

URGENSI PENDAFTARAN MEREK BAGI PELAKU UMKM KAMPUNG BATIK LAWEYAN SURAKARTA

Oktavianto Setyo Nugroho¹, Yulkarnaini Siregar²
Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia^{1,2}
Email: oktavianosn@gmail.com¹, yulkarnainis@gmail.com²

Abstrak

Pendaftaran merek merupakan aspek yang sangat penting dalam melindungi kekayaan intelektual, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor batik, yang menghadapi tantangan persaingan pasar dan risiko pelanggaran merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis urgensi pendaftaran merek bagi pelaku batik UMKM di Kota Surakarta sebagai upaya melindungi produk, meningkatkan daya saing, dan menciptakan kepercayaan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan data primer dari wawancara dan data sekunder berupa dokumen hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pelaku UMKM batik terhadap pentingnya pendaftaran merek masih rendah, meskipun manfaatnya signifikan, seperti mencegah pemalsuan merek batik dan memperkuat identitas produk di pasar nasional maupun internasional. Hambatan utama meliputi kurangnya kesadaran pelaku UMKM tentang merek, mahalnya biaya pendaftaran serta kurangnya sosialisasi dari Dinas Koperasi, UMK dan Perindustrian Kota Surakarta. Oleh karena itu, diperlukan adanya edukasi dan sosialisasi serta dukungan pemerintah, termasuk fasilitasi merek gratis agar mendorong pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta untuk mendaftarkan merek dagangnya serta memberikan perlindungan hukum demi keberlanjutan usaha mereka.

Kata Kunci: Batik, UMKM, Urgensi, Pendaftaran Merek.

Abstract

Trademark registration is a very important aspect in protecting intellectual property, especially for Micro, Small, and Medium Enterprises (SMEs) in the batik sector, which face the challenges of market competition and the risk of trademark infringement. This study aims to analyze the urgency of trademark registration for batik SMEs in Surakarta City as an effort to protect products, increase competitiveness, and create consumer confidence. The research method used is a normative juridical approach with primary data from interviews and secondary data in the form of legal documents. The results show that the level of awareness of batik SME players of the importance of trademark registration is still low, although the benefits are significant, such as preventing counterfeiting of batik brands and strengthening product identity in national and international markets. The main obstacles include the lack of awareness of SME players about trademarks, the high cost of registration and the lack of socialization from the Surakarta City Cooperative, SME, Industry Office. Therefore,

there is a need for education and socialization as well as government support, including free trademark facilitation in order to encourage SME players of Kampung Batik Laweyan Surakarta to register their trademarks and provide legal protection for the sustainability of their businesses.

Keywords: *Batik, SMEs, Urgency, Trademark Registration.*

A. Pendahuluan

Kampung Batik Laweyan Surakarta merupakan salah satu pusat industri batik tertua di Indonesia yang memiliki sejarah panjang dan kuat dalam melestarikan tradisi batik. Sebagai kawasan sentra batik yang telah dikenal hingga mancanegara, Kampung Batik Laweyan memainkan peran penting dalam mendorong perekonomian lokal, terutama melalui aktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Batik yang diproduksi di Laweyan memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dari batik dari daerah lain. Namun, di tengah tingginya minat pasar dan persaingan global, perlindungan hukum melalui pendaftaran merek menjadi hal yang sangat penting bagi para pelaku UMKM batik.

Pendaftaran merek bagi pelaku UMKM kampung Batik Laweyan bukan hanya sekadar formalitas untuk memperoleh legalitas usaha saja, melainkan suatu langkah strategis dalam memberikan perlindungan terhadap Kekayaan Intelektual. Merek berfungsi sebagai identitas produk yang membedakannya dari produk serupa dalam dunia perdagangan. Dengan mendaftarkan merek, para pelaku UMKM di Kampung Batik Laweyan diharapkan dapat melindungi produk batik mereka dari potensi pemalsuan dan penjiplakan. Hal ini menjadi sangat penting mengingat maraknya produk tekstil cetak yang mengklaim sebagai batik, namun dijual dengan harga lebih murah dan kualitas yang rendah.

