

KEBERPIHAKAN PEMERINTAH DALAM MENDUKUNG DAYA SAING UMKM MELALU PENDAFTARAN MEREK KOLEKTIF

Hafid Zakariya, Nurul Hidayah

(hafidzakariya@gmail.com)

Dosen Fakultas Hukum UNIBA Surakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keberpihakan pemerintah dalam mendukung daya saing UMKM melalui pendaftaran merek kolektif. Maka untuk itu Pemerintah diharapkan ada keberpihakan kepada UMKM sehingga daya saing dapat meningkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan Yuridis empiris, dimana dalam penelitian ini memfokuskan pada kebijakan dan implementasinya bagi pelaku UMKM. Hasil dari penelitian ini adalah pemerintah belum optimal dalam menyusun kebijakan berkaitan dengan merek kolektif, pemerintah baru sekedar sosialisasi namun belum memberikan fasilitas yang optimal bagi pelaku usaha.

Kata Kunci : Keberpihakan, Kebijakan, Merek Kolektif

A. Latar Belakang

Keberadaan Masyarakat Ekonomi Asean memiliki dampak yang sangat penting bagi pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah, ditengah-tengah perkembangan perekonomian Indonesia yang belum sepenuhnya baik, UMKM harus bersaing di level regional ASEAN. Keberadaan MEA ini menjadi peluang yang sangat baik bagi pemasaran produk UMKM, pangsa pasarnya akan semakin besar, jika sebelum ada MEA produk hanya diwilayah Indonesia, namun setelah adanya MEA pasarnya menjadi seluruh Negara di Asean.

Masalahnya adalah apakah kualitas produk barang dan jasa UMKM di Indonesia dapat bersaing secara sehat

dengan Negara-negara di Asean, kualitas produk dan jasa itu menjadi barometer keberhasilan dalam merebut pasar di Asean. Untuk meningkatkan kualitas produk barang dan jasa harus direncanakan dan diperhatikan secara mendalam, kualitas tidak hanya pada isinya namun juga brandnya atau mereknya. Jika isi kualitas barang dan jasanya baik namun tidak dikenal oleh masyarakat asean juga percuma.

Peranan merek menjadi sangat penting karena dengan merek yang baik dan mudah diingat akan memudahkan konsumen di Negara-negara asean itu mengenal dan dapat memanfaatkan dengan mudah. Bagi UMKM untuk memiliki merek yang dapat bersaing di level asean

adalah bukan hal yang mudah, selain biayanya mahal dan juga waktu pengurusannya juga lama. Dan kalau toh sudah mendapatkan merek belum tentu juga di terima oleh pasar asean.

Masalah-masalah UMKM sudah sewajarnya jika ditanggapi oleh Pemerintah Daerah ini memiliki UMKM yang sangat banyak, tidak hanya barang namun juga jasa. UMKM yang ada disolo dan sukoharjo yang nantinya juga bersaing dalam masyarakat ekonomi asean. Pemerintah daerah melalui kebijakannya dapat memerikan fasilitasi tumbuh kembangnya UMKM dalam menghadapi masyarakat ekonomi asean.

Kebijakan yang dapat dilakukan adalah memberikan fasilitasi untuk membentuk Merek Kolektif, dimana merek kolektif ini akan memberikan ruang bagi pemegangnya untuk meningkatkan kualitas barang sehingga dapat bersaing di Pasar Asean. Kebijakan-kebijakan itu dapat dirumuskan dalam bentuk peraturan perundang-undangan seperti Perda, Peraturan Walikota atau Bupati.

Penelitian ini mencoba untuk menelusuri sejauhmana keberpihakan kebijakan pemerintah kota Surakarta dan pemerintah kabupaten Sukoharjo, peraturan apa saja yang sudah dibuat dan akan dibuat utamanya berkaitan dengan merek kolektif bagi UMKM dalam rangka untuk bersaing di pasar tunggal asean.

B. Perumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang di atas maka ada beberapa rumusan permasalahan

yang dapat diketengahkan dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah Keberpihakan Kebijakan Pemerintah Dalam Mendukung daya saing UMKM melalui Pendaftaran Merek Kolektif .

