bahwa keterbatasan SDM (Sumber Daya Manusia) dan teknologi modern ternyata kurang diperhatikan sebagai masalah yang serius bagi banyak pengusaha. Sebaliknya dari hasil penelitiannya, keterbatasan dua faktor tersebut merupakan salah satu penyebab utama rendahnya daya saing produk UKM dari produk-produk Usaha Besar atau produk-produk impor. Kesulitan dalam pemasaran dapat dilihat sebagai salah satu akibat dari rendahnya kualitas pekerja dan pengusaha serta keterbatasan teknologi yang membuat produk-produk UKM belum memiliki kualitas dan harga yang kompetitif. Manusia harus mampu mewujudkan ide dan kreativitas yang dimilikinya. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi kreatif adalah era ekonomi baru yang berfokus pada kreativitas dan informasi. Modal utama dalam ekonomi kreatif yang diperlukan adalah wawasan luas dan ide yang dimiliki Sumber Daya Manusia (SDM). Kedua faktor tersebut menjadi modal utama yang digunakan manusia dalam

menghadapi era ekonomi kreatif saat ini. Konsep ekonomi kreatif ternyata mampu memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian di beberapa negara. Di Indonesia, ekonomi kreatif dimulai dari permasalahan akan pentingnya meningkatkan daya saing produk nasional untuk menghadapi pasar global. Pemerintah melalui Departemen Perdagangan yang bekerja sama dengan Departemen Perindustrian dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta didukung oleh KADIN kemudian membentuk tim Indonesia *Design Power* yang bertujuan untuk menempatkan produk Indonesia menjadi produk yang berstandar internasional namun tetap memiliki karakter nasional yang diterima di pasar dunia. Setelah menyadari akan besarnya kontribusi ekonomi kreatif terhadap negara maka pemerintah selanjutnya melakukan studi yang lebih intensif dan meluncurkan cetak biru pengembangan ekonomi kreatif. Sub sektor industri kreatif yang masuk ke dalam lingkup pembinaan Kementerian Perindustrian adalah fashion, kerajinan, layanan komputer, dan piranti lunak. *Fashion* dan kerajinan merupakan sub sektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Kedua industri ini menjadi lokomotif dalam perkembangan industri kreatif Indonesia. (Kemenperin), kontribusi *fashion* dan kerajinan jauh mengungguli kontribusi jenis industri kecil lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan dirasa perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM disamping juga mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia. Jika melihat dari data UKM yang ada diwilayah PPU sekitar 1.243 pelaku usaha. Pada prinsipnya pendayagunaan merek meskipun sedikit sekali yang telah terdaftar telah memberikan sumbangan bagi peningkatan ekonomi kerakyatan dan juga

mempersiapkan masyarakat sekitar untuk dapat berkompetisi dengan pendatang lain dengan adanya ibu kota Nusantara, beberapa strategi yang harus dilakukan adalah sebagai Peningkatan daya tarik ukm melalui inovasi bermuatan lokal dalam upaya untuk meningkatkan keunggulan komparatif, Pembentukan teknologi pendukung guna meningkatkan kapasitas kemampuan penguasaan teknologi dalam terciptanya iklim usaha yang kondusif untuk merangsang investasi teknologi dan infratraktur Meningkatkan kualitas SDM kreatif dengan harapan dapat membantu pemanfaatan bahan baku yang terbarukan, meningkatkan kualitas lembaga pendidikan dan menciptakan apresiasi budaya daerah dengan penghargaan-penghargaan produk bermuatan lokal sehingga terciptanya masyarakat kreatif yang menghargai Hak Kekayaan Intelektual demi kuatnya UKM, Terciptanya hubungan Triple Helix antara bisnis, pemerintah, cendikiawan dan berupa lembaga keuangan dalam bentuk hibah, sponsor, dan kredit usaha rakyat untuk mendukung tumbuh kembangnya UKM.

### **BAB III**

## **PERLINDUNGAN MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN DI KAWASAN DAERAH PENYANGGA IBU KOTA NEGARA**

### **A. Perlindungan Merek dan Indikasi Geografis Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Penajam Paser Utara**

Manusia akan selalu memiliki keterkaitan dengan perekonomian, sehingga antara manusia dengan perekonomian menjadi tidak dapat dipisahkan. Perekonomian identik dengan usaha , yang berkaitan erat dengan usaha salah satunya adalah hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual salah satunya adalah hak merek. Hak merek ini sudah ada lama sejak adanya manusia. Manusia menerapkan sistem penandaan atas barang yang telah dihasilkan sehingga mereka membuat suatu tanda sebagai pembeda. Merek juga dapat dikatakan sebagai sebuah keterangan singkat mengenai asal barang yang menunjukkan hubungan antara barang atau jasa yang diperdagangkan dengan pihak yang menjualkan. Untuk dapat memiliki kekuatan pembeda pada suatu merek dengan merek lainnya maka merek harus punya aspek *individualishing* pada produk yang bersangkutan.<sup>39</sup> Maka merek dijadikan sebagai suatu tanda yang dirinya terkandung daya pembeda

---

<sup>39</sup> Yoyo Arifardhani, *Hukum Hak Atas kekayaan intelektual suatu pengantar pertama*, Jakarta : Kencana, 2020 hal 23

yang cukup (*capable of distinguishing*) untuk membedakan suatu barang dengan barang-barang lain yang sejenis. Dalam hal tidak terdapat daya pembeda maka tidak dapat disebut dengan merek.<sup>40</sup> Keberadaan merek memiliki unsur-unsur antara lain : <sup>41</sup>

1. Merupakan tanda pengenal bagi barang atau jasa
2. Mempunyai fungsi pembeda
3. Tidak memiliki unsur-unsur yang bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban
4. Bukan milik umum

Merek dan Indikasi Geografis memiliki peran penting dan strategis dalam keberlangsungan usaha para pelaku UMKM. Kedua Hak Kekayaan Intelektual tersebut bila resmi terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) akan memperoleh keuntungan berupa peningkatan daya saing produk. Merek yang terdaftar tentunya memberikan suatu jaminan atas originalitas produk, memberikan perlindungan dari pembajakan atau pencurian merek produk yang sama. Sehingga penting adanya upaya pendayagunaan merek dan indikasi geografis di tengah pertumbuhan laju UMKM. John Locke mempunyai pernyataan yang terkenal yakni : "*life, liberty and property*" dimana kepemilikan (*property*) merupakan bagian/ berkorelasi dengan hak asasi manusia. Maka hak atas merek sebagai salah satu bagian dari *property* yang diberikan oleh negara sebagai salah satu bentuk wujud dari jaminan atas barang pribadi yang mempunyai nilai

---

<sup>40</sup> Gatot Supramono, *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, Jakarta : Rineka Cipta, 2008, hal 16

<sup>41</sup> Meli Hertati Gultom, 2018, Perlindungan Hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran hak merek, jurnal warta edisi 56

tambah, nilai ekonomi, nilai eksklusif yang mampu dimanfaatkan serta dinikmati oleh manusia. Ketika suatu merek dapat menjalankan fungsinya sebagai *value indicator* dari produk maka merek memberikan keamanan dan garansi kepada konsumen sekaligus mengikat loyalitas konsumen.<sup>42</sup> Reputasi dan *Goodwill* merupakan *value added* bagi setiap produk dan menghasilkan *selling power* yang lebih tinggi dibandingkan produk lain. Kekuatan suatu merek salah satunya diukur dari *brand awareness* konsumen akan merek tersebut. Indikator citra merek antara lain :<sup>43</sup>

1. *Recognition*

Tingkat dikenalnya sebuah merek

2. *Reputation*

Suatu tingkat reputasi atau status yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena memiliki *track record*

3. *Affinity*

Memiliki daya Tarik atau emotional relationship antara merek dengan konsumen

4. *Loyalty*

Seberapa besar kesetiaan konsumen dari suatu produk yang menggunakan merek yang bersangkutan

---

<sup>42</sup> Ranti Fauzia, Tisni Santika, *Hukum Merek perkembangan Aktual Perlindungan Merek dalam konteks ekonomi Kreatif di era disrupsi digital*, Bandung : Rafika , 2021, hal 43

<sup>43</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hal 44

**B. Kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Timur dalam upaya memberikan perlindungan Merek bagi pelaku Usaha di Kalimantan Timur**

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Kalimantan Timur sebagai pihak yang memfasilitasi dan membimbing pelaku UMKM berpendapat bahwa banyaknya jumlah UMKM yang terdaftar di Kalimantan Timur memiliki potensi perkembangan usaha yang besar. Adanya pendayagunaan Merek dan Indikasi Geografis tentunya akan semakin mendukung perkembangan usaha tersebut. Disperindakop Provinsi Kalimantan Timur melakukan upaya pendayagunaan masif dalam setiap pelatihan dan bimbingan teknologi yang diselenggarakan. Bentuk upaya pendayagunaan massif dalam bentuk pelatihan seperti pelatihan untuk pengembangan kemampuan diri (*softskill*) serta vocational kepada para pelaku usaha UKM. Kemudian untuk bimbingan teknologinya seperti mengajarkan digitalisasi kepada para pelaku usaha, agar nantinya tidak gagap akan teknologi.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat memberikan dampak yang cukup signifikan pada para pelaku usaha UKM, seperti terjadi pergeseran model promosi serta pembelian produk melalui *platform digital*. Maka bimbingan teknologi yang difasilitasi oleh pihak Disperindagkop Provinsi ini sangat bermanfaat bagi mereka pelaku usaha. Selain adanya *platform digital* ada juga yang namanya pembentukan *cyberspace* yaitu menggambarkan dunia/ *space* yang bisa dibentuk melalui jaringan computer yang terhubung satu sama lain. Dengan adanya dampak

perkembangan internet yang pesat, yang dapat mendorong produk untuk melakukan penyesuaian disesuaikan dengan perkembangan yang pesat.

Penyesuaiannya didalam penggunaan nama domain (*domain name*) untuk mengidentifikasi seseorang dari *company profile* sekaligus dapat dijadikan *product branding*. Domain name didalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis memang tidak diatur sama sekali, akantetapi pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik Pasal 1 angka 20, nama domain adalah alamat internet penyelenggara negara, orang, badan usaha atau masyarakat, yang dapat digunakan dalam berkomunikasi melalui internet, yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menunjukkan lokasi tertentu dalam internet. Nama *domain* digunakan sebagai alamat *website* yang secara umum diartikan sebagai kumpulan halaman dalam *cyberspace* untuk menampilkan berbagai macam informasi baik data animasi, suara atau video yang sifatnya dinamis. Dengan begitu para pelaku usaha UKM melek akan perkembangan teknologi sehingga dapat membuat *domain name* sebagai salah satu bentuk pemasaran yang nantinya dapat digunakan sebagai identitas bisnis yang dapat di representasikan didunia maya sebagai bentuk promosi.