Pendaftaran merek di Indonesia mengadopsi “*Sistem Konstitutif*” atau lebih dikenal dengan sistem “*first to file*”, dimana pihak yang mendaftarkan mereknya lebih dulu menjadi satu-satunya pihak yang memiliki hak atas merek tersebut.¹ Dalam hal ini, pihak ketiga wajib menghargai hak pemohon merek sebagai suatu hak yang pasti pada saat mendaftarkan merek. Artinya, terdapat hak eksklusif yang diberi ke orang yang pertama kali mendaftarkan merek dagangnya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI).²

Sistem Konstitutif lebih menjamin kepastian hukum, karena dalam sistem

¹ Damar Ramadhanna Tanjung, Rinitami Njatrijani, and Bagus Rahmanda, “Penerapan Prinsip First to File Dalam Sengketa Merek Terkenal,” *Law, Development and Justice Review* 6, no. 2 (2023): 113, <https://doi.org/10.14710/ldjr.6.2023.111-12>.

² Nadia Irvan, Rory Jeff Akyuwen, and Agustina Balik, “Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar,” *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 12 (2022): 1232, <https://doi.org/10.47268/tatohi.v1i12.878>.

ini menegaskan bahwa pihak pendaftar pertama adalah pihak yang berhak atas merek tersebut, dan tidak dapat diganggu gugat oleh pemakai merek yang tidak diketahui saat mendaftarkan mereknya. Sistem ini juga diikuti dengan permohonan pendaftaran merek, secara akurat dan dengan tenggang waktu yang cukup, diharapkan dapat menimbulkan kepastian hukum yang mengandung keadilan.³

Sistem Konstitutif dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dimana tatanan sistem tersebut memberikan kejelasan terkait hukum untuk pemilik merek yang baru saja terdaftar. Pihak yang melakukan pendaftaran merek pertama kali merupakan pihak yang memiliki hak atas merek sekaligus juga memiliki hak untuk memberikan izin pihak lain agar dapat menggunakan merek melalui pemberian lisensi. Akan tetapi, sistem konstitutif tidak berpihak pada pihak yang lemah yaitu pelaku UMKM, karena tak sejalan dengan sifat UMKM yang lemah. Pengetahuan yang terbatas terkait pendaftaran merek serta minimnya sosialisasi pendaftaran merek oleh pemerintah pusat maupun daerah, membuat sistem konstitutif tak memihak pelaku UMKM. Hal ini membuat pelaku UMKM enggan untuk mendaftarkan merek dagangnya sehingga sulit untuk mendapatkan hak atas merek.⁴

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, pendaftaran merek membuka peluang bagi pelaku UMKM batik untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Produk kerajinan batik dari Kampung Batik Laweyan Surakarta memiliki potensi besar untuk dipasarkan tidak hanya di dalam negeri, melainkan juga di luar negeri. Namun, tanpa pendaftaran merek, produk tersebut rentan kehilangan identitas dan pengakuan hukum di pasar nasional maupun internasional. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi suatu urgensi dalam menjaga keberlanjutan industri batik Laweyan sebagai produk unggulan daerah Kota Surakarta.

Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM batik di Kampung Batik Laweyan yang belum sepenuhnya menyadari urgensi pendaftaran merek. Hal ini semakin diperparah dengan banyaknya anggapan dari pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan bahwa pendaftaran merek membutuhkan biaya tinggi, waktu yang lama, serta proses yang rumit. Data yang diperoleh Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Surakarta menunjukkan bahwa dari 100 (seratus) pelaku UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan, hanya sekitar 11 (sebelas) pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan merek dagangnya. Hal tersebut membuat merek dagang pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan menjadi rentan akan peniruan dan pemalsuan oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab. Tanpa pendaftaran merek, pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan tidak memiliki hak eksklusif atas merek dagangnya. Kondisi ini nantinya dapat merugikan pelaku

³ Raden Murjiyanto, 'Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem Deklaratif Ke Dalam Sistem Konstitutif)', *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 24, no. 1 (2017): 220.

⁴ Irvan, Akyuwen, and Balik, 'Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar'.

UMKM, baik dari segi finansial maupun reputasi dari produk yang dijual, karena sulit bagi konsumen untuk membedakan produk Batik Kampung Laweyan yang asli dengan produk batik tiruan dari daerah lain.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, yang menitikberatkan pada analisis terhadap peraturan-peraturan atau norma-norma hukum yang berlaku. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan dimana teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang berasal dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, jurnal, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.⁵ Metode pendekatan yang dipergunakan adalah pendekatan perundang-undangan dengan cara memahami serta melakukan kajian atas aturan undang-undang yang ada dan menganalisis sumber bacaan terkait isu tersebut.