C. Metode Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya kecuali itu juga diadakan pelaksanaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan.

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan data-data yang akurat baik dari data primer maupun data sekunder, untuk itu harus digunakan metode penelitian tertentu agar didapat hasil penelitian yang memenuhi syarat baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Penelitian sebagai suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran-kebenaran secara sistematis, metodologis dan konsisten, karena melalui proses penelitian tersebut diadakan analisis dan konstruktif terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah.

Metode Pendekatan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang berdasarkan ruang lingkup ilmu hukum yang menyangkut

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) khususnya tentang Merek, UMKM dan Pemerintah Daerah maka metode pendekatan yang digunakan adalah metode pendekatan Yuridis Empiris.

Pendekatan Yuridis adalah suatu pendekatan yang dilakukan/ digunakan untuk menjadi acuan dalam menyoroiti permasalahan berdasarkan aspek hukum yang berlaku, dan sisi pendekatan Empiris yang terkait dengan pelaksanaan Peraturan Undang-undang nomor 21 tahun 1961 dan Undang-undang nomor 19 tahun 1992 serta Undang-undang nomor 14 tahun 1997 kemudian disempurnakan dengan Undang-undang nomor 15 tahun 2001. Serta Undang-undang No.2 Tahun 2015 Tentang Perppu No.2 Tahun 2014 Tentang perubahan atas UU No.23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah Menjadi Undang-Undang.

D. Pembahasan

a) Sejarah Perkembangan Merek di Indonesia

Dalam kaitannya dengan konvensi-konvensi tentang Hak Kekayaan Intelektual, Negara anggota harus mematuhi ketentuan-ketentuan yang ada didalam *Trade Related Aspects Of Intellectual Property Rights*¹, Keberadaan TRIPs merupakan kristalisasi dari beberapa ketentuan perjanjian Internasional seperti *Paris Convention* (1967), *Bern Covention*, dan perjanjian lain yang berhubungan

dengan Hak Kekayaan Intelektual. Argumentasi paling teras yang membidangi kemunculan *TRIPs* di forum *WTO* putaran terakhir di Maroko 19 April 1994 adalah dalam rangka untuk melakukan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, ada dua hal penting yang diformulasikan dalam perjanjian *TRIPs* yaitu : *Pertama*, Perihal pengaturan bagi perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual secara ideal yang salah satunya perlindungan hukum terhadap pemilik merek. *Kedua*, Standarisasi bagi mekanisme kerjasama internasional dalam rangka penegakan hukum atas hak kekayaan intelektual didalamnya ada penegakan hukum terhadap pelanggaran-pelanggaran terhadap pemilik merek.

Ada beberapa prinsip penting yang dimuat dalam perjanjian *TRIPs* yang mana prinsip ini dijadikan acuan dalam penyesuaian terhadap produk hukum Negara-negara anggota adapun prinsip tersebut adalah sebagai berikut :

Pertama, Prinsip “*free to determine*” artinya Kebebasan Negara anggota dalam perjanjian *TRIPs* untuk menentukan cara-cara yang dianggap paling baik dalam melaksanakan dan menerapkan dalam peraturan di Negara anggota asalkan tidak bertentangan dengan ketentuan dengan *TRIPs*. *Kedua*, dalam

penyusunan peraturan perUndang-Undangan harus tetap mengacu pada konvensi-konvensi yang ada seperti konvensi paris, konvensi Roma.*Ketiga*, Prinsip *National Treatment* dan *Most favoured National Treatment*, maksudnya Negara anggota tidak boleh membedakan dalam melakukan perlindungan hukum antar anggota *TRIPs*, *Keempat*, Ketentuan Exhaustion yakni suatu keharusan bagi Negara anggota konvensi untuk tidak boleh menggunakan ketentuan *TRIPs* atas alasan tidak optimalnya pengaturan HAKI dari Negara anggota yang terlibat sengketa.