Pada nama domain memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan merek, namun keduanya memiliki perbedaan, dan keduanya juga mempunyai fungsi sebagai indentitas suatu produk dan indentitas produsen. Perbedaannya antara lain :

1. Nama domain seperti konsep penamaan dalam dunia internet untuk memudahkan seseorang untuk berinteraksi sebagai alamat seseorang / *IP address*, sedangkan merek sebagai kepemilikan serta daya pembeda atas barang atau jasa dalam ruang lingkup perindustrian dan perdagangan.
2. Pada nama domain tidak diperlukan pemeriksaan substantif, pada hak merek diperlukan pemeriksaan substantif untuk dapat diakui dan mendapatkan perlindungan hukum
3. Hak merek berdasarkan *first to file system*, sedangkan domain name berdasarkan prinsip *first come first serve*.

Dinas Disperindagkop Provinsi Kalimantan Timur juga menilai bahwa dari total 344.581 unit UMKM yang terdaftar dalam *database*<sup>44</sup> masih ada potensi pelanggaran hak ekonomi khususnya dalam aspek pembajakan merek. Sejatinya, Dinas Disperindagkop Provinsi Kalimantan Timur pun tidak bisa berbuat lebih jika berbicara terkait pendayagunaan merek dan indikasi geografis. Sebab pada dasarnya, orientasi kebijakan yang dilakukan Disperindagkop Provinsi Kalimantan Timur selama ini hanya berada pada posisi sebagai fasilitator para pelaku UMKM. Potensi pelanggaran pada hak ekonomi itupun akan terus meningkat mengingat daerah seperti Balikpapan dan Samarinda menjadi daerah penyangga Ibu Kota Negara. Sehingga pendayagunaan merek dan indikasi geografis sebagai instrument perlindungan hak ekonomi sangat dibutuhkan.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Sistem Informasi Data Kalimantan Timur, Jumlah UMKM Periode Tahun 2019-2022, Dinas Komunikasi dan Informasi, diakses melalui <https://sidata.kaltimprov.go.id/index.php/dataprofil/dataku/363>

<sup>45</sup> Wawancara dengan ibu Tisya Fitria Mudhita selaku Fasilitator Sarana Pemasaran Sektor Koperasi & UKM Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah

Hak-hak ekonomi pada penggunaan merek merupakan hak yang dapat digunakan untuk mengeksploitasi penggunaan merek secara komersial. Maka harus mendapatkan perlindungan hukum yang memadai, Walaupun sudah terdaftar dalam data base sehingga dengan begitu secara tidak langsung dapat dipakai sebagai imbalan atas suatu kreativitas atas hak mereknya. Menurut Roberth S. Smith mengemukakan suatu teori dengan menyatakan bahwa suatu merek memberikan fungsi perlindungan sebagai investasi dari pemilik merek dengan itikad baik dan melayani konsumen dengan suatu merek dan dapat menjamin kualitas atas merek tersebut. Hak ekonomi atas merek merupakan hak yang dimiliki pemilik merek untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas hak mereknya. Jika merek tersebut sudah terdaftar dan pemilik hak merek tersebut akan melakukan hak ekonomi wajib untuk mendapatkan izin dari si pemilik merek tersebut, maka bentuknya berupa pengalihan atas hak ekonomi seperti yang terdapat didalam Pasal 41 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis meliputi pewarisan, hibah, wakaf, wasiat dan perjanjian tertulis atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Upaya lain juga dilakukan oleh beberapa Instansi Pemerintahan yang berlokasi di Provinsi Kalimantan Timur salah satunya yakni Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Kalimantan Timur. Terdapat beberapa hal yang disampaikan terkait upaya perlindungan Merek dan Indikasi Geografis ini. Pihak Dinas Disperindag

Provinsi Kalimantan Timur memandang penting terkait adanya perlindungan hukum atas Merek suatu UKM serta Indikasi Geografis. Seperti halnya banyak produk UMKM berjenis makanan yang memiliki Merek sama. Pada Dinas Disperindag Provinsi Kalimantan Timur melakukan pemetaan terhadap klasifikasi atau jenis usaha UKM yang ada di Kalimantan Timur. Hasil dari pemetaan tersebut para UMKM Kaltim dominan pada jenis usaha dan perdagangan khususnya di bidang makanan/kuliner. Sehingga diketumkan banyak merek yang sama dengan kelas merek yang sama. Sehingga diperlukan adanya sosialisasi atau edukasi terhadap hal tersebut pada pendaftaran merek.

Pihak Dinas Disperindag Provinsi Kalimantan timur pernah memberikan fasilitasi dan pendampingan dalam pengurusan pendaftaran merek dan Indikasi Geografis produk UMKM, akantetapi untuk pendampingan pendaftaran indikasi geografis tidak pernah. Pendampingan pendaftaran merek pada indikasi geografis ini dilakukan langsung oleh pihak Kemenkumham Provinsi Kalimantan Timur.

Pihak Disperindag Provinsi Kalimantan Timur juga selalu terbuka dan berupaya untuk melakukan bimbingan bila seorang pelaku usaha hendak mendaftarkan merek produknya yang mana pendaftaran sekarang lebih dipermudah dengan mendaftar melalui website *online* Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Ada juga dilakukan Edukasi dengan melakukan sosialisasi/pelatihan bersama masyarakat. Hal ini dikarenakan orientasi dari kebijakan Disperindag Provinsi Kalimantan Timur ini adalah pada Pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia serta peningkatan daya saing pada pelaku usaha UMKM.

Pihak Disperindag Provinsi Kalimantan Timur terdapat kebijakan yang secara keseluruhan sejatinya cenderung pada peningkatan SDM dan daya saing UMKM, tetapi Dinas Disperindag Provinsi Kalimantan Timur juga memiliki fungsi dan peran sebagai fasilitator para pelaku UMKM. Disperindag Provinsi Kalimantan Timur juga kerap menyelenggarakan Pelatihan dan Bimbingan Teknis kepada pelaku UMKM, seperti yang terakhir kali dilakukan yakni Pelatihan Kewirausahaan dengan model *digital business*. Tetapi dalam setiap agenda yang diselenggarakan, dinas Disperindag Provinsi Kalimantan Timur akan selalu berupaya untuk membantu bila terdapat pelaku UMKM yang hendak mendaftarkan mereknya.

Pada rencana kebijakan yang akan dilakukan dalam upaya perlindungan merek dan indikasi geografis produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan di kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara akan tetap sama seperti upaya yang dilakukan sebelumnya, Hal ini dikarenakan pada dasarnya Pihak Disperindag Provinsi Kalimantan Timur sebagai fasilitator dan penghimbau. Sehingga, informasi terkait perlindungan merek serta indikasi geografis ini akan semakin massif dengan dilakukannya pelatihan maupun Bimtek.

Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur memiliki andil yang cukup besar terhadap pendayagunaan merek dan indikasi geografis. Banyaknya upaya seperti pendampingan dan bimbingan dalam mendaftarkan merek mengindikasikan bahwa Kemenkumham Provinsi Kalimantan Timur paham terkait besarnya manfaat Merek atau Indikasi Geografis dalam memberikan perlindungan hak ekonomi masyarakatnya. Pada Peraturan Menteri Hukum dan HAM tentang Perubahan Atas Peraturan

Menteri Hukum dan HAM Nomor 12 Tahun 2021 tentang perubahan Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 tahun 2016 pendaftaran merek maka adanya perubahan Peraturan Menteri yang terbaru tersebut dapat digunakan untuk mendukung upaya kemudahan berusaha dan peningkatan ekosistem investasi, diperlukan percepatan waktu proses penyelesaian permohonan pendaftaran merek. Dengan dilakukan pemeriksaan substantif dalam jangka waktu paling lama 30 hari jika telah dinyatakan lengkap, tidak melampaui jangka waktu pengumuman, tidak terdapat keberatan, namun lain halnya jika terdapat keberatan, pemeriksaan substantif dapat diselesaikan selama 90 Hari.

Dengan adanya perubahan peraturan Menteri Hukum dan HAM atas kemudahan dalam mendaftarkan mereknya, tidak menutup kemungkinan terjadi pelanggaran hak mereknya. Baik pelanggaran yang disengaja maupun yang tidak sengaja yang dilakukan oleh masyarakat pada umumnya. Tidak hanya berbicara tentang pelanggaran saja, tetapi pendayagunaan merek dan indikasi geografis bagi pelaku UMKM juga bermanfaat dalam proses perkembangan usahanya. Sebagai contoh waralaba modern saat ini cukup jarang mau menerima suatu produk yang tidak memiliki sertifikasi merek ataupun indikasi geografisnya. Sehingga perkembangan UMKM tersebut akan terhambat. Hal ini dikarenakan waralaba ada kaitannya dengan sebuah perjanjian lisensi yang dilakukan oleh pemberi waralaba (pemilik merek) dengan penerima waralaba (pihak yang sudah memperoleh hak (izin) menggunakan merek dagang nya pada si pemilik merek). Maka suatu produk yang sudah memiliki merek harus memiliki sertifikasi dan

legalitas agar nantinya didalam perjanjian waralaba tersebut mendapatkan suatu kepastian yang jelas.

Dengan memiliki legalitas atas hak merek maka nantinya mendapatkan royalty yang sesuai dan jelas sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang tertuang dalam perjanjian waralaba tersebut. Seperti yang dapat diuraikan mengenai unsur-unsur perjanjian waralaba antara lain :<sup>46</sup>

1. Adanya subjek hukum (pemberi dan penerima waralaba)
2. Adanya lisensi atas merek barang atau jasa
3. Untuk jangka waktu tertentu
4. Adanya pembayaran *royalty*

Perjanjian waralaba tersebut mengikat kedua belah pihak dan menimbulkan hubungan hukum keduanya. Dengan telah mendapatkan perlindungan hukum secara tidak langsung dapat melindungi subjek hukum perjanjian waralaba tersebut, kemudian diikuti muncul hak ekonominya atas pengeksploitasianya atas produknya.