C. Hasil Dan Pembahasan

Merek merupakan salah satu bentuk dari kekayaan intelektual mempunyai peran penting untuk kelancaran maupun peningkatan perdagangan barang maupun jasa pada kegiatan perdagangan barang serta investasi.⁶ Merek dengan “*brand image*-nya” bisa memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal ataupun daya pembeda yang sangat penting sebagai jaminan kualitas produk ataupun jasa pada dunia perdagangan.⁷ Oleh sebab itu, merek merupakan aset individu maupun perusahaan bisa menghasilkan keuntungan besar, apabila diberdayakan melalui aspek bisnis serta proses manajemen yang baik. Begitu pentingnya peranan sebuah merek dalam dunia perdagangan, maka terhadapnya dilekatkan perlindungan hukum yaitu selaku objek yang terhadapnya terkait hak-hak perorangan atau badan hukum.⁸

Definisi merek menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan

⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 55.

⁶ Muchtar Anshary Hamid Labetubun and Marselo Valentino Geovani Pariela, ‘Controlling of Imported or Exported Goods Related to Brand Protection By Customs’, *UNTAG Law Review* 4, no. 1 (2020): 20–33, <https://doi.org/10.56444/ulrev.v4i1.1522>.

⁷ Irvan, Akyuwen, and Balik, ‘Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar’.

⁸ Rika Ratna Permata and Muthia Khairunnisa, ‘Perlindungan Hukum Merek Tidak Terdaftar Di Indonesia’, *Jurnal Opinio Juris* 19, no. 1 (2016): 68–95.

perdagangan barang dan/atau jasa. Merek dibedakan menjadi 2 (dua) jenis yaitu merek dagang dan merek jasa. Pasal 1 angka 2 mendefinisikan merek dagang sebagai merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya. Sedangkan dalam Pasal 1 angka 3, merek jasa merupakan merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

Perlindungan atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek. Untuk jangka waktu tertentu, pemilik merek dapat menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada seseorang, beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya. Perlindungan atas merek yang sudah terdaftar berupa adanya kepastian hukum atas merek yang telah didaftarkan oleh pemilik merek, baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan, serta sebagai alat bukti apabila terjadi sengketa atas pelanggaran merek.⁹

Merek menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) serta reputasi suatu barang dan jasa hasil usaha sewaktu diperdagangkan.¹⁰ Jaminan kualitas suatu barang atau jasa sangat berguna bagi produsen dalam persaingan usaha dan sekaligus memberikan perlindungan jaminan produknya kepada konsumen. Fungsi dari merek adalah sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya, kemudian sebagai alat promosi sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya, sebagai jaminan atas mutu barangnya, dan sebagai penunjuk asal barang atau jasa yang dihasilkan.¹¹

Oleh karena itu, perlindungan hukum atas merek dirasakan menjadi sangat penting agar tidak digunakan oleh pihak lain secara melawan hukum seperti pemalsuan, peniruan yang dapat menciptakan persaingan dagang tidak sehat dan pada akhirnya akan merugikan pemilik merek.¹² Untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek tersebut, maka dengan demikian maka merek harus didaftarkan terlebih dahulu. Selain berguna sebagai alat bukti yang sah, pendaftaran merek

⁹ Devi Eka Verawati, 'Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur', *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa* 5, no. 2 (2022): 126, <https://doi.org/10.30996/abdikarya.v5i2.7250>.

¹⁰ Mokhammad Aris, Puguh Aji Hari Setiawan, and Hartana Hartana, 'Kepastian Hukum Terhadap Hak Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Atas Hak Kekayaan Intelektual', *SETARA: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 1 (2024): 19, <https://doi.org/10.59017/setara.v5i1.506>.

¹¹ Yahya Harahap, *Tinjauan Merek Secara Umum Dan Hukum Merek Di Indonesia* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2016), 5.

¹² Zulfikri Toguan, 'Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah', *UIR Law Review* 5, no. 2 (2021): 48, [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2021.vol5\(2\).7168](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2021.vol5(2).7168).

juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenisnya, dan juga berfungsi sebagai dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang dan/atau jasa.¹³

Dalam dunia perdagangan barang maupun jasa, pelaku UMKM dapat dibedakan menurut skala modal, aset serta keuntungan tahunan yang diperoleh. Ketentuan dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, terdapat pengertian dan kriteria UMKM yang dapat dibedakan sebagai berikut:¹⁴

1. Usaha Mikro;

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha mikro ada usaha produktif yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta

¹³ Prasetyo Kamila, 'Kepastian Hukum Atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek First To File Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia', *Jurnal Notarius* 1, no. 2 (2022): 302–303, <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/notarius/article/view/15719>.