Pengaturan tentang merek dalam perjanjian *TRIPs* diatur secara jelas dan ini menjadi acuan pengaturan merek untuk anggota-anggota *TRIPs*, adapun standar regulasi sebagai berikut :

(1) *Ihwal* Merek Yang Dilindungi

Menurut ketentuan pasal 15 ayat (1) *TRIPs* merek yang dilindungi adalah setiap tanda atau gabungan tanda yang dapat membedakan barang atau jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Tanda semacam itu, khususnya kata-kata yang meliputi nama pribadi, huruf, angka, unsur kiasan, dan gabungan warna, serta setiap gabungan tanda semacam itu, dapat didaftarkan sebagai merek dagang.

(2) *Ihwal* Prosedur Pendaftaran Merek

Dalam pasal yang sama dinyatakan bahwa jika suatu tanda /lambang tidak secara nyata membedakan barang atau jasa yang bersangkutan, Negara-negara anggota dapat mengatur bahwa pendaftaran dipersyaratkan pada adanya kekhasan yang diperbolehkan karena penggunaan. Negara-negara anggota dapat mempersyaratkan pendaftaran hanya boleh dilakukan pada tanda/lambang yang secara visual mudah dipahami. Penolakan pendaftaran suatu merek dagang, hanya apabila bertentangan dengan konvensi paris.

(3) *Ihwal* Penolakan Pendaftaran Merek

Sesuai ketentuan pasal 21 *TRIPs*, Negara-negara anggota dapat menentukan persyaratan untuk menolak suatu merek dagang, menentukan syarat bagi pemberian lisensi dan pengalihan merek dagang, dan melarang pemberian lisensi dan wajib dalam merek dagang, mengingat suatu merek dagang terdaftar tetap memiliki hak untuk mengalihkan merek dagang dengan mengalihkan bisnis dagangnya dipakai.

(4) *Ihwal* hak yang diberikan kepada pemilik merek

Perihal hak yang diberikan kepada pemilik merek, pasal 16 TRIPs secara tegas menetapkan bahwa pemilik merek dagang terdaftar memiliki hak khusus untuk mencegah dan atau mempertahankan haknya kepada pihak lain. Agar hak eksklusif tersebut tidak merugikan pemilik hak yang telah ada terdahulu. Terbuka kemungkinan bagi Negara anggota untuk mengatur agar hak tersebut dipersyaratkan pada adanya penggunaan.

(5) Ihwal jangka waktu perlindungan hukum

Menurut ketentuan pasal 18 TRIPs pendaftaran suatu merek dagang pertama kali atau perpanjangannya berlaku untuk jangka waktu 7 tahun dan dapat diperpanjang.

Perlindungan hukum yang didasarkan atas TRIPs tidak hanya memberikan perlindungan terhadap merek biasa namun juga merek terkenal, Landasan hukum perlindungan merek terkenal telah diatur dalam konvensi paris yaitu pasal 6 bis yang menentukan bahwa Negara-negara anggota Konvensi Paris harus ditolak atau dibatalkan pendaftarannya dan melarang pemakaian dari merek yang merupakan reproduksi, imitasi atau terjemahan yang dapat menimbulkan kesalahan

dan kekeliruan konsumen atas merek terkenal.

Didalam pengaturan TRIPs perlindungan hukum diberikan kepada pemilik merek baik yang sudah terdaftar dengan cara pendaftar pertama atau atas dasar terdaftar atas pengguna pertama.

b) Penyesuaian Pengaturan Merek Indonesia Dengan Konvensi Internasional

Globalisasi ekonomi adalah sebuah kenyataan yang tidak dapat dihindarkan lagi oleh Negara-negara di dunia, didalam abad 21 sekat-sekat antar bangsa seakan sudah tidak ada lagi tumbuh berkembangnya alat-alat teknologi informasi semakin mempertegas bahwa batas antar Negara menjadi semakin tidak jelas, begitu juga dengan arus globalisasi perdagangan menjadi meningkat sangat cepat, dukungan transportasi dan tohnologi informasi memberi kemudahan dalam transaksi dan pengiriman barang maupun jasa.