Pendayagunaan Merek dan Indikasi Geografis dapat dimaksimalkan melalui edukasi ke para pelajar sejak dini, hal ini juga menjadi bagian dari program Kemenkumham yakni RuKI (Guru Kekayaan Intelektual). Banyaknya manfaat dan keuntungan yang diberikan dari pendaftaran Merek dan Indikasi Geografis menunjukkan bahwa kedua HAKI ini berperan penting dalam perlindungan Hak Ekonomi para pelaku UMKM. Dengan menunjukan urgensi atas pentingnya edukasi dan sosialisasi pada para pelaku UMKM mengenai krusialnya pendaftaran merek agar mendapatkan perlindungan,

---

<sup>46</sup> Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008, halaman 165

kepastian hukum, kenyamanan dalam menjalankan usaha dan dapat meminimalisir adanya sengketa dikemudian hari.<sup>47</sup>

Memberikan pengetahuan akan pentingnya hak kekayaan intelektual sejak dini justru lebih memberikan efek manfaat yang luar biasa. Sejak dini para pelajar sudah paham dan sadar akan kreativitas yang dimilikinya kemudian kreativitas tersebut memperoleh keuntungan secara komersial, namun agar tidak terjadi peniruan diberikan wawasan hukum tentang pentingnya pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual. Manfaatnya dapat meminimalisir melakukan Tindakan peniruan atas seluruh hasil kreativitas yang dimiliki oleh pelajar. Sehingga nanti *outputnya* bisa menjadikan para pelajar yang memiliki wawasan intelektual yang kompeten dan tidak menjadikan sebagai peniru sehingga dapat berkreativitas sesuai *softskill* yang dimiliki masing-masing.

Terhitung mulai 17 Agustus Tahun 2019 Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) Meluncurkan *platform* pendaftaran merek secara *online* melalui aplikasi yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yang mengacu pada ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 42 Tahun 2016 tentang pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual secara elektronik. Tidak hanya itu saja, Pemerintah juga telah melakukan Langkah strategis antaranya terdapat didalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang memuat terkait dengan

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Ibu Rima Kumari, S.H., M.H. selaku Kepala Sub bidang Pelayanan Kekayaan Intelektual Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur, pada tanggal 18 oktober 2022, pukul 14.21

keringanan tarif pendaftaran merek suatu UMKM yakni sebesar Rp. 500.000,00 (lima ratus ribu rupiah).

Perlindungan atas hak kekayaan intelektual tidak hanya memiliki urgensi pada merek saja, tetapi juga pada beberapa jenis hak lainnya seperti Indikasi Geografis. Kekayaan sumber daya alam Indonesia memberikan berbagai macam potensi anugerah alam yang luar biasa sehingga dari potensi tersebut menimbulkan berbagai produk pertanian, perkebunan, budidaya, kerajinan dan kehutanan yang mencirikan geografis di mana potensi itu berada.<sup>48</sup> Sehingga, urgensi perlindungan atas indikasi geografis juga perlu menjadi pusat perhatian pemerintah. Pada indikasi geografis biasanya pemohon untuk mendaftarkan mereknya menyangkut para pemerintah daerah Provinsi atau kabupaten / kota. Hal ini dikarenakan produk yang dihasilkan untuk dilabeli sebuah merek tersebut dari faktor alam, seperti semua sumber daya alam, barang kerajinan tangan dan semua hasil industri.

#### **NAMA-NAMA MEREK INDIKASI GEOGRAFIS DI PROVINSI KALIMANTAN TIMUR**

<b>NO</b>	<b>NAMA MEREK</b>	<b>Daerah</b>
1	Beras Adan Krayan	Kabupaten Nunukan
2	Garam Gunung Krayan	Kabupaten Nunukan
3	Ikan Bawis	Kota Bontang
4	Lada Putih Malonan	Kabupaten Kutai Kertanegara
5	Tenun Doyo Tanjung Isui Kubar	Kabupaten Kutai Barat
6	Kakao Berau	Kabupaten Berau
7	Gula Aren	Kabupaten Kutai Kertanegara

---

<sup>48</sup> Nizar Apriansyah, 2018, *Perlindungan Indikasi Geografis Dalam Rangka Mendorong Perekonomian Daerah (Protection Of Geographical Indications Within The Scope Of Improvement Of Regional Economy)*, Jurnal De Jure, Vol. 18, No. 4, hlm. 526

Gambar.3 sumber data oleh Kanwil Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur

Berdasarkan tabel nama-nama merek indikasi geografis di Provinsi Kalimantan Timur diatas terdapat 5 (lima) yang sudah memiliki sertifikat hak merek indikasi geografis, dan terdapat 2 (dua) yang masih tahap proses untuk mendapatkan sertifikat hak merek indikasi geografis yaitu ikan bawis dan gula aren. Keduanya dalam tahap proses agar produk keduanya dapat didaftarkan merek indikasi geografis harus berasal dari alam sumber produknya yang terdapat hanya ada diwilayah provinsi, kabupaten, dan kota tersebut yang memiliki ciri khas tersendiri dengan produk yang serupa di kelas yang sama.

Provinsi Kalimantan Timur dengan beberapa wilayahnya yang berposisi sebagai daerah penyangga Ibu Kota Negara dituntut untuk menyusun strategi dalam rangka penguatan ekonomi kerakyatan. Sehingga upaya untuk mendorong masyarakat agar mau mendaftarkan Merek UMKM mereka ataupun Indikasi Geografis penting dilakukan secara masif demi penguatan ekonomi. Kementrian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur termasuk yang mengemban peran tersebut. Adapun perlindungan merek UMKM dan Indikasi Geografis yakni di beberapa Kota yakni Samarinda, Balikpapan, Kutai Kartanegara dan Penajam Paser Utara terdapat jumlah Merek yang terdaftar sangat banyak. Untuk wilayah yang lebih banyak mendaftarkan mereknya itu Balikpapan dan didominasi oleh UMKM bidang makanan.”

Diketahui bahwa jumlah Merek yang terdaftar di Provinsi Kalimantan Timur dalam periode November Tahun 2021 hingga November Tahun 2022 yakni sebanyak 576 merek. Sedangkan untuk jumlah Indikasi Geografis

sebanyak 3 yang terdaftar di Provinsi Kalimantan Timur yaitu Kakao Berau, Tenun Doyo Benuaq Tanjung Isuy Jempang Kutai Barat, dan Lada Putih Malonan Kutai Kartanegara.<sup>49</sup>

Berikut Perbandingan Jumlah Permohonan Pendaftaran Merek Dalam Kurun waktu 5 Tahun terakhir :

<b>Tahun</b>	<b>Permohonan Merek</b>
2018	0
2019	117
2020	248
2021	324
2022	501

Sumber : Wawancara Ibu Neneng Kanwil Hukum dan HAM Kalimantan Timur

Berdasarkan tabel perbandingan pendaftaran hak merek diatas maka dapat lihat bahwa masyarakat Provinsi Kalimantan Timur sadar dan antusias terhadap perlindungan hukum atas hak merek karena semakin tahun semakin bertambah. Untuk membangun masyarakat untuk sadar akan perlindungan hak mereknya butuh Kerjasama antara pihak masyarakat si pemilik merek dan peran dari pemerintah yaitu Kementrian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur. Pihak Kanwil Kemenkumham Kalimantan Timur pernah melakukan sosialisasi regulasi bidang Merek dan Indikasi Geografis setiap tahun sosialisasi sekaligus melakukan pendampingan bagi masyarakat

---

<sup>49</sup> Pangkalan Data Kekayaan Intelektual, Kategori Merk Didaftar Periode November 2021-November 2022, Dirjen Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM, diakses melalui [https://pdki-indonesia.dgip.go.id/search?province\\_id=23&province\\_label=KALIMANTAN+TIMUR&start\\_tanggal\\_pendaftaran=2021-11-01&end\\_tanggal\\_pendaftaran=2022-11-30&page=1&keyword=&status=Didaftar&type=trademark&order\\_column=&order\\_state=asc](https://pdki-indonesia.dgip.go.id/search?province_id=23&province_label=KALIMANTAN+TIMUR&start_tanggal_pendaftaran=2021-11-01&end_tanggal_pendaftaran=2022-11-30&page=1&keyword=&status=Didaftar&type=trademark&order_column=&order_state=asc)

yang hendak mendaftarkan merek produk UMKM. Pihak Kanwil Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur memiliki Perjanjian Kerjasama/MoU dengan berbagai Universitas seperti Universitas Mulawarman, Universitas Balikpapan, Universitas Borneo, Politeknik Pertanian Negeri Samarinda dalam hal sosialisasi tentang Kekayaan Intelektual secara keseluruhan serta pendampingan dalam proses pendaftarannya. Bahkan tidak hanya disitu saja, dalam menentukan adanya potensi produk khas suatu daerah untuk didaftarkan indikasi geografis pihak Kanwil Hukum dan HAM juga bekerjasama dengan Dinas Perkebunan.”

Dengan melakukan pendampingan dan sosialisasi ke masyarakat Kalimantan Timur pada pendaftaran hak merek secara langsung dapat meminimalisir terjadinya peniruan serta memberikan edukasi mengenai hak mereknya. Pendaftaran merek di Indonesia menganut sistem konstitutif yang nantinya menghasilkan kepastian hukum kepada merek terdaftar baik untuk dipergunakan, diperpanjang, dialihkan dan dihapuskan sebagai alat bukti bila terjadi sengketa akibat pelanggaran suatu merek.<sup>50</sup>

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Kantor Wilayah Kalimantan Timur pernah memberikan fasilitasi dan pendampingan dalam pengurusan pendaftaran merek produk UMKM dan Indikasi Geografis seperti belakangan ini adalah Kakao Berau dan Lada Putih Malonan. Namun ada beberapa masyarakat yang berinisiatif untuk melakukan pendaftaran secara mandiri dan ada juga masyarakat yang harus didampingi dari awal hingga akhir pendaftaran”.

---

<sup>50</sup> Adrian Sutedi, 2009, *Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Jakarta : Sinar Grafika, hal 93

Sejauh ini banyak kebijakan yang dilakukan Kanwil Kemenkumham Kaltim dalam upaya perlindungan merek dan indikasi geografis produk UMKM seperti ada beberapa program yakni MIPC (*Mobile Intellectual Property Clinic*). MIPC merupakan program untuk memberikan layanan konsultasi hingga bimbingan bagi para pelaku UMKM yang hendak melakukan pendaftaran Merek. Aplikasi tersebut sebagai bentuk dukungan akan kemudahan proses pendaftaran hak merek agar lebih mudah, cepat, efektif dan efisien agar selaras dengan perkembangan teknologi informasi. Hal ini sesuai dengan ketentuan mengenai Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 42 Tahun 2016 tentang pelayanan permohonan kekayaan intelektual secara elektronik.