¹⁴ Rintan Saragih, 'Menelusuri Penyebab Lambannya Perkembangan UMKM Di Desa Baru Dan Dusun Tuntungan Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang', *Jurnal Kewirausahaan* 5, no. 1 (2019): 3, <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jk/article/view/65>.

rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta, terdapat 100 (seratus) pelaku UMKM yang melakukan usaha perdagangan dan produksi batik di Kecamatan Laweyan, akan tetapi hanya 11 (sebelas) pelaku UMKM batik yang sudah mendaftarkan merek dagangnya.

Tabel 1. Data Pendaftaran Merek UMKM Kampung Batik Laweyan Kecamatan Laweyan Surakarta Tahun 2024

No.	Nama Desa	Pelaku UMKM	Merek Terdaftar
1.	Desa Pajang	42	0
2.	Desa Laweyan	14	5
3.	Desa Bumi	11	2
4.	Desa Panularan	3	0
5.	Desa Penumping	1	0
6.	Desa Purwosari	1	0
7.	Desa Sondakan	25	3
8.	Desa Jajar	3	1
Jumlah		100	11

Dari data pendaftaran merek diatas, maka dapat diketahui bahwa Desa Laweyan mempunyai merek batik terdaftar terbanyak dari desa lainnya, yaitu sejumlah 5 (lima) merek batik. Desa Sondakan berjumlah 3 (tiga) merek terdaftar, Desa Bumi 2 (dua) merek terdaftar dan Desa Jajar 1 (satu) merek terdaftar. Pelaku UMKM batik terbanyak sebenarnya terdapat pada Desa Pajang, akan tetapi sampai saat ini masih belum ada merek batik yang terdaftar dari desa tersebut. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Surakarta tentang pentingnya perlindungan Kekayaan Intelektual terutama merek dagang. Selain itu, kesadaran dari pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagangnya masih sangat kurang sehingga mereka

hanya berfokus pada produksi dan penjualan batik saja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Gunawan Kurnia Pribadi selaku pengrajin batik dan pemilik Merek “Batik Gunawan Design” menyampaikan bahwa Kampung Batik Laweyan Surakarta mempunyai beragam keunikan macam-macam batik yang tidak ada ditempat lain. Batik tersebut meliputi batik tulis, batik cap, batik printing, dan batik lukis. Disamping itu, motif batik di Kampung Batik Laweyan dibuat berdasarkan inspirasi dari batik-batik tradisional (Batik Lawasan) yang kemudian dibuat motif baru yang tidak sesuai dengan pakem batik tradisional sehingga mempunyai ciri khas tersendiri serta mempunyai nilai kebaruan (*novelty*) yang berbeda dari batik tradisional dan batik di daerah lainnya.

Gunawan mengatakan bahwa berdasarkan sejarah, Kampung Laweyan merupakan kawasan sentra industri batik yang unik, spesifik dan mempunyai nilai sejarah yang besar. Batik Laweyan dibuat berdasarkan proses pelekatan malam atau lilin panas pada media kain katun atau kain sutra dengan motif tertentu sebagai teknik perintang warna. Batik Laweyan sebagai budaya adiluhung bangsa Indonesia sudah berkembang sebelum abad 15 Masehi semasa pemerintahan Sultan Hadiwijaya (Joko Tingkir) di Keraton Pajang. Saat ini para pelaku UMKM Batik Laweyan mulai membangun industri batik tulis dengan pewarna alami sehingga desa Laweyan menjadi kawasan penghasil batik tertua di Indonesia.

Gunawan mempunyai merek dagang atas produk batik yang dibuat yaitu “Batik Gunawan Design” dimana batik hasil karyanya lebih berfokus kepada batik yang bersifat kontemporer yang berbeda dengan batik di daerah lain. Karya batiknya banyak ditampilkan dalam pameran-pameran yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat maupun Daerah yaitu seperti dalam event Inacraft, Pameran UMKM Solo Paragon dan Pameran UMKM Solo Grand Mall. Dalam wawancara tersebut, Gunawan mengatakan bahwa merek dagang “Batik Gunawan Design” belum di daftarkan Kekayaan Intelektualnya dikarenakan selama ini hanya berfokus kepada proses produksi batik kontemporer saja. Selain itu, batik yang diciptakan juga merupakan batik pesanan dari pelanggan diluar daerah Surakarta maupun Industri Besar yang akan dijual kembali sehingga akan menyulitkan jika batik produksinya diberikan etiket merek.