Adapun faktor yang mempengaruhi peningkatan ekonomi global adalah sebagai berikut : *Pertama*, Industri yang berorientasi pada produk baik barang maupun jasa yang mampu untuk diterima oleh masyarakat internasional, hal ini mengacu pada konsep mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, semakin luas jangkauan pemasaran maka semakin banyak yang akan

menggunakan barang dan atau jasa tersebut, sehingga dengan peningkatan penggunaan barang dan atau jasa oleh konsumen di seluruh dunia akan meningkatkan angka keuntungan. *Kedua*, Kehadiran teknologi informasi semakin membuat cepat penyampaian informasi kepada konsumen, dan kehadiran teknologi semakin cepat melakukan pengenalan produk baik barang atau jasa kepada masyarakat di seluruh dunia. *Ketiga*, Konsumen individual yang berorientasi pada barang atau jasa yang global. Para konsumen sekarang akan berfikir lebih cerdas karena tidak hanya melihat barang local namun juga barang luar negeri yang dirasa memiliki kualitas yang baik.

Pada eraglobalisasi hubungan perdagangan tidak hanya dalam negeri namun dunia internasional, perilaku inilah yang mendorong pemerintah Indonesia menyadari akan pentingnya membangun hubungan dengan dunia internasional, dalam membangun hubungan internasional tersebut Indonesia menyesuaikan dengan berbagai peraturan yang berhubungan internasional.

Keikutsertaan Indonesia dalam perdagangan internasional mendorong Indonesia meratifikasi konvensi tentang Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (World Trade Organization) yang mencakup pula persetujuan tentang Aspek-aspek Dagang dari Hak Kekayaan

Intelektual (*Trade Related Aspect of Intellektual Property Rights*) atau TRIPs yang telah disahkan dengan Undang-UndangNo.7 Tahun 1994 Tentang Pengesahan tentang pembentukan WTO, didalam pengaturan tentang WTO tersebut termasuk juga ketentuan tentang TRIPs yang harus diikuti dan disesuaikan dengan peraturan perUndang-Undangan yang ada di Indonesia.

Ratifikasi terhadap ketentuan WTO tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan melakukan perubahan dan penyesuaian terhadap Undang-UndangNo.19 Tahun 1992 Tentang Merek yang diubah menjadi Undang-UndangNo.14 Tahun 1997 perubahan tersebut merupakan komitmen dari pemerintah Indonesia yang memberikan perlindungan terhadap pemilik merek di Indonesia selain itu tujuan perubahan itu sebagai bentuk penyesuaian terhadap tujuan dari TRIPs yaitu Pertama, meningkatkan perlindungan terhadap hak atas kekayaan intelektual dari produk-produk perdagangan .Kedua, menjamin prosedur pelaksana hak kekayaan intelektual yang tidak menghambat kegiatan perdagangan.Ketiga, merumuskan aturan serta disiplin mengenai pelaksanaan perlindungan atas hak kekayaan intelektual.Keempat, mengembangkan prinsip,aturan dan mekanisme kerja sama Internasional

untuk menangani perdagangan barang-barang hasil pemalsuan dan pembajakan atas hak kekayaan intelektual.

Pada tahun 1997 Indonesia kembali meratifikasi aturan tentang hak kekayaan intelektual utamanya merek yaitu Keputusan Presiden No.17 Tahun 1997 tentang pengesahan Trademark Law Treaty, dengan penyesuaian tersebut maka disesuaikanlah Undang-Undang No.14 Tahun 1997 diubah menjadi Undang-Undang No.15 Tahun 2001 Tentang Merek.

c. Pengaturan Tentang Merek Sebelum berlakunya Undang-Undang No.15 Tahun 2001

1. Pengaturan Merek dalam Undang-Undang No.21 Tahun 1961 Tentang Merek Perusahaan dan Perniagaan

Setelah 16 tahun Indonesia merdeka perusahaan mulai tumbuh berkembang, dan hubungan perniagaan berjalan di pusat-pusat kota pemerintah mulai berfikir untuk melakukan pengaturan tentang ekonomi salah satunya adalah tentang merek perusahaan dan merek perdagangan.