Hal tersebut merupakan inovasi digital yang dikeluarkan Kanwil Kemenkumham Kalimantan Timur sebagai perpanjangan tangan Kementerian Hukum dan HAM yang juga melaksanakan tugas Direktorat Kekayaan Intelektual di daerah, terus berupaya agar terbentuk peningkatan animo masyarakat dalam hal pendaftaran kekayaan intelektual yang dimiliki. Adapun latar belakang yang dapat dijadikan tujuan diluncurkan aplikasi digital tersebut antara lain : Untuk meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan kekayaan intelektual bagi para pelaku usaha/UMKM, Pencipta/kreator, Inventor, Pendesain, stakeholder, instansi terkait dan masyarakat serta mendorong kreasi dan inovasi dibidang Kekayaan Intelektual; Penyebarluasan Kekayaan Intelektual di Provinsi Kalimantan Timur dalam mendukung dan mensukseskan program unggulan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual yakni *Mobile Intellectual Property (MIP) Clinic* atau Klinik KI Bergerak; Meningkatkan kualitas dan kuantitas Kekayaan Intelektual yang dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia khususnya wilayah pelosok Provinsi Kalimantan Timur melalui *Mobile Intellectual Property (MIP) Clinic* atau Klinik KI

Bergerak; Meningkatkan kesadaran hukum tentang pentingnya perlindungan dan kepastian hukum bagi para pelaku usaha / UMKM, Pencipta / kreator, Inventor, Pendesain, *stakeholder*, instansi terkait dan masyarakat serta menghormati hasil karya KI orang lain. Melalui aplikasi MIP (*Mobile Intellectual Property*) ini merupakan salah satu Langkah untuk menjemput bola dari Kementerian Hukum dan HAM Kalimantan Timur untuk memberikan kemudahan dan fasilitasi pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual salah satunya hak merek.

Selain itu terdapat juga program RuKI (Guru Kekayaan Intelektual). RuKI merupakan program mengajar yang dilaksanakan Dirjen KI untuk memberikan pemahaman tentang Kekayaan Intelektual bagi pelajar di seluruh Indonesia. Adanya kedua program tersebut sudah menunjukkan bagaimana upaya Kemenkumham dalam mendorong masyarakat agar mau mendaftarkan merek UMKM-nya. Selain itu terdapat rencana kebijakan kedepannya untuk perlindungan merek ini hanya bisa berupa pendampingan, edukasi dan sosialisasi yang masif kepada para pelaku UMKM.

Dengan terselenggaranya DJKI Mengajar atau RuKI (Guru Kekayaan Intelektual) tahun 2022 bermula dari pemahaman bahwa sekolah merupakan lembaga pendidikan yang berperan membina dan mengembangkan minat serta bakat siswanya. DJKI Mengajar atau RuKI (Guru Kekayaan Intelektual) merupakan salah satu dari Program Unggulan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual pada Tahun 2022 ini yang menargetkan siswa/i sekolah dasar dan sekolah menengah pertama untuk diajarkan pengetahuan kekayaan intelektual. Hal ini untuk menanamkan kesadaran akan pentingnya perlindungan Kekayaan Intelektual sejak dini serta meningkatkan semangat pelajar dalam berinovasi dan berkarya dengan menjunjung tinggi originalitas. Tidak hanya

RuKI atau DJKI mengajar saja, namun ada yang tidak kalah penting yaitu para pelaku usaha UMKM.

UMKM telah memberikan kontribusi yang besar bagi pembangunan ekonomi Indonesia dan seiring berjalannya waktu jumlah UMKM bertambah dari tahun ketahun dan untuk menghadapi persaingan global sekarang ini tidak semudah itu. Produk para pelaku usaha UMKM akan bersaing dengan produk yang lain. Dengan adanya keberadaan Ibukota Negara yang Baru Di Kalimantan Timur, maka pangsa pasar UMKM harus memiliki kualitas produk barang dan jasa yang bersaing secara sehat dan merek mempunyai peranan yang penting dalam suatu produk barang dan jasa. Para pelaku usaha UMKM dituntut untuk berkeaktivitas sekreatif mungkin dan dibekali serta selalu di asah softkill nya agar produk nya memiliki kualitas yang baik. Selain itu para pelaku usaha UMKM juga harus memiliki kemampuan untuk memanfaatkan bahan baku lokal yang dapat menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat luas dengan dengan harga yang terjangkau. Sehingga dengan memakai bahan baku lokal akan menambah nilai plus terhadap produk dalam negeri. Dimana produk dalam negeri juga dapat membuktikan akan kualitasnya terhadap produk produk luar negeri dengan memiliki daya saing tersendiri serta memiliki ciri khas yang berbeda (unik) yang belum pernah ada. Dengan memanfaatkan bahan baku lokal tidak hanya menekan harga produksi, namun juga dapat memperoleh *profit* yang besar.

Merek merupakan salah satu bagian dari kekayaan intelektual yang memiliki nilai yang penting dalam tonggak perekonomian negara. Sehingga pada perdagangan barang dan jasa, merek merupakan salah satu kekayaan intelektual dan memiliki nilai strategis dan penting bagi produsen dan

konsumen.<sup>51</sup> Merek adalah satu kesatuan yang melekat dari produk yang tidak dapat dipisahkan dan dapat dijadikan sebagai asset dari pemasaran produk yang dijual. Cassavera berpendapat bahwa merek merupakan asset kondisional dimana merek harus menghasilkan manfaat berupa nilai ekonomis melalui keuntungan finansial bagi pemiliknya.<sup>52</sup> Terdapat manfaat dari merek selain sebagai *brand* dan tanda pengenal atas barang, namun merek juga dapat dijadikan sebagai ajang promosi berdagang, merek memiliki banyak fungsi sentral yang menghubungkan barang atau jasa dengan produsennya sebagai sebuah jaminan reputasi hasil usahanya dalam berdagang sehingga timbul pengklasifikasian atas kelas kelas atas barang yang sejenis. Merek juga memiliki fungsi atas psikologis pihak konsumen dengan memberikan sugesti kepada konsumen atas suatu barang atau jasa yang telah digunakan. Tidak menutup kemungkinan juga merek juga dapat dijadikan search cost reducer dengan meminimalisasi biaya dalam proses pengambilan keputusan terhadap pembelian konsumen.

Merek dapat menjalankan fungsinya dengan optimal akan membentuk suatu citra merek sehingga yang muncul dibenak konsumen Ketika mengingat sebuah merek tertentu dilihat dari pengalamannya dalam memakai produk dari merek tersebut. Suatu merek dapat menjalankan fungsinya sebagai *value* indikator dari produk maka merek memberikan keamanan dan garansi dengan mengikat kelayaitasan dari pihak konsumen.

Perlindungan hukum terhadap suatu hak diperlukan salah satu diantaranya agar dapat memberikan rasa aman serta legalitas bagi pemilik

---

<sup>51</sup> Haris Munandar dan Sally Sitanggang, 2008, *Mengenal Hak Kekayaan Intelektual , hak cipta, paten, merek, dan seluk beluknya*, Jakarta : Erlangga, Hal 51

<sup>52</sup> Cassavera, 2009, *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*, Yogyakarta : Graha ilmu , hal 7

haknya dalam pemanfaatan atas hak tersebut. Kemudian dapat memacu semangat berkarya, berinovasi, berkreasi sehingga dapat memberikan manfaat dan keuntungan ekonomi / finansial. Urgensi perlindungan kekayaan intelektual dengan perlindungan hukum antara lain :<sup>53</sup>

1. Bersifat nonekonomis

Perlindungan hukum akan memacu mereka yang menghasilkan karya-karya intelektual. Hal ini akan meningkatkan *self actualization* pada diri manusia. Dari segi sosiokultural hal ini akan bermanfaat bagi peningkatan perkembangan hidup masyarakat

2. Bersifat ekonomis

Untuk melindungi mereka yang melahirkan karya intelektual agar dapat memperoleh keuntungan materiil dari karya-karyanya dengan memberikan dari Tindakan peniruan, pembajakan, penjiplakan maupun perbuatan perbuatan curang lainnya yang dilakukan oleh pihak lain atas karya-karya intelektual tersebut.

Perlindungan hukum terhadap merek didasarkan atas keadilan (*fairness*), hal ini dikarenakan merek diberikan didasarkan atas segala hal sesuatu yang memang pantas dipandang adil dan pantas mendapatkan perlindungan hukum. Hal ini dikarenakan merek sebagai hak kebendaan yang merupakan asset bagi pemiliknya khususnya pada bisnis. Perlindungan hukum terhadap suatu hak diperlukan salah satunya dapat memberikan rasa aman bagi pemilik hak dalam melakukan pemanfaatan atas hak tersebut, sehingga

---

<sup>53</sup> Ahmad Zen Umar dalam Anne Gunawati, *Merek Terkenal Barang dan jasa tidak sejenis terhadap persaingan usaha tidak sehat*, Bandung : PT. Alumni, 2015, hal 83

membuat manusia lebih banyak menghasilkan banyak srta bebas berkreasi dengan sesuatu karya yang inovatif, unik, khas, dari hasil karya tersebut mendapatkan nilai ekonomi atas keuntungan yang dihasilkan.

Industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) hingga saat ini memegang peran sebesar 60,5% Produk Domestik Bruto (PDB)/Pendapatan Nasional.<sup>54</sup> Laju perkembangan dan penambahan jumlah UMKM yang ada di Indonesia menjadi salah satu alasan mengapa sektor ini memiliki peran yang penting dan strategis.<sup>55</sup> Terlebih, adanya kebijakan pemerintah seperti kemudahan pendaftaran perizinan berbasis *Online Single Submission (OSS)*, program kemitraan hingga insentif fiskal sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja semakin mempercepat laju perkembangan sector industri UMKM. Provinsi Kalimantan Timur sebagai tempat Ibu Kota Negara memiliki statistik pertumbuhan UMKM yang baik. Tercatat hingga Triwulan I Tahun 2022, jumlah UMKM yang terdaftar dalam *Database* Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Kalimantan Timur sebanyak 344.581 unit.<sup>56</sup> Jumlah ini masih sama dengan jumlah akhir Tahun 2021 yang pada saat itu mengalami kenaikan sebesar 23,19% setelah sempat turun 8,99% di Tahun 2020. Lajunya pertumbuhan UMKM khususnya di Wilayah Provinsi Kalimantan Timur pada dasarnya memberikan sinyal *trend* positif pertumbuhan Ekonomi Nasional, tetapi juga menimbulkan potensi adanya celah hukum.