Gambar 1. Merek “Batik Gunawan Design”

Hasil penelusuran merek yang dilakukan oleh peneliti pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (PDKI Kemenkumham RI) menunjukkan bahwa merek “Batik Gunawan Design” belum pernah didaftarkan merek dagangnya. Hal ini sebenarnya bisa menjadi peluang bagi Gunawan sebagai pemilik asli merek “Batik Gunawan Design” untuk mendaftarkan merek dagangnya sekaligus melarang pihak lain yang ingin menggunakan merek tersebut secara komersial tanpa izin dalam perdagangan barang dan/atau jasa. Merek “Batik Gunawan Design” terdiri dari kombinasi nama, gambar dan warna untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku UMKM batik lain dimana merek tersebut masuk dalam kelas 24 berdasarkan NICE Classification.

Gunawan menambahkan bahwa Kekayaan Intelektual terutama merek juga sangat minim di sosialisasikan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta di Kampung Batik Laweyan. Sosialisasi Kekayaan Intelektual terakhir kali diselenggarakan pada tahun 2019 dimana dalam sosialisasi tersebut tidak disertai dengan pendaftaran merek secara gratis. Berbeda dengan daerah lainnya, dimana ketika Dinas Koperasi dan UKM menyelenggarakan sosialisasi Kekayaan Intelektual selalu disertai dengan pendaftaran merek secara gratis. Sebaliknya, pemberian pendaftaran merek secara gratis justru banyak diberikan oleh perusahaan swasta sebagai bagian dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Tujuan diberikannya fasilitasi tersebut adalah untuk mendukung pelaku UMKM melalui perlindungan hukum terhadap merek (legalitas) dan pengembangan usaha.

Menurut pendapat peneliti, fasilitasi pendaftaran merek bagi pelaku UMKM seharusnya bisa lebih digalakkan lagi secara masif. Hal ini merupakan amanat dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dimana dalam ketentuan Pasal 14 ayat (1) huruf d menyatakan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan

menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek promosi dagang yang ditujukan untuk memfasilitasi pemilikan hak atas kekayaan intelektual atas produk dan desain UMKM dalam kegiatan usaha dalam negeri dan ekspor. Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Surakarta seharusnya juga melakukan sosialisasi dan edukasi mengenai Kekayaan Intelektual minimal 2 (dua) kali dalam 1 (satu) tahun dan informasi tersebut harus bisa tersampaikan secara baik sampai pada pelosok-pelosok desa. Dengan adanya sosialisasi dan edukasi secara rutin diharapkan pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan bisa memanfaatkan fasilitas pemerintah dalam proses pendaftaran merek, pendampingan, maupun keringanan biaya pendaftaran. Langkah ini tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha UMKM Kampung Batik Laweyan, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan.

Pendaftaran merek bagi pelaku UMKM di Kampung Batik Laweyan sesungguhnya mempunyai banyak manfaat, terutama sebagai “*identitas dan ciri khas*” pada produk batik yang dipasarkan. Dengan di daftarkannya merek batik, pelaku UMKM dapat membangun citra dan reputasi yang lebih kuat kepada konsumen. Merek sebagai identitas produk batik ini memudahkan konsumen untuk mengenali dan membedakan produk UMKM Kampung Batik Laweyan dari kompetitor batik diluar daerah sehingga dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Beberapa manfaat penting yang dapat dirasakan oleh pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan jika mendaftarkan merek dagangnya, yaitu:¹⁵

1. Memberikan Perlindungan Hukum

Produk batik yang dihasilkan oleh pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan memiliki keunikan nilai budaya yang tinggi. Oleh karena itu diperlukan perlindungan hukum agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Tanpa adanya pendaftaran, negara tidak akan melindungi merek pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan yang sedang digunakan terlebih lagi jika merek dagangnya ditiru dan dipakai orang lain. Perlindungan hukum terhadap merek akan diberikan oleh negara setelah merek terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dirjen KI). Terdaftarinya merek dapat dibuktikan dengan terbitnya sertifikat merek yang berlaku dalam jangka waktu 10 (sepuluh) tahun.