Kehadiran Undang-Undang No 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan merupakan jawaban kerinduan akan hukum

merek nasional, Undang-Undang No 21 Tahun 1961 merupakan pengganti dari *Reglement Industriële Eigendom* (RIE) yang dimuat dalam Stb. 1912 No. 543 jo. Stb. 1913 No. 214. Dasar pertimbangan dari Undang-Undang No 21 Tahun 1961 adalah :

“Bahwa perlu diadakan Undang-Undang tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan sehingga khalayak ramai dilindungi terhadap tiruan barang-barang yang memakai suatu merek yang sudah dikenalnya sebagai merek barang-barang yang bermutu baik. Undang-Undang No 21 Tahun 1961 lebih menitik beratkan pada peraturan merek Perusahaan dan Merek Perniagaan, secara umum Undang-Undang No 21 Tahun 1961 tidak menjelaskan / menunjuk kategori khusus yang dimaksud merek perusahaan dan merek perniagaan. Penyelenggaraan pendaftaran dan pengumuman resmi tentang merek perusahaan dan merek perniagaan diselenggarakan oleh Kantor Milik Perindustrian, berarti secara resmi lewat Undang-Undang No 21 Tahun 1961 diakuilah kantor Milik Perindustrian sebagai instansi pemerintah penyelenggara pendaftaran.

Menurut Prof. Kollewijn menyatakan bahwa dalam teori hak kekayaan intelektual ada dua macam stelsel dalam pendaftaran merek yaitu pendaftaran deklaratif dan pendaftaran konstitutif. Pendaftaran stelsel deklaratif adalah pendaftaran dengan menggunakan prinsip first to use dimana dalam system ini pengguna pertama yang mendapatkan perlindungan hukum, sehingga siapapun yang dapat membuktikan bahwa dirinya sebagai pemakai pertama atas suatu merek, maka ia berhak atas merek yang bersangkutan tersebut. Pengaturan tentang stelsel pendaftaran secara deklaratif ini diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang No. 21 Tahun 1961 menyatakan :

- 1) Hak khusus untuk memakai suatu merek guna membedakan barang-barang hasil perusahaan atau barang-barang perniagaan seseorang atau sesuatu badan dari barang-barang orang lain atau badan lain diberikan kepada barang siapa yang untuk pertama kali memakai merek itu untuk keperluan tersebut diatas di Indonesia.
- 2) Hak khusus untuk memakai merek itu berlaku hanya untuk barang-barang yang sejenis dengan barang-barang

yang dibubuhi merek itu dan berlaku hingga 3 tahun setelah pemakaian terakhir.

- 3) Kecuali jika ada bukti tentang hal sebaliknya, maka barang siapa yang untuk pertama mengajukan permohonan pendaftaran suatu merek menurut ketentuan dalam pasal 4 dan 5 dianggap sebagai pemakai pertama dari merek tersebut.

Jika dalam waktu 6 bulan setelah pendaftaran tersebut diatas atau setelah pendaftaran termasuk dalam aya (3), tidak berlaku lagi.

- 4) Barang siapa sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam Pasal 4 dan Pasal 5, mengajukan suatu permohonan pendaftaran merek di kantor milik perindustrian, sedangkan barang-barang yang dibubuhi merek itu telah dipamerkan olehnya dalam suatu pameran resmi nasional atau pameran yang resmi diakui nasional di Indonesia, maka jika permohonan pendaftaran itu diajukan dalam waktu enam bulan setelah pembukaan pameran tersebut, dianggap telah memakai merek tersebut di Indonesia pada tanggal, sewaktu merek itu dipamerkan di pameran

tersebut. Sebagai bukti tentang tanggal merek itu dipamerkan kantor Milik Perindustrian dapat diminta supaya diserahkan suatu keterangan yang disyahkan oleh panitia pameran tersebut atau, atas persetujuan kantor milik perindustrian oleh pihak lain yang berhak.