---

<sup>54</sup> Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022 tentang Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah

<sup>55</sup> Andrew bethlen dan Prisca Oktaviani Samosir, *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia*, Law & Justice Jurnal, Vol. 3, No.1, hlm. 3

<sup>56</sup> Sistem Informasi Data Kalimantan Timur, *loc. Cit.*

Menurut data yang disampaikan oleh dinas perindustrian, Koperasi dan UKM di kabupaten PPU bahwa :

**NAMA MEREK KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA TAHUN 2021**

Gambar.4 sumber data oleh dinas perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten PPU

<b>NO</b>	<b>NAMA MEREK</b>	<b>NAMA UKM</b>	<b>PRODUK</b>	<b>MASA PERLINDUNGAN</b>
1	MAMA EMA	DWI YUNIARTI	ABON IKAN	10 TAHUN
2	FLARS-PN	PUTRI LESTARI	KRIPIK JAMUR	10 TAHUN
3	SZIKU	HAMIDAH	KACANG SEMBUNYI	10 TAHUN
4	BAKERY APUL	ELIS SUPRIATI	KUE KERING	10 TAHUN
5	FRARIKO	ANIK RIWAYATI	AMPLANG BANDENG	10 TAHUN
6	TANJONG	RAMLAH	MINYAK KELAPA	10 TAHUN
7	SINBONE	H.PANCA	AMPLANG BANDENG	10 TAHUN
8	JO NOLEH	OKANANTI	AMPLANG BANDENG	10 TAHUN
9	SINJAI BERKAH	KASMAWATI	AMPLANG BANDENG	10 TAHUN
10	ASIATUN	TANTE MEL	AMPLANG BANDENG	10 TAHUN

Banyaknya jumlah UMKM yang terdaftar di Kalimantan Timur menuntut hadirnya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pelaku UMKM, khususnya dalam perlindungan Merek dan Indikasi Geografis. Dalam upaya mendorong jumlah pendaftaran merek khususnya untuk pelaku usaha UMKM, Pemerintah telah melakukan Langkah strategis antaranya terdapat didalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Kementrian Hukum & HAM dimana tarif

pendaftaran merek pada UMKM diberikan keringan yakni sebesar Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah).

Merek merupakan salah satu bagian dari kekayaan intelektual yang memiliki nilai yang penting dalam tonggak perekonomian negara. Perlindungan hukum terhadap suatu merek diperlukan salah satu diantaranya agar dapat memberikan rasa aman serta legalitas bagi pemilik haknya dalam pemanfaatan atas hak tersebut. Melalui pendaftaran Merek juga, persaingan usaha tidak sehat dapat dihindari sebab originalitas dari suatu barang atau jasa akan diketahui melalui data resmi.<sup>57</sup> Pemerintah melalui fungsinya sebagai *regulator* menetapkan kebijakan untuk mempermudah pemberian perlindungan hukum pendaftaran suatu merek. Dengan memberikan perlindungan hukum pada pendaftaran suatu merek, secara tidak langsung berkesinambungan dengan teori teori hak merek.

Adapun terdapat Teori-teori hak merek antara lain : *Reward* teori : pengakuan terhadap karya intelektual yang telah dihasilkan seseorang terhadap pendesain/ inventor harus diberikan penghargaan sebagai imbalan atas upaya-upaya kreatif yang telah dihasilkannya. Sehingga seseorang yang telah menghasilkan kekayaan intelektualnya harus diberikan apresiasi terhadap kreativitasnya tidak boleh melakukan perbuatan melawan hukum atas pihak lain yang melakukan perdagangan barang tanpa adanya ijin, *Recovery theory* : pemilik kekayaan intelektual memiliki hak ekonomi untuk dapat memperoleh Kembali biaya-biaya yang telah dikeluarkan dalam menciptakan kreasi yang dihasilkan sebagai tanda pada produk produk yang diproduksi, dijual atau dipasarkan. *Incentive theory* : pengembangan kreativitas dengan memberikan

---

<sup>57</sup> Haedah Faradz, 2008, *Perlindungan Hak Atas Merek, Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 8, No. 1, hlm. 39

insentif bagi para inventor / pencipta untuk menarik upaya dan dana atas pelaksanaan serta pengembangan kreativitas pencipta atas desain, *Risk Theory* : mengakui bahwa kekayaan intelektual merupakan suatu hasil karya yang mengandung resiko yang dapat memungkinkan orang lain yang terlebih dahulu menemukan cara tersebut atau memperbaikinya dengan wajar untuk mendapatkan perlindungan hukum terhadap upaya atau kegiatan yang mengandung resiko tersebut, *Economic Growth Stimulus Theory* : mengakui bahwa kekayaan intelektual merupakan salah satu sarana pembangunan ekonomi melalui penciptaan produk barang dan jasa yang memiliki nilai ekonomis yang dapat menggerakkan roda perekonomian.

Maka dari itu dalam wawancara digali lebih dalam tentang program apa yang dilakukan instansi untuk memastikan perlindungan hukum merek dan indikasi geografis bagi UMKM salah satunya dengan pertanyaan "Apakah instansi pernah memberikan sosialisasi regulasi terkait merek dan indikasi geografis pada pelaku UMKM?" jawabannya adalah "Pernah, biasanya dilakukan minimal satu tahun sekali menyesuaikan anggaran. Baik itu tentang merek ataupun label halal. Seperti salah satu contohnya kita memfasilitasi sosialisasi tentang legalitas bekerjasama dengan lembaga OSS (*Online Single Submission*). Kemudian ada juga sosialisasi tentang kemasan, ada juga sosialisasi tentang pengembangan usaha dan masih banyak lagi." OSS (*Online Single Submission*) ini merupakan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik yang pertama kali dalam Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2017, aturan pelaksanaan OSS tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018.

Fasilitasi dan pendampingan pendaftaran merek ini biasanya diadakan setelah sosialisasi merek selesai, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi,

Usaha Kecil Dan Menengah provinsi Kalimantan melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk Bersama-sama mendaftarkan merek mereka secara *online*<sup>58</sup> dengan biaya yang ditanggung oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda. Untuk mendorong jumlah pendaftaran merek khususnya untuk pelaku usaha UMKM, Pemerintah telah melakukan Langkah strategis antaranya terdapat didalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Kementrian Hukum dan Ham dimana tarif pendafaran merek pada UMKM diberikan keringan yakni sebesar Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah).

Berbanding terbalik dengan merek, sosialisasi dan pendampingan untuk indikasi geografis masih sangat minim. Hal ini disebabkan spesifikasi indikasi geografis yang lebih khusus sehingga tidak mudah untuk mengajukan indikasi geografis tersebut khususnya di wilayah Kota Samarinda. Hal ini dikarenakan pada merek indikasi geografis harus memiliki syarat dan unsur tertentu tidak seperti merek merek lainnya. Suatu produk jika masuk dalam klasifikasi indikasi geografis, produk tersebut harus berasal dari faktor alam yang dimiliki daerah provinsi kota dan kabupaten setempat. Sampai saat ini perwakilan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda sub bagian UMKM mengatakan bahwa hanya satu produk yang sedang proses mengajukan indikasi geografis yaitu Kayu Bajakah yang juga belum pasti masuk ke dalam kategori Kota Samarinda atau Kalimantan Timur.

---

<sup>58</sup> Terhitung mulai 17 Agustus 2019 Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJKI) Meluncurkan platform pendaftaran merek secara online melalui aplikasi yang disediakan oleh DJKI yang mengacu pada ketentuan Peraturan Menteri Hukum dan Ham Nomor 42 Tahun 2016 tentang pelayanan Permohonan Kekayaan Intelektual secara elektronik. Pendaftaran melalui elektronik ini mempunyai tujuan untuk dapat lebih meningkatkan pelayanan pendaftaran kekayaan intelektual dengan mudah, cepat, efektif dan efisien sehingga selaras sesuai perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga dapat mendapatkan kepastian hukum bagi dunia industry dan perdagangan. Pendaftaran merek secara online tersebut dapat diakses oleh badan hukum, perorangan, konsultan KI yang mana untuk mendapatkan layanan system kekayaan intelektual yang berintegrasi dengan system informasi Penerimaan Negara Bukan Pajak Online (SIMPONI).

Berikut dibawah ini data pendaftaran merek 20 (dua puluh) IKM (Industri Kecil Menengah) Kota Samarinda yang mendapatkan fasilitasi dari Dinas Perindustrian Kota Samarinda pada Tahun 2021 :

No.	Nama Pemohon	Alamat	Merek	Nomor Permohonan
1	Syarifah Fadlun Bargah	Jl. Hasan Alwiw No. 13 RT.22, Samarinda	AL - LAZIED 	DID2021061596
2	Arintia Dewi	Perum Keledang Mas Baru Blok BR/18 - Samarinda	 Kelas : 29	DID2021061581
3	Gustuti Setiawati	Jl. Poros Rt 11, Desa Lempake Kec. Samarinda Utara - Samarinda	 Kelas : 30	DID2021063903
4	Desi Soleha	Jl. P. Suryanata Perum Pinang Bahtera Indah Blok A1 No. 01A. Samarinda	 Kelas : 24	DID2021067484
5	Trisna Hidayat	Jl. Jakarta 1 Perum Daksa Blok C9 No.13 Kel Lok Bahu - Samarinda	 Kelas : 30	DID202106158
6	Nadia MARRISA	Jl. M. Said Komp. Elektrik Blok. M No. 143 Rt. 25 , Lok Bahu Samarinda		DID2021061600