2. Sebagai Tanda Pembeda

Merek dagang memberikan jaminan kualitas serta mencerminkan reputasi suatu barang dan/atau jasa. Merek dagang berperan sebagai daya pembeda agar masyarakat atau konsumen dapat mengingat suatu produk dan mampu membedakannya dengan produk serupa dalam perdagangan barang dan/atau jasa. Dengan adanya “*tanda pembeda*”, pelaku UMKM Kampung Batik

¹⁵ Insan Budi Maulana, *Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), 5.

Laweyan lebih mudah memasarkan batiknya serta lebih menjamin kualitas produk batik yang mereka jual kepada konsumen.

3. Mendapatkan Hak atas Merek

Dengan mendaftarkan merek batiknya, maka pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan selaku pemilik merek mendapatkan hak atas merek dagangnya. Pemegang hak atas merek dapat menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya, sehingga pihak lain yang ingin memproduksi barang dengan merek yang sama harus mendapatkan izin (lisensi) dari pemegang hak atas merek. Selain itu, pemegang hak atas merek juga dapat meminta pihak lain yang memproduksi barang dengan merek yang sama untuk membayar royalti atas penggunaan lisensi tersebut. Melalui hal ini dapat dilihat nilai ekonomis dari suatu produk yang dilindungi mereknya.

Urgensi pendaftaran merek pada pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan Surakarta menjadi suatu keharusan agar pelaku UMKM mendapatkan hak atas merek dagangnya. Hal ini sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyebutkan bahwa “*hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar*”. Tanpa pendaftaran, negara tidak akan memberi hak atas merek kepada pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan. Artinya, tidak akan ada perlindungan hukum jika seandainya merek itu dipakai oleh pihak lain dalam perdagangan secara komersial tanpa izin dari pemilik merek asli. Bagi pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan, permohonan pendaftaran merek dapat diajukan ke Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Jawa Tengah maupun Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta.

Indonesia menerapkan sistem *first to file* (sistem konstitutif), artinya merek akan diberikan pada orang yang pertama kali mendaftarkan mereknya terlebih dahulu, negara akan menolak nama merek yang memiliki kesamaan dengan merek yang telah diajukan lebih dulu atas produk sejenisnya. Pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan merek adalah pihak satu-satunya yang mempunyai hak atas merek tersebut.¹⁶ Permohonan pendaftaran merek diterima jika sudah memenuhi syarat formalitas maupun syarat substantif seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu perihal keberadaan ciri khas yang ada dalam merek tersebut. Syarat penting yang sekaligus menjadi ciri utama suatu merek adalah adanya daya pembeda (*distinctiveness*) yang cukup. Merek yang dipakai haruslah sedemikian rupa sehingga mempunyai cukup kekuatan untuk membedakan barang dan/atau jasa

¹⁶ I Gusti Ayu Agung Ananda Gayatri and Made Aditya Pramana Putra Putra, ‘Urgensi Pendaftaran Merek Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berdasarkan Undang-Undang Merek’, *Jurnal Kertha Desa* 11, no. 3 (2023): 2037, <https://jurnal.harianregional.com/kerthadesa/id-95487>.

suatu perusahaan dengan barang atau jasa produksi perusahaan lainnya.¹⁷

Menurut Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 merek akan ditolak jika mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terdaftar milik pihak lain yang telah didaftarkan terlebih dahulu, merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan jasa sejenis, merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis dan indikasi geografis terdaftar. Lebih lanjut dalam penjelasan Pasal 21 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang dimaksud “persamaan pada pokoknya” adalah kemiripan yang disebabkan oleh adanya unsur yang dominan antara Merek yang satu dengan merek yang lain sehingga menimbulkan kesan adanya persamaan, baik mengenai bentuk, cara penempatan, cara penulisan atau kombinasi antara unsur, maupun persamaan bunyi ucapan, yang terdapat dalam merek tersebut. Apabila permohonan pendaftaran merek sudah memenuhi persyaratan formalitas, persyaratan substantif, masa pengumuman, maka dapat diberikan sertifikat merek dan kemudian didaftarkan dalam daftar umum merek sehingga pemilik merek terdaftar memiliki hak eksklusif berupa hak menikmati secara eksklusif untuk mengeksploitasi keuntungan (*exclusive financial exploitation*).¹⁸