Pasal 2 ayat (1) ini sebagai landasan bahwa stelsel pendaftaran merek yang digunakan adalah stelsel deklaratif, hak khusus atas merek diberikan kepada pemakai pertama kali di Indonesia. Berdasarkan ayat (1) ini pemakai pertama di Indonesia adalah orang yang berhak atas merek tersebut. Pasal yang mengatur Perlindungan hukum atas Merek dalam Undang-Undang No 21 Tahun 1961 adalah Pasal 9 :

a. Jika merek yang permohonan pendaftarannya diajukan menurut Pasal 4 dan 5 mengandung persamaan pada keseluruhannya, atau pada pokoknya dengan merek yang telah didaftarkan untuk barang yang sejenis atas nama orang lain, maka kantor milik perindustrian menolak pendaftaran merek tersebut. Penolakan pendaftaran merek tersebut oleh Kantor perindustrian selaras mungkin

diberitahukan secara tertulis kepada pemohon pendaftaran merek itu dengan menyebutkan alasan-alasannya.

b.Orang yang permohonan pendaftaran mereknya ditolak berdasarkan Pasal 6 atau Pasal 9 ayat (1) dapat mengajukan permohonan kepada Pengadilan Tinggi di Jakarta dengan suatu surat permohonan yang ditandatangani pemohon sendiri atau kuasanya, agar supaya diperintahkan pendaftaran merek itu. Permohonan kepada Pengadilan Negeri tersebut harus dilakukan oleh pemohon dalam waktu tiga bulan setelah tanggal pemberitahuan penolakan merek itu.

Perlindungan hukum merek dalam Pasal ini terlihat dengan diharuskannya diberi alasan terjadinya penolakan merek. Kemudian diberikan kesempatan kepada pemohon untuk meminta / memohon kepada Pengadilan Negeri Jakarta untuk mengeluarkan perintah pendaftaran merek, meskipun pemohon dalam hal keberatan ditolaknya permohonan pendaftaran mereknya dapat meminta perintah pendaftaran dari Pengadilan Negeri Jakarta hak tersebut juga dibatasi dengan

waktu tiga bulan setelah tanggal penolakan.

Selain pasal tersebut diatas Undang-Undang No 21 Tahun 1961 juga terdapat pasal lain yang juga menjamin perlindungan hukum bagi pemilik merek, didalam Pasal 10 yang mengatur keberatan dari pemilik merek lain terhadap barang sejenis dapat mengajukan permohonan pembatalan merek tersebut dalam waktu 9 (sembilan) bulan setelah pengumuman, tetapi setelah lewat waktu 9 bulan keberatan tetap dapat dilakukan apabila ada putusan yang berkekuatan hukum tetap. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang No 21 Tahun 1961 suatu pendaftaran merek berlaku selama 10 tahun, dimulai dari tanggal pendaftaran merek itu dan setiap kali sebelum jangka waktu 10 tahun itu berakhir pendaftaran merek itu dapat diperbaharui untuk waktu yang sama. Selain habisnya jangka waktu 10 tahun termaksud diatas, apabila tidak diperbaharui, kekuatan hukum dari suatu pendaftaran merek hapus :

1. Karena penghapusan atas permohonan pemilik pendaftaran merek sendiri atau orang yang mendapat hak karena pemindahan hak;

2. Karena pendaftaran merek itu dinyatakan batal oleh putusan pengadilan;
3. Karena merek yang didaftarkan tidak dipakai selama 3 (tiga) tahun hal mana atas pengakuan orangnya sendiri atau atas pernyataan keputusan pengadilan;
4. Karena setelah 6 bulan sesudah pendaftaran, pemilik pendaftaran merek tidak memakai merek itu; hal mana atas pengakuan pemilik pendaftaran sendiri atau atas pernyataan putusan pengadilan;

Selanjutnya suatu pendaftaran merek dapat dihapuskan oleh pemilik pendaftaran merek itu atau dipindahkan haknya kepada orang lain, kana tetapi harus bersama perusahaannya. Adapun tujuan diundangkannya Undang-UndangNo.21 Tahun 1961 adalah sebagai berikut :

1. Melindungi khalayak ramai terhadap barang-barang yang memakai merek yang sudah dikenalnya sebagai barang yang memiliki mutu baik.
2. Melindungi industrialis dan pedagang yang menggunakan barangnya pertama kali, apakah barang

yang sudah didaftar atau yang belum.