No.	Nama Pemohon	Alamat	Merek	Nomor Permohonan
7	Hamdan	Jl.P.Antasari Gg 9 No 8 Kel Air Putih Samarinda	 Kelas : 30	DID2021061591
8	Khotijah	Jl. Sukorejo RT. 39, Lempake - Samarinda	 Kelas :32	DID2021061599
9.	Tasya Azahrah	Jl. Kapas No. 38 Komplek Dosen Unmul - Samarinda	 Kelas : 30	DID2021066619
10.	Herry Romadon	Jl. Sukorejo No.48 RT.42. gg.1, Lempake - Samarinda	 Kelas : 5	DID2021061593
11	Kusniati	Jl. Perjuangan 6 RT. 01 – Sempaja, Samarinda	 Kelas : 30	DID2021062798
12	Wa Cenita	Jl. Delima Dalam Rt.53 Blok E, Samarinda		DID2021066963

No.	Nama Pemohon	Alamat	Merek	Nomor Permohonan
13.	Rahmadani Junaidi	Jl. Cendana Gang 10 No.36 Rt.36 Rw.13 Kelurahan Teluk Lerong Ulu - Samarinda	 Kelas : 30	DID2021061597
14.	Rusyadi Syakir	Jl. Jendral Sudirman No.12, Samarinda	 Kelas: 30	DID2021061594
15.	Widiharto	JL. PM Noor Perum Pondok Surya Indah ,Blok CG.No 03/RT.29 - Samarinda	 Kelas: 29	DID2021063143
16.	Henny Halim	Jl. KH. Wahid Hasyim II. Komp. Kayu Manis Blok E No.3 Samarinda	 Kelas : 26	DID2021063251
17	Umi Astuti	Perum PKL RT.20 Blok D729 Sungal Kapih - Samarinda	 Kelas: 30	DID2021063172

No.	Nama Pemohon	Alamat	Merek	Nomor Permohonan
18	Riski Fajar	Jl. Manunggal Gang 16c kel. Loa Bakung Samarinda	<b>LOBA KRIPS</b> Kelas : 30	DID2021062785
19.	Darmiatun	Jl. Marga Bakti Rt.07 Kel. Sindang Sari - Samarinda	<i>Yovi Jaya</i> Kelas : 30	DID2021063150
20	Rusmiati	Jl. RingRoad III No.69 RT.38 - Samarinda	 Kelas: 5	DID2021063910

Kegiatan Disperindag Kota Samarinda yang memfasilitasi dalam pendaftaran merek dilakukan pada bulan Mei sampai dengan September 2021. Pada tahun 2022 pihak Disperindag Kota Samarinda tidak ada kegiatan memfasilitasi pendaftaran merek yang ada di kota Samarinda. Dengan adanya kegiatan memfasilitasikan para IKM atas pendaftaran hak mereknya maka dapat mendukung legalitas terhadap perlindungan hak merek dan indikasi geografisnya.

Dalam upaya perlindungan merek dan indikasi geografis produk UMKM sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan di kawasan daerah penyangga ibukota negara, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda mengaku tidak memiliki kebijakan tersendiri. Kebijakan tentang merek dan indikasi geografis diserahkan kepada Kementerian Hukum dan HAM. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda mengaku hanya bergerak untuk memfasilitasi

sosialisasi tentang merek dan membantu program-program pemerintah kota. Yang mana untuk kebijakan lebih mengacu pada program kementerian dan kebijakan dari pemerintah kota. Program dari Walikota Samarinda yang termasuk dalam program unggulan yaitu didalamnya mengarahkan untuk memajukan pelaku usaha salah satunya dengan program BUM-RT atau Badan Usaha Milik RT. Kemudian program lainnya dengan program 10.000 start-up, jadi menumbuhkan 10.000 pelaku usaha. Ketika program itu diluncurkan, Disperindag Provinsi Kalimantan Timur harus mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan program tersebut. Contoh program yang didukung Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda adalah program BUM-RT, dimana pemerintah memberikan anggaran kepada setiap RT senilai Rp. 10.000.000. Maka anggaran banyak diarahkan ke kelurahan yang memang ditujukan kepada pelaku usaha di Samarinda.

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda juga bekerjasama dengan BLK untuk pelatihan-pelatihan pelaku usaha baru. Setelah keluar, apa yang diperlukan akan disiapkan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda sesuai dengan anggaran yang ada. Selain itu juga ada program Kredit Usaha Beruntung dan Berkah dimana itu Pemerintah Kota Samarinda bekerjasama dengan Bank Kaltimtara dengan menaruh anggaran sebesar Rp. 15.000.000.000 di Bank Kaltimtara. Program ini bergerak memberikan pinjaman usaha tanpa bunga bagi pelaku usaha. Program ini juga tidak hanya berisi pinjaman tapi pelaku usaha juga menabung di setiap pembayaran cicilannya. Cicilannya baru berjalan 1 bulanr sekitar Rp. 800.000.000 (delapan ratus juta rupiah). Hitungannya masih kecil karena kendalanya salah satunya ada syarat

tidak boleh ada pinjaman bank sebelumnya karena kita khawatir malah menambah beban masyarakat. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda. Terdapat program lainnya yaitu DID atau Dana Insentif Daerah, yaitu dimana Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kota Samarinda memberikan voucher sebesar Rp. 300.000 kepada sebanyak 5240 pelaku usaha dalam tiga bulan.

Maka secara tidak langsung pihak pemerintah yaitu Disperindag Kota Samarinda sudah mendukung penuh baik secara materiil maupun moril terhadap para pelaku usaha UMKM untuk menghasilkan suatu kreatifitas yang dituangkan dalam produk. Tinggal dari pihak para pelaku Usaha UMKMya untuk memanfaatkan dukungan tersebut untuk memperoleh keuntungan secara komersial dengan catatan produk tersebut harus benar-benar orisinil agar dapat mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukumnya dengan cara mendaftarkan hak mereknya ke Direktorat Hak Kekayaan Intelektual.

Pendaftaran merek terdapat melalui 2 (dua) sistem yaitu sistem konstitutif dan deklaratif. Namun perlindungan terhadap merek di Indonesia menganut sistem konstitutif dengan prinsip *first to file*. Secara sederhana ini dimaksudkan bahwa merek baru akan mendapatkan perlindungan apabila merek tersebut sudah didaftarkan ke pemerintah melalui Kementerian Hukum dan HAM. Maka, pelaku usaha yang menggunakan suatu merek atas produknya namun tidak atau belum didaftarkan, maka pelaku usaha tersebut akan kehilangan perlindungan hukum terhadap mereknya. Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dimaksudkan guna memberikan suatu hak eksklusif bagi si pemegang merek agar mereknya tidak digunakan oleh pihak lain baik merek yang sama ataupun mirip dengan yang dimilikinya untuk barang yang sama maupun barang yang hampir sama. Hak eksklusif tersebut hanya dapat digunakan oleh

si pemegang merek dan tidak boleh melanggar aturan-aturan dalam penggunaan merek serta melarang pihak lain jika ada yang menggunakan mereknya tanpa izin si pemegang merek. Dengan diterapkannya prinsip *first to file* dalam perlindungan suatu merek, prinsip ini dianggap dapat memberikan kepastian hukum bagi pemegang merek terdaftar. Prinsip ini juga memberikan kekuatan dalam pembuktian yang dalam hal ini dapat dilihat dari adanya sertifikat merek yang dapat dijadikan sebagai alat bukti yang sah jika nantinya terjadi pelanggaran terhadap mereknya tersebut. Selain itu, dengan diterapkannya prinsip *first to file* akan mewujudkan kepastian mengenai siapa pemilik merek yang paling berhak serta tidak akan terjadi sengketa antara pendaftar pertama dan pemakai pertama.

Pendaftaran salah satu kegiatan yang sangat penting untuk mendapatkan perlindungan atas hak mereknya. Berikut cara-cara untuk memperoleh merek melalui pendaftaran, antara lain : melalui jalur pendaftaran merek berskala nasional dimana sebuah merek didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, melalui jalur pendaftaran merek lingkup regional yang mempunyai tujuan memperoleh perlindungan yang sama di negara-negara yang merupakan anggota suatu organisasi regional, melalui jalur pendaftaran internasional yang dilakukan oleh pemilik merek dari negara-negara yang merupakan anggota *madrid protocol system*.

Perlindungan merek terdaftar khususnya terhadap produk-produk tersebut dapat memberikan suatu manfaat antara lain sebagai berikut:

- 1). Dengan adanya merek dapat menghasilkan *income* bagi pelaku usaha melalui lisensi, penjualan produknya maupun komersialisasi dari merek yang telah terdaftar

2). Merek dapat meningkatkan nilai ataupun jaminan terhadap investor maupun institusi keuangan;

3). Merek dapat meningkatkan nilai dari produk-produk umkm yang sebagian besar digolongkan sebagai Usaha Mikro dan Kecil (UMK);

4). Merek dapat meningkatkan daya saing; dan

5). Dengan didaftarkannya merek, akan memberikan perlindungan serta akan dipenuhinya dalam penengakan setiap hak- haknya.

Selain itu, dalam konteks perlindungan terhadap Hak Kekayaan Intelektual juga memberikan dampak yang positif baik dari segi ekonomi, perlindungan hukum, mamupun dari segi pemacu kreatifitas, antara lain sebagai berikut:

1) Sebagai *asset* perusahaan, bahwa HKI berperan penting dalam mendukung agar usaha yang dijalankan tersebut dapat berjalan dengan sukses karena dengan adanya HKI dapat digunakan sebagai asset finansial pada perusahaan;

2) Sebagai pendukung pengembangan usaha, bahwa sebuah usaha dalam memproduksi suatu barang atau jasa tertentu sudah pasti akan selalu mengupayakan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dihasilkannya agar selalu mempunyai reputasi yang baik dimata konsumennya. Dalam hal ini, dengan adanya Hak Kekayaan Intelektual mampu untuk mendukung pengembangan usaha lebih lanjut. Pengembangan usaha dapat dilakukan tidak hanya dengan meningkatkan jumlah produksi barang atau jasa yang dihasilkannya saja, melainkan juga dapat dikembangkan dalam bentuk produk-produk lain maupun dengan cara meningkatkan tempat usahanya;

3) Sebagai perlindungan hukum dan pencegahan persaingan usaha tidak sehat, bahwa setiap usaha sudah pasti tidak akan terlepas dari competitor atau persaingan, dengan adanya sistem Hak Kekayaan Intelektual dapat mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat serta dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar pada setiap kegiatan usahanya;

4) Sebagai pemacu inovasi dan kreatifitas, bahwa HKI sebagai hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Hak Kekayaan Intelektual sebagai suatu penghargaan atas hasil karya intelektual yang dihasilkan melalui kreatifitas manusia. Dengan diberikannya suatu penghargaan tersebut, diharapkan akan mendorong inventor atau *creator* untuk berinovasi dalam mengembangkan lebih lanjut karya inetelektualnya; dan

5) Sebagai *image building*, bahwa HKI yang melekat pada suatu produk akan membuat produk tersebut mudah dikenal dan digemari oleh masyarakat sebagai konsumennya. Tidak hanya itu, penggunaan HKI secara terus menerus akan membentuk image yang melekat pada produk tersebut.

Berkaitan dengan perlindungan hukum, teori perlindungan hukum menurut Satjipto Raharjo bahwa salah satu sifat dan sekaligus merupakan tujuan dari hukum adalah memberikan perlindungan kepada masyarakatnya dan perlindungan hukum tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum. Perlindungan hukum itu sebagai upaya dalam memberikan perlindungan terhadap kepentingan seseorang melalui cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingannya tersebut.

Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi 2 (dua) antara lain:

- 1) Perlindungan Hukum Preventif: Dalam perlindungan merek dikenal adanya perlindungan hukum preventif yaitu perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah yang bertujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Berkaitan dengan perlindungan hukum preventif. Perlindungan preventif yang diberikan oleh Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis bergantung pada pemilik merek yang bersangkutan. Begitu juga dengan merek yang dimiliki oleh pelaku ekraf. Dengan penggunaan sistem konstitutif dalam pendaftaran merek, maka konsekuensinya adalah perlindungan hukum terhadap merek terhadap produk-produk UMKM akan diberikan oleh negara jika merek tersebut telah terdaftar. Hal ini sesuai dengan sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1 ayat (5) UU Merek dan IG yang menyebut bahwa "hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya".

Dengan hal tersebut, pendaftaran yang sesuai dengan yang telah ditentukan dalam peraturan perundang-undangan merupakan suatu pengakuan atas HKI seseorang yang diwujudkan dengan dikeluarkannya sertifikat pendaftaran. Jika produk-produk ekraf tidak didaftarkan maka tidak akan diakui dan tidak diberikan perlindungan oleh negara melalui UU Merek dan IG. Hal itu akan berdampak bahwa kemungkinan besar akan ditiru atau dijiplak oleh pihak lain serta pelaku ekraf yang tidak mendaftarkan merek produk ekrafnya tidak memperoleh keuntungan ekonomis secara maksimal. Kementerian Hukum dan HAM sangat berperan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek bagi pelaku usaha UMKM. Kanwil Kementerian Hukum dan HAM provinsi Kalimantan timur, pihaknya memberikan perlindungan hukum preventif terhadap merek yang telah

terdaftar dengan cara mengadakan penyuluhan, sosialisasi serta memfasilitasi dalam kaitannya dengan pendaftaran merek kepada para pelaku usaha khususnya Usaha Mikro dan Kecil termasuk pelaku usaha ekraf. Kementerian Hukum dan HAM menjalin kerjasama secara intensif dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UMK. Kementerian Hukum dan HAM seerta DJKI sudah sangat terbuka kepada siapa saja yang memerlukan informasi maupun bantuan yang terkait dengan HKI. Pihaknya juga memberikan perlindungan hukum pada saat merek telah didaftarkan walaupun masih dalam proses pendaftaran dan belum mendapatkan sertifikat merek. Sebuah merek yang telah terdaftar diberikan perlindungan yang bertujuan agar orang lain tidak dapat menggunakan merek tersebut sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 35 UU Merek dan IG bahwa Merek yang telah terdaftar akan mendapatkan perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun dari tanggal penerimaan pendaftaran. Jangka waktu perlindungan merek dapat diperpanjang untuk masa yang tidak ditentukan selama 10 (sepuluh) tahun dengan melakukan pembayaran biaya. Dalam hal ini, pemilik merek harus melakukan pengajuan perpanjangan merek 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu merek tersebut. Masa berlakunya merek hanya akan diperpanjang jika pemilik merek masih menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan barang maupun jasa.

- 2) Perlindungan Hukum Represif. Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan hukum yang terakhir dilakukan yakni dengan memberikan hukuman ataupun sanksi berupa denda, penjara, dan hukuman tambahan. Hukuman tersebut diberikan setelah terjadinya sengketa atau setelah dilakukannya suatu pelanggaran. Merek yang telah terdaftar seringkali tetap mengalami beberapa permasalahan seperti misalnya penggunaan nama merek yang telah

terdaftar oleh pihak lain yang terlebih dahulu menggunakan merek tersebut namun belum didaftarkan oleh pemiliknya, selain itu produk yang mereknya telah terdaftar juga seringkali ditiru atau dijiplak oleh pihak lain . Hal seperti ini telah masuk pada pelanggaran suatu merek.

Berkaitan dengan terjadi pelanggaran mengenai merek, Kementerian Hukum dan HAM serta DJKI selalu bersedia untuk membantu apabila terjadi suatu pelanggaran terhadap HKI khususnya yang terkait dengan merek. Prosedur permohonan pelanggaran dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Permohonan terhadap pelanggaran HKI diajukan ke Kanwil Hukum dan HAM atau bisa langsung melalui DJKI;
- b) Permohonan terhadap pelanggaran HKI akan ditindaklanjuti oleh PPNS (Penyidik Pegawai Negeri Sipil) dari DJKI dan selanjutnya akan dikirimkan petugas untuk datang langsung ke lapangan guna menyelidiki benar tidaknya adanya pelanggaran tersebut. Pihak Kementerian Hukum dan HAM juga membantu dalam proses penyelidikan tersebut;
- c) Jika dinyatakan benar terjadi adanya suatu pelanggaran, setelah itu berkas pengajuan permohonan pendaftaran HKI akan dilimpahkan ke Pengadilan Niaga Provinsi atau Pengadilan Niaga yang terdekat dengan tempat terjadinya pelanggaran;
- d) Berkas perkara akan diproses oleh Pengadilan Niaga serta dilakukan sidang guna memutuskan hasil dari perkara pelanggaran HKI dan memutuskan hukuman bagi pelaku pelanggaran tersebut; dan
- e) Pihak DJKI dan Kementerian Hukum dan HAM akan menjadi saksi ahli dalam acara sidang pelanggaran HKI tersebut”.

Pada dasarnya perlindungan hukum yang diberikan terhadap merek terdaftar yakni guna mencegah terjadinya unfair competition. Pencegahan ini dilakukan dalam bentuk mencegah atau melarang pihak lain yang akan melakukan pelanggaran merek dengan memanfaatkan atau mendompleng merek milik orang lain khususnya merek pada produk-produk UMKM yang didalamnya sangat erat dengan *intellectual property*. Terkait dengan HKI merek pada produk-produk ekraf, perlindungan hukum tersebut diberikan bagi pemilik merek terhadap hasil dari kemampuan daya pikir kreatifnya yang kemudian diekspresikan kepada khalayak umum sehingga memberikan manfaat guna memenuhi kebutuhan manusia karena terkandung nilai ekonomis didalamnya. Dengan digunakannya sistem konstitutif dalam pendaftaran merek, maka unfair competition atau persaingan usaha tidak sehat dapat dicegah. Hal ini dikarenakan karena dengan digunakannya sistem konstitutif dapat menimbulkan kepastian hukum terhadap perlindungan hukum merek terdaftar. Perlindungan hukum tersebut memberikan hak kepada pemilik merek guna menuntut para pihak yang telah melakukan pelanggaran merek. Sehubungan dengan ekonomi kreatif, produk UMKM yang dihasilkan oleh para pelaku usaha dapat digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan industri kreatif yang ada di ibu kota nusantara. Hal ini dapat ditunjukkan dengan karya intelektual yang dihasilkan oleh komunitas penghasil produk UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain, pemasarannya pun juga mudah, serta dapat meningkatkan turisme dengan diadakannya pameran-pameran.

Berdasarkan teori-teori perlindungan merek tersebut, dapat dikatakan bahwa perlindungan hukum terhadap karya intelektual khususnya merek pada produk-produk UMKM merupakan hal yang sangat penting. Hal ini

dimaksudkan agar tidak terjadi kerugian secara ekonomi bagi pemilik merek yang bersangkutan. Perlindungan hukum yang diberikan tidak hanya terbatas dengan penyediaan perangkat hukumnya saja, tetapi harus menyeluruh ke semua aspek yang saling berkaitan satu sama lain.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pendayagunaan Merek dan indikasi geografis telah memberikan kontribusi bagi kegiatan ekonomi kerakyatan. Beberapa strategi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam bentuk kebijakan yang kemudian di laksanakan oleh beberapa pelaksana teknis di instansi sesuai dengan tupoksinya. Di Kabupaten Penajam Paser Utara teridentifikasi 10 merek terdaftar, 10 motif batik terdaftar dan 9 sentra IKM yang diatur didalam keputusan bupati no.518/176/2020 tentang penetapan sentra. Kemudian dalam pendampingan yang dilakukan oleh dinas perdagangan, Industri, Perdagangan dan UKM yaitu berupa pelatihan, penyuluhan dan *bisnis matching* dengan berafiliasi dengan perguruan tinggi, Bank Indonesia serta Lembaga-lembaga pembiayaan lainnya.
2. Perlindungan Hukum terhadap Merek dan Indikasi Geografis terhadap UMKM yang ada di Daerah Ibu kota Negara pada prinsipnya telah memberikan legalitas pada pemilik Merek dan Indikasi geografis untuk memanfaatkan hak ekonomi dan royalty yang dimiliki. Dari data yang diperoleh sekitar 2.104 UMKM yang ada di Kabupaten Penajam Paser Utara. Akan tetapi yang terdaftar hanya sedikit sekali. Dalam beberapa program yang dilakukan oleh Kantor wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur dalam proses sosialisasi dan pendampingan pendaftaran Merek telah dilakukan secara berkala. Hanya memang dari masyarakat enggan untuk mendaftarkan merek yang dimiliki karena

pembayaran pendaftaran yang dia anggap masih terlalu mahal dan tidak terjangkau.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis berikan terkait Perlindungan Merek dan Indikasi geografis Produk usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai strategi penguatan ekonomi kerakyatan (studi di Kawasan daerah penyangga Ibu Kota Negara) adalah sebagai berikut:

1. *Berdasarkan hasil pembahasan yang telah* dilakukan pendayagunaan terkait Merek dan Indikasi geografis serta kebijakan strategis yang dilakukan oleh pemerintah daerah maka perlu didukung oleh hal-hal terkait kebijakan yang memang dikhususkan untuk percepatan bagi peningkatan perekonomian masyarakat khususnya daerah ibukota negara yang akan menjadi sentra bagi para pelaku usaha dalam melakukan kegiatan perdagangan. Lebih lanjut dibutuhkan satu regulasi khusus terkait kebijakan serta didalamnya memuat khususnya bagi pelaku usaha UMKM yang ada.
2. Pada prinsipnya masyarakat pelaku usaha membutuhkan semacam bantuan khusus bagi pendaftaran HKI khususnya Merek dan Indikasi geografis. Karena hambatan dalam kepemilikan sertifikat Merek adalah pada biaya yang dianggap mahal dan sulit untuk di jangkau. Sehingga perlu kebijakan yang bisa dilakukan oleh dinas perindustrian, perdagangan, Koperasi dan UKM bisa dapat dilakukan dengan pemberian insentif pendaftaran HKI bagi pelaku usaha UMKM dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Dengan demikian usaha percepatan bagi kepemilikan merek dan Indikasi Geografis bisa tercapa

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Adrian Sutedi. 2009. *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta : Sinar Grafika
- Ahmad Zen Umar dalam Anne Gunawati. 2015. *Merek Terkenal Barang dan jasa tidak sejenis terhadap persaingan usaha tidak sehat*, Bandung : PT. Alumni
- Cassavera, 2009. *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*. Yogyakarta : Graha ilmu
- Ediningtyas, Sekar Hayu. 2015. *Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing di Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Studi di Pasar Johar Semarang)*. Skripsi.
- Freddy Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gatot Supramono. 2008. *Menyelesaikan Sengketa Merek Menurut Hukum Indonesia*, Jakarta : Rineka Cipta
- Haris Munandar dan Sally Sitanggang. 2008. *Mengenal Hak Kekayaan Intelektual , hak cipta, paten, merek, dan seluk beluknya*, Jakarta : Erlangga.
- HS, H. Salim dan Erlies Septiana Nurbani. 2017. *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kinter, Earl W. Kinter dan Jack Lahr. 1983. *An Intellectual Property Law Primer*. New York: Clark Boardman
- Meli Hertati Gultom. 2018. *Perlindungan Hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran hak merek*, jurnal warta edisi 56
- Marzuki, Peter Mahmud. 2011. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Muhdar, Muhammad. 2017. *Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Ilmu Hukum Jenjang Strata Satu (S-1)*. Fakultas Hukum Universitas Mulawarman: Samarinda.
- Penyalai, Fitriayu. 2020. *Domain Publik di Indonesia*. Jakarta: Goethe-Institut.
- Purwaningsih, Endang, Muslikh, dan Nurul Fajri Chikmawati. 2019. *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM*. Malang: Setara Press.

Ranti Fauzia. 2021. Tisni Santika, *Hukum Merek perkembangan Aktual Perlindungan Merek dalam konteks ekonomi Kreatif di era disrupsi digital*. Bandung : Rafika

Soelistyo, Henry. 2011. *Hak Cipta Tanpa Hak Moral*. Jakarta: RajaGrafindo

Salim. 2008. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*. Jakarta : Sinar Grafika. 2008.

Yoyo Arifardhani. 2020. *Hukum Hak Atas kekayaan intelektual suatu pengantar pertama*. Jakarta : Kencana

#### **A. Peraturan Perundang-Undangan**

Indonesia, *undang-undang nomor 24 tahun 2016 tentang Hak Merek*. Lembaran negara RI no.5953

Indonesia. *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*. Lembaran RI No. 226, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5599. Sekretariat Negara. Jakarta.

Indonesia. *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019*. Lembaran RI No. 185, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6400. Sekretariat Negara. Jakarta.

Maroko. 1995. *Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights. Marrakesh Agreement Estabilishing the World Trade Organization*

Prancis. 1971. *Berne Convention for The Protection of Literary and Artistic Works*. Paris Act.

#### **JURNAL**

Agung Sudjatkiko dalam Fajar Nurcahya Dwi Putra, 2014, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*. 2014. Jurnal Ilmu Hukum, Edisi: Januari – Juni

Amboro, F. Y. P. 2019. Problematika Pendaftaran Merek Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Batam. *Journal of Judicial Review*

Ardana, I. K. 2019. Sustainability Of Temanggung Coffee Farming System In The Perspective Of Geographical Indications. *Jurnal Penelitian Tanaman Industri*

Andrew bethlen dan Prisca Oktaviani Samosir, *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia*, Law & Justice Jurnal, Vol. 3, No.1

Asmara, A., Rahayu, S. W., & Bintang, S. 2019. Studi Kasus Penerapan Prinsip Bafadhal, T. (2018). *Perlindungan Hukum terhadap Merek Terkenal di Indonesia*. *Undang: Jurnal Hukum*

- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Jakarta: Depdag RI.
- Disemadi, H. S., & Kang, C. 2021. Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*
- Disemadi, H. S., & Mustamin, W. 2020. Pembajakan Merek Dalam Tatahan Hukum Kekayaan Intelektual Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. 2019. Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Perbankan Pengguna CRM (Cash Recycling Machine). *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*
- Fajar, M., Nurhayati, Y., & Ifrani, I. 2018. Iktikad Tidak Baik dalam Pendaftaran dan Model Penegakan Hukum Merek di Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*
- Fahmi Nugraha. 2020. Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek dikaitkan dengan Prinsip Etika baik dalam Proses Pendaftaran Merek. *Mimbar Keadilan*. Vol 1 Nomor 1
- Haedah Faradz. 2008. *Perlindungan Hak Atas Merek*, *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 8, No. 1
- Hendrawan, D. 2015. Ekonomi Kreatif dan Merek. *Jurnal Zenit*.
- Kurniawan, W., & Yuliani, E. 2017. Analisis Putusan Ma Nomor: 261 K/Pdt. Sus/2011 Mengenai Sengketa Merek Dagang Antara Paimin Halim Dan Abdul Alex Soelystio. *Journal of Judicial Review*
- JH. Sinaulan. 2018. *Perlindungan Hukum Terhadap Warga Masyarakat*, *IDEAS : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Budaya*, Vol 4 Nomor 1
- M. Natsir Anawi, 2017, *Perlindungan Hukum Kontrak Dalam Perspektif Hukum Kontrak Kontemporer*, *Masalah-Masalah Hukum*, Vol 46 Nomor 1
- Manggara, R. K., & Kholil, M. 2019. Studi Perlindungan Hukum Merek Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Jenang Di Kabupaten Ponorogo Dalam Upaya Mendukung Berkembangnya Ekonomi Kreatif. *Jurnal Privat Law*
- Mayana, R. F. 2018. Perlindungan Merek Non Tradisional Untuk Produk Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek, Indikasi Geografis Dan Perspektif Perbandingan Hukum. *Jurnal Bina Mulia Hukum*
- Muzakki, M. A., Roisah, K., & Prananda, R. R. 2018. Legal Political Of Well - Known Trademark Protection Reviewed From Development Of Trademark Law In Indonesia To Avoid Fraudulent Competition. *Law Reform*.

Pendaftaran First To File Pada Pembatalan Merek Cap Mawar. *Syiah Kuala Law Journal*

Yulia Nizwana dan Rahdiansyah. 2019. *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Ditinjau Dari Epistimologi*, UIR Law Review, Vol. 3, No. 2

Ningsih, A. S., Waspiyah, W., & Salsabilla, S. 2019. Indikasi Geografis atas Carica Dieng sebagai Strategi Penguatan Ekonomi Daerah. *Jurnal Suara Hukum*.

Nizar Apriansyah. 2018. *Perlindungan Indikasi Geografis Dalam Rangka Mendorong Perekonomian Daerah (Protection Of Geographical Indications Within The Scope Of Improvement Of Regional Economy)*, Jurnal De Jure, Vol. 18, No. 4

Pulungan, E. 2019. Pengembangan Tenun Ikat Komunitas Kaine'e Provinsi Nusa Tenggara Timur Melalui Model Quadruple Helix. *Jurnal Aspirasi*.

Raharjo, S. 1983. *Permasalahan Hukum di Indonesia*, Bandung: Alumni.

Rois, M. F., & Roisah, K. .2018. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Kerajinan Kuningan Tumang*. Kanun: Jurnal Ilmu Hukum.

Roisah, K. 2019. *Aksentuasi Kepemilikan Kolektif Sebagai Respon Terhadap Tantangan Global Hak Kekayaan Intelektual*, Pidato Pengukuhan. Semarang: UNDIP Press.

Rongiyati, S. 2017. Pelindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Pada Produk Ekonomi Kreatif. *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan kesejahteraan*

Semaun, S. 2016. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa*. DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum

Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini*. *Journal of Judicial Review*,

Sherwood, R.M. 1990. *Intellectual Property and Economic Development*, Virginia: Alexandria.

Sudjana, U. 2020. *Kepastian Hukum Dalam Efektivitas Perlindungan Merek Dan Indikasi Geografis: Analisis Perbandingan. Jurnal Ilmiah Hukum DE JURE: Kajian Ilmiah Hukum*

Sujatmiko, A. .2019. *Perlindungan Hukum Hak Atas Merek. Yuridika*.

Suryansyah, S. 2019. *Legal Protection on Intellectual Property Rights in the Development of Creative Economy in Mamuju Regency. Substantive Justice International Journal of Law*

Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022 tentang Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah

## **INTERNET**

Sistem Informasi Data Kalimantan Timur, Jumlah UMKM Periode Tahun 2019-2022, Dinas Komunikasi dan Informasi, diakses melalui <https://sidata.kaltimprov.go.id/index.php/dataprofil/dataku/363>

Pangkalan Data Kekayaan Intelektual, Kategori Merk Didaftar Periode November 2021-November 2022, Dirjen Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM, diakses melalui [https://pdki-indonesia.dgip.go.id/search?province\\_id=23&province\\_label=KALIMANTAN+TIMUR&start\\_tanggal\\_pendaftaran=2021-11-01&end\\_tanggal\\_pendaftaran=2022-11-30&page=1&keyword=&status=Didaftar&type=trademark&order\\_column=&order\\_state](https://pdki-indonesia.dgip.go.id/search?province_id=23&province_label=KALIMANTAN+TIMUR&start_tanggal_pendaftaran=2021-11-01&end_tanggal_pendaftaran=2022-11-30&page=1&keyword=&status=Didaftar&type=trademark&order_column=&order_state)