Perlindungan hukum terhadap merek melalui pendaftaran merek batik di Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta sesungguhnya mempunyai banyak manfaat bagi pelaku UMKM. Walaupun data dari Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Surakarta menunjukkan baru sekitar 11 (sebelas) dari 100 (seratus) pelaku UMKM yang mendaftarkan merek dagangnya, namun alangkah baiknya jika Pemerintah Daerah Kota Surakarta ikut memberikan fasilitasi serta mendorong pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagangnya agar memperoleh kepastian hukum. Berdasarkan hasil wawancara dengan Gunawan selaku pemilik merek “Batik Gunawan Design”, ditemukan beberapa alasan yang menghambat pendaftaran merek batik oleh pelaku UMKM di Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta, diantaranya :

1. Kurangnya pemahaman Pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek;

Banyak pelaku UMKM di Kampung Batik Laweyan yang kurang memahami pentingnya pendaftaran merek sebagai aset usaha yang dapat memberikan perlindungan hukum dan nilai tambah dalam dunia perdagangan. Sebagai daerah dengan potensi kerajinan batik yang tinggi, merek memiliki peran penting dalam melindungi keunikan dan orisinalitas motif batik yang dihasilkan oleh pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan. Sayangnya, minimnya kesadaran tentang manfaat pendaftaran merek membuat banyak pelaku UMKM belum tertarik untuk mendaftarkan merek dagangnya. Akibatnya, produk batik mereka rentan terhadap pemalsuan dan digunakan

¹⁷ Meli Hertati Gultom, ‘Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek’, *Warta Dharmawangsa*, no. 56 (2018): 7–8.

¹⁸ *Ibid.*, 8.

oleh pihak lain tanpa izin yang akhirnya dapat merugikan pelaku UMKM itu sendiri. Kurangnya pemahaman ini juga membuat pelaku UMKM di Kampung Batik Laweyan kehilangan peluang untuk memperkuat daya saing mereka di pasar nasional dan internasional.

2. Pelaku UMKM hanya berfokus pada produksi batik;
Banyak pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan, tidak mendaftarkan merek karena hanya terfokus pada faktor produksi. Prioritas utama mereka adalah menghasilkan produk dalam jumlah yang cukup dan menjaga kualitasnya untuk memenuhi permintaan pelanggan baik dari Surakarta maupun daerah lainnya. Hal ini yang kemudian membuat mereka kurang memperhatikan aspek legalitas, seperti pendaftaran merek, yang dianggap tidak begitu mendesak atau penting sehingga hanya dianggap sekedar formalitas usaha saja.
3. Biaya pendaftaran merek yang mahal; dan
Biaya pendaftaran merek yang dianggap mahal menjadi salah satu hambatan utama bagi pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan untuk mendaftarkan merek dagangnya. Bagi sebagian besar UMKM, terutama yang memiliki modal terbatas, alokasi dana lebih sering difokuskan untuk kebutuhan operasional, seperti pembelian bahan baku, produksi, dan pemasaran. Akibatnya, pendaftaran merek sering kali dipandang sebagai pengeluaran tambahan yang tidak mendesak. Persepsi biaya mahal muncul karena kurangnya pemahaman tentang detail biaya yang sebenarnya. Dalam beberapa kasus, pelaku UMKM juga menghadapi kendala seperti harus menggunakan jasa konsultan hukum yang akan menambah beban biaya. Padahal, pemerintah telah menyediakan program pendaftaran merek dengan biaya terjangkau bagi UMKM melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham RI).
4. Kurangnya sosialisasi dari Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Surakarta tentang manfaat pendaftaran merek bagi pelaku UMKM
Kurangnya sosialisasi dari Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Surakarta menjadi salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya merek. Sosialisasi mengenai Kekayaan Intelektual khususnya merek hanya diselenggarakan 1 (satu) kali dalam 1 tahun dan informasi tersebut tidak tersampaikan secara merata di Kecamatan Laweyan. Oleh karena itu, banyak pelaku UMKM di Kampung Batik Laweyan belum mendapatkan informasi yang memadai tentang prosedur, biaya, dan keuntungan dari pendaftaran merek sehingga sebagian besar pelaku UMKM tetap menjalankan usahanya tanpa perlindungan hukum atas merek dagang mereka.

D. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pendaftaran merek merupakan hal yang penting dan mendesak agar pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan mendapatkan hak atas merek dagangnya. Sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyebutkan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Tanpa pendaftaran, maka negara tidak akan memberi perlindungan atas merek batik yang diproduksi dan diperjual belikan oleh pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan. Artinya, tidak akan ada perlindungan hukum jika seandainya merek tersebut dipakai oleh pihak lain dalam perdagangan secara komersial tanpa izin dari pemilik merek asli. Hal ini dikarenakan Indonesia menganut prinsip *first to file (sistem konstitutif)* dimana pendaftaran merek menjadi hal yang sangat utama dan penting dalam menetapkan kepemilikan merek. Pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan merek menjadi satu-satunya pihak yang berhak terhadap merek itu. Maka, akan sangat disayangkan jika pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan yang sangat banyak jumlahnya tidak memiliki kesadaran untuk mendaftarkan merek dagangnya.

Beberapa faktor yang menjadi penghambat mengapa sampai dengan saat ini pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan masih banyak yang belum mendaftarkan merek dagangnya disebabkan kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pendaftaran merek sebagai aset usaha yang nantinya berdampak pada adanya nilai tambah dalam suatu produk. Pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan juga masih berfokus pada faktor produksi batik sehingga kurang memperhatikan aspek legalitas usaha. Selain itu, kurangnya sosialisasi dari Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Surakarta serta mahalnya biaya pendaftaran merek menjadikan pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan enggan untuk mendaftarkan merek dagangnya sehingga rawan terhadap praktik pemalsuan merek tanpa izin oleh pihak lain. Hal ini juga berpotensi melemahkan daya saing produk batik pelaku UMKM Kampung Batik Laweyan di pasar nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Harahap, Yahya. *Tinjauan Merek Secara Umum Dan Hukum Merek Di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2016.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Maulana, Insan Budi. *Perlindungan Merek Terkenal Di Indonesia Dari Masa Ke Masa*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999.

Jurnal

- Aris, Mokhammad, Puguh Aji Hari Setiawan, and Hartana Hartana. 'Kepastian Hukum Terhadap Hak Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Atas Hak Kekayaan Intelektual'. *SETARA: Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 1 (2024): 16–31. <https://doi.org/10.59017/setara.v5i1.506>.
- Gayatri, I Gusti Ayu Agung Ananda, and Made Aditya Pramana Putra Putra. 'Urgensi Pendaftaran Merek Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berdasarkan Undang-Undang Merek'. *Jurnal Kertha Desa* 11, no. 3 (2023): 2042–50. <https://jurnal.harianregional.com/kerthadesa/id-95487>.
- Gultom, Meli Hertati. 'Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek'. *Warta Dharmawangsa*, no. 56 (2018): 7–8.
- Irvan, Nadia, Rory Jeff Akyuwen, and Agustina Balik. 'Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Merek Tidak Terdaftar'. *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 12 (2022): 1230–42. <https://doi.org/10.47268/tatohi.v1i12.878>.
- Kamila, Prasetyo. 'Kepastian Hukum Atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek First To File Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia'. *Jurnal Notarius* 1, no. 2 (2022): 302–3. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/notarius/article/view/15719><https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/notarius/article/view/15719>.
- Labetubun, Muchtar Anshary Hamid, and Marselo Valentino Geovani Pariela. 'Controlling of Imported or Exported Goods Related to Brand Protection By Customs'. *UNTAG Law Review* 4, no. 1 (2020): 20–33. <https://doi.org/10.56444/ulrev.v4i1.1522>.
- Murjiyanto, Raden. 'Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem Deklaratif Ke Dalam Sistem Konstitutif)'. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 24, no. 1 (2017): 220.
- Permata, Rika Ratna, and Muthia Khairunnisa. 'Perlindungan Hukum Merek Tidak Terdaftar Di Indonesia'. *Jurnal Opinio Juris* 19, no. 1 (2016): 68–95.
- Saragih, Rintan. 'Menelusuri Penyebab Lambannya Perkembangan UMKM Di Desa Baru Dan Dusun Tuntungan Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang'.

- Jurnal Kewirausahaan* 5, no. 1 (2019): 1–14.
<https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jk/article/view/65>.
- Tanjung, Damar Ramadhanna, Rinitami Njatrijani, and Bagus Rahmanda. ‘Penerapan Prinsip First to File Dalam Sengketa Merek Terkenal’. *Law, Development and Justice Review* 6, no. 2 (2023): 111–28. <https://doi.org/10.14710/ldjr.6.2023.111-12>.
- Toguan, Zulfikri. ‘Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah’. *UIR Law Review* 5, no. 2 (2021): 42–56. [https://doi.org/10.25299/uirrev.2021.vol5\(2\).7168](https://doi.org/10.25299/uirrev.2021.vol5(2).7168).
- Verawati, Devi Eka. ‘Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur’. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa* 5, no. 2 (2022): 122–32. <https://doi.org/10.30996/abdikarya.v5i2.7250>.