2. Keberpihakan Kebijakan Pemerintah Kota Surakarta dan Sukoharjo Dalam Mendukung daya saing UMKM melalui Pendaftaran Merek Kolektif dalam menghadapi MEA 2015

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Solo mendorong pelaku usaha untuk mencari sertifikat hak merek kolektif ke Kementerian Koperasi dan UMKM seiring dengan biaya yang murah pengurusan sertifikat. Kepala Dinkop dan UMKM Solo, Nur Haryani, mengatakan ada beberapa pelaku UMKM yang akan difasilitasi mengurus sertifikat hak merek kolektif. Namun dia mengatakan pelaku usaha bisa melakukan sertifikasi secara mandiri dengan mendaftar secara online dengan pengurusan yang relatif mudah. Dia mengatakan pembebasan biaya sertifikasi hak merek kolektif ini untuk mendorong pelaku usaha lebih kreatif menghadapi persaingan sejak mulai diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Menurut dia, mudahnya produk yang masuk ke Indonesia membuat pelaku usaha harus melindungi produknya. Dia mengungkapkan saat ini sudah masuk bakpia dari Filipina. Usaha yang sudah mendapat sertifikat hak

merek kolektif beberapa waktu lalu itu kebanyakan kerajinan, seperti motif dan desain batik. Kami terus berupaya mendorong pelaku usaha memanfaatkan fasilitas Kemenkop dan UMKM ini untuk mengurus sertifikasi supaya mampu bersaing di perdagangan global. Dia menyampaikan sertifikat hak merek kolektif ini untuk melindungi produk dalam negeri sehingga apabila ada yang mencuri atau menyamai ide tersebut bisa dikenai sanksi. Pihaknya juga berharap pelaku UMKM semakin kreatif dengan menghadirkan bermacam pilihan produk, desain, maupun motif. Hal ini karena satu perusahaan bisa mengajukan lebih dari satu hak merek kolektif. Data yang tercatat belum banyak pelaku usaha yang memiliki sertifikat hak merek kolektif tapi saat ini kemungkinan sudah bertambah, hanya datanya di Kemenkop dan UMKM karena pengajuan langsung, tidak melalui dinas. Lebih lanjut, dia mengungkapkan pelatihan rutin tetap dilakukan untuk peningkatan kualitas produk dalam menghadapi persaingan MEA tapi terutama bisa diterima oleh pasar dalam negeri. Selain itu, pihaknya juga terus mengkampanyekan Bela dan Beli UMKM yang merupakan program Pemprov Jateng untuk membantu pengembangan bisnis UMKM.

Merek kolektif belum banyak menjadi pilihan masyarakat karena masyarakat belum banyak yang mengetahui secara jelas manfaat dari merek kolektif, hal ini disampaikan oleh sarjono pemilik merek di Surakarta dia mengatakan bahwa para pelaku usaha masih bingung dengan merek kolektif, apakah dengan merek kolektif itu dapat memberikan keuntungan yang besar bagi pelaku usaha. Pemerintah Kota Surakarta dan pemerintah sukoharjo belum secara spesifik membuat kebijakan yang mendukung dan mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkan merek kolektif sebagai cara untuk mempermudah mempromosikan barang dan jasanya. Seharusnya pemerintah membuat kebijakan yang komprehensif tentang merek kolektif, kebijakan ini haruslah didukung oleh seluruh stake holder yang optimal. Berdasarkan hasil FGD terbatas didapati kesimpulan perlu adanya sinergisitas antara

lembaga untuk mensosialisasikan manfaat merek kolektif bagi para pelaku usaha, utamanya UMKM di Surakarta dan Sukoharjo.

E. Kesimpulan Dan Saran

Kebijakan pemerintah Kota Surakarta dan sukoharjo belum optimal dalam mendukung dan mendorong merek kolektif sebagai bagian dari peningkatan daya saing pelaku usaha UMKM dalam menghadapi MEA.

DAFTAR PUSTAKA

- Cholid Narbuka dan H.Abu Achmadi, 2002 *Metodologi Penelitian* Jakarta.PT.Bumi Aksara
- Mardalas, 2002*Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*,Bumi Aksara, Jakarta
- Rasyid & Paragoan,2000, *Parameter Keberhasilan Pelaksanaan Otonomi Daerah*, BPFE, Yogyakarta,
- Soeryono Soekanto, 1986*Pengantar Penelitian Hukum*,UI Press.Jakarta. Widarta, 2001*Manajemen Otonomi di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta,