

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Hak Kekayaan Intelektual adalah hak yang berasal dari kemampuan kreatif manusia yang diekspresikan untuk masyarakat, mempunyai nilai ekonomi dan bermanfaat bagi kehidupan manusia seperti di bidang seni, sastra, teknologi, dan ilmu pengetahuan.<sup>1</sup> Secara historis, hak kekayaan intelektual berkembang dari prinsip logika yang membedakan teknologi dari ilmu pengetahuan. Pemikiran manusia menghasilkan hak cipta rasa dan karsa kemudian berkembang menjadi hak cipta, paten, merek, desain industri, varietas tanaman, dan desain tata letak sirkuit terpadu.<sup>2</sup>

Di Indonesia memiliki Undang-Undang Kekayaan Intelektual, antara lain:<sup>3</sup>

- 1) Undang-Undang No. 29 Tahun 2000 Tentang Perlindungan Varietas Tanaman.
- 2) Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.
- 3) Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri.
- 4) Undang-Undang No. 32 Tahun 2000 Tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.
- 5) Undang-Undang No. 14 Tahun 2014 Tentang Paten.
- 6) Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
- 7) Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

---

<sup>1</sup> Nanda Dwi Rizkia dan Hardi Fardiansyah, “*Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*”, Widina Bhakti Persada, Bandung, 2022, hlm. 10

<sup>2</sup> Darwance, Yokotami, at all, “*Dasar-Dasar Pemikiran Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*”. Jurnal Hukum Progresif, Volume 15, No.2, 2020, Fakultas Hukum Universitas Bangka Belitung, Bangka Belitung, hlm 197.

<sup>3</sup> Dahris Siregar, dan Dahlia Kusuma Dewi,” *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*”, Qiara Media, Pasuruan, 2021, hlm.8.

Peraturan perundang-undangan tentang Hak Kekayaan Intelektual di antaranya adalah hak merek. Merek merupakan tanda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa dan memiliki daya pembeda. Tanda tersebut mudah untuk diingat dan dapat diwujudkan dalam bentuk grafis atau dapat dilambangkan dengan huruf atau angka (tertulis), seperti kata gambar atau logo, suara melalui notasi balok atau angka, hologram, maupun tiga dimensi.<sup>4</sup>

Merek merupakan tanda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa dan memiliki daya pembeda. Tanda tersebut mudah untuk diingat dan dapat diwujudkan dalam bentuk grafis atau dapat dilambangkan dengan huruf atau angka (tertulis), seperti kata gambar atau logo, suara melalui notasi balok atau angka, hologram, maupun tiga dimensi.<sup>5</sup>

Pengertian Merek Berdasarkan Pasal 1 angka 1, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (untuk selanjutnya ditulis UU MIG), dijelaskan:

“Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.

---

<sup>4</sup> Ami, “*Wawancara Pribadi*”, Pelayanan Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, 1 Oktober 2024, Semarang.

<sup>5</sup> Ami, “*Wawancara Pribadi*”, Pelayanan Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, 1 Oktober 2024, Semarang.

Merek memiliki beberapa, sebagaimana dijelaskan pada Pasal 1 angka 2, 3, dan 4 UU MIG, yaitu:

2. “Merek Dagang adalah merek dagang yang digunakan oleh satu orang atau lebih yang bertindak secara bersama-sama atau berbadan hukum untuk membedakan suatu barang dengan barang lain yang sejenis.
3. Merek Jasa adalah merek dagang yang digunakan oleh satu orang atau lebih untuk membedakan suatu jasa yang diperdagangkan secara bersama-sama atau bersama-sama dengan jasa-jasa lain yang sejenis.
4. Merek Kolektif adalah merek dagang yang digunakan atas barang atau jasa yang diperdagangkan oleh lebih dari satu orang atau organisasi yang mempunyai kesamaan sifat, ciri umum, mutu, dan pengelolaan barang atau jasa tersebut”.

Konsep merek menurut hukum digolongkan menjadi benda bergerak tidak berwujud. Dalam kamus hukum dinyatakan bahwa hukum benda mencakup keseluruhan aturan yang mengatur hubungan antara subjek hukum dan benda serta hak kebendaannya, sangat penting untuk membedakan antara benda terdaftar dan tidak terdaftar, serta benda bergerak dan tidak bergerak.

Pasal 499 KUH Perdata menyatakan bahwa barang adalah tiap benda dan tiap hak yang dapat menjadi objek dari hak milik. KUH Perdata membedakan antara benda bergerak dan benda tidak bergerak. Disamping itu KUH Perdata membedakan dua jenis kebendaan, yaitu; benda yang berwujud atau bertubuh dan benda tidak berwujud. (Pasal 503).

Benda adalah segala sesuatu yang dapat menjadi objek hak milik. artinya, merek adalah hukum benda yang tidak berwujud karena yang menjadi objek

hak milik adalah hak kepemilikan atas karya manusia, haknya tidak terbatas pada produk yang dibuat.<sup>6</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas benda adalah suatu aset usaha bagi pelaku usaha UMKM. Pengertian Aset Usaha secara normatif ditemukan dalam Pasal 1 angka 17 Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2023 Tentang Penilaian Terhadap Penggabungan, Peleburan Atau Pengambilalihan Saham dan /atau Aset Yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli dan/atau Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu:

” Aset adalah benda bergerak maupun tidak bergerak baik berwujud maupun tidak berwujud yang memiliki nilai ekonomi”.

Pengertian Pelaku Usaha secara normatif ditemukan dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

“ Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Merek berupa barang atau produk yang diproduksi seseorang atau badan hukum memiliki peran sebagai alat pembeda dari suatu bentuk barang atau

---

<sup>6</sup> Rakhmita Desmayanti, “Merek Sebagai Jaminan Fidusia”, <https://siplawfirm.id/merek-sebagai-jaminan-fidusia/?lang=id>, 29 juli 2022.

jasa, tidak hanya sebagai alat pembeda merek juga digunakan sebagai aset usaha<sup>7</sup>. Aset usaha dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

#### 1) Aset Berwujud

Aset berwujud adalah aset investasi yang mencakup dalam bentuk fisik atau yang memiliki nilai, aset berwujud antara lain:<sup>8</sup>

- a. Tanah
- b. Bangunan
- c. Mesin produksi
- d. Kendaraan

#### 2) Aset Tidak Berwujud

Aset tidak berwujud (*Asset Intangible*), yaitu aset yang tidak memiliki bentuk fisik atau tidak bisa dilihat, meskipun tidak terlihat tetapi memiliki nilai ekonomi yang signifikan karena memberikan manfaat atau keunggulan bagi pelaku usaha, aset tidak berwujud antara lain:<sup>9</sup>

- a. Kekayaan Intelektual
- b. Paten
- c. Hak Cipta
- d. Merek Dagang

---

<sup>7</sup> Budi Agus Riswandi, “Merek Adalah Aset”, <https://law.uui.ac.id/blog/2022/08/08/merek-adalah-aset/>, Tanggal akses 7 November 2024.

<sup>8</sup> Wikipedia, “Aset Berwujud”, [https://id.wikipedia.org/wiki/Aset\\_berwujud#cite\\_note-2](https://id.wikipedia.org/wiki/Aset_berwujud#cite_note-2), tanggal akses 7 November 2024.

<sup>9</sup> Admin ekonomi, “Aset Tetap dan Tidak Berwujud”, <https://ekonomi.uma.ac.id/2024/04/30/aset-tetap-dan-tidak-berwujud/>, tanggal akses 7 November 2024.

Berdasarkan penjelasan di atas, dalam dunia usaha setiap Pelaku UMKM memiliki barang yang dijual kepada pelanggan atau konsumen, baik dari pedagang kaki lima hingga toko yang menjual produknya di lokasi tertentu. Dengan memperkenalkan barang atau jasa mereka kepada masyarakat, Pelaku Usaha UMKM tersebut akan membuat produknya berbeda dari produk lainnya. Merek adalah tanda yang diberikan oleh perusahaan kepada produk yang diperdagangkan guna membedakan produk barang yang satu dengan yang lain.<sup>10</sup>

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, Pasal 1 angka 3. dijelaskan:

“Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang selanjutnya disingkat UMKM adalah usaha usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.”

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 1 angka 1, angka 2, angka 3, menyatakan:

1. “Usaha Mikro ialah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorang, yang sesuai pada kriteria Usaha Mikro seperti dijelaskan pada Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil ialah orang pribadi maupun badan ekonomi yang tidak menjadi anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki maupun dikendalikan oleh perusahaan tersebut, atau bukan merupakan

---

<sup>10</sup> Sonny Johanes, Hendra Haryanto att all, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Hak Atas Merek Studi Putusan Nomor 69/Pdt.Sus/Merek/2019/PN.Niaga.Jkt.Pst*”, Jurnal Krisna Law, Volume 3, Nomor 2, 2021 Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana, Jakarta, hlm 2.

bagian langsung atau tidak langsung dari Usaha menengah atau besar yang sesuai syarat Usaha Kecil yang bersifat mandiri dan produktif seperti dijelaskan pada Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah ialah usaha yang dijalankan oleh perseorangan pribadi maupun badan yang bukan anak perusahaan, cabang, ataupun langsung atau tidak langsung bagian dari suatu usaha yang dimiliki dan dikuasai oleh Usaha Kecil, Menengah, maupun Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini”.

Di bawah ini disajikan jumlah UMKM Kabupaten Kudus dari Tahun 2019 sampai dengan 2023, yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Suhadi (Analisis Kebijakan Ahli Pertama Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Koperasi, Usaha Mikro Kabupaten Kudus).<sup>11</sup>

Table 1.1 Jumlah UMKM Kabupaten Kudus

No	Kategori Usaha	2019	2020	2021	2022	2023
1.	Usaha Mikro	14.204	15.004	16.290	16.784	17.072
2.	Usaha Kecil	788	877	789	789	1.102
3.	Usaha Menengah	103	103	103	103	103
<b>4.</b>	<b>Jumlah seluruh UMKM</b>	<b>15.095</b>	<b>15.894</b>	<b>17.182</b>	<b>17.676</b>	<b>18.277</b>
5.	Persentase Usaha Mikro	93,1%	94,4%	94,8%	95,0 %	93,4%
6.	Persentase Usaha Kecil	5,2%	5,5%	4,6%	4,5 %	6,0%
7.	Persentase Usaha Menengah	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%

Sumber: Dinas Tenaga Kerja Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kudus, diolah peneliti.

<sup>11</sup> Sahudi, “*Wawancara Pribadi*”, Analisis Kebijakan Ahli Pertama, 11 Agustus 2024, Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Koperasi Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kudus, Kudus.

Jika dilihat dari keberadaan UMKM berdasarkan wilayah Kecamatan, maka jumlah UMKM tiap Kecamatan sebagaimana tersaji pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Jumlah UMKM menurut Kecamatan Tahun 2019-2023: <sup>12</sup>

No	Kecamatan	2019	2020	2021	2022	2023
1	Kaliwungu	1.843	1.957	2.062	2.153	2.225
2	Kota Kudus	2.626	2.714	2.869	2.948	3.040
3	Jati	1.629	1.707	1.806	1.834	1.864
4	Undaan	1.619	1.711	1.727	1.757	1.811
5	Mejobo	576	656	668	719	820
6	Jekulo	1.725	1.854	1.922	1.899	2.085
7	Bae	1.525	1.605	1.648	1.707	1.792
8	Gebog	1.546	1.615	1.911	1.965	2.000
9	Dawe	2.006	2.075	2.569	2.604	2.640
<b>Jumlah</b>		<b>15.095</b>	<b>15.894</b>	<b>17.182</b>	<b>17.676</b>	<b>18.277</b>

Sumber: Dinas Tenaga Kerja Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kudus, diolah peneliti.

Berdasarkan wawancara kepada Emy selaku Koordinator Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu terdapat 115 pelaku Usaha Mikro dan 27 pelaku Usaha Kecil di Desa Gribig.

Tabel 1.3 Jumlah UMKM Desa Gribig <sup>13</sup>

Tahun	Mikro	Kecil	Menengah
2022	26	24	-
2023	86	3	-
<b>Jumlah</b>	<b>115</b>	<b>27</b>	<b>-</b>

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, diolah peneliti.

<sup>12</sup> Sahudi, “*Wawancara Pribadi*”, Analisis Kebijakan Ahli Pertama, 11 Agustus 2024, Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Koperasi Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kudus, Kudus..

<sup>13</sup> Emy, “*Wawancara Pribadi*”, Koordinator Penanaman Modal, 19 September 2024, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Kudus, Kudus.

Di Desa Gribig terdapat pelaku usaha yang telah mendaftarkan mereknya, diantaranya adalah merek untuk batik dengan nama Alfa Shoofa Batik Kudus. Merek batik ini telah didaftarkan sejak tahun 2014. Batik ini mereknya pernah ditiru orang lain dan telah disomasi sebanyak tiga kali. Namun peniru tidak menanggapinya dan pihak pemilik Alfa Shoofa Batik akhirnya membiarkan, karena tidak ingin masalah berlanjut.<sup>14</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis meneliti alasan atau pertimbangan pelaku usaha yang belum mendaftarkan mereknya dan untuk mengetahui langkah atau tindakan yang diambil oleh pelaku usaha yang tidak mendaftarkan merek dagangnya ketika menghadapi kasus peniruan produknya. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Urgensi Merek Dagang Sebagai Aset Usaha Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Desa Gribig Kabupaten Kudus”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis mengajukan dua Rumusan Masalah, antara lain:

1. Mengapa Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Gribig Kabupaten Kudus tidak mendaftarkan Merek Dagang atas produknya Sebagai Aset Usaha?

---

<sup>14</sup> Ummu Asiyati, “*Wawancara Pribadi*”, Pemilik Alfa Shoofa Batik Kudus, 23 September 2024, Alfa Shoofa Batik Kudus, Kudus.

2. Bagaimana upaya Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Gribig yang tidak mendaftarkan Merek Dagang atas usahanya jika produknya ditiru?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini sebagaimana rumusan permasalahan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui alasan atau pertimbangan pelaku usaha mikro kecil dan menengah desa gribig tidak mendaftarkan merek dagang atas produknya sebagai aset usaha.
2. Untuk mengetahui upaya Pelaku UMKM Desa Gribig yang tidak mendaftarkan Merek Dagang atas Usahanya jika produknya ditiru.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian hukum ini terdiri dari kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yaitu:

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Secara Teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis, mahasiswa serta masyarakat agar dapat digunakan menjadi referensi pemahaman serta bahan pengembangan dalam ilmu hukum khususnya dalam ilmu pengetahuan Hukum yang berkaitan dengan judul “Urgensi Merek Dagang Sebagai Aset Usaha Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Gribig Kabupaten Kudus”.

## **2. Kegunaan Praktis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya, guna penyelesaian permasalahan di waktu yang akan datang.

- a. Bagi Para Pelaku Usaha, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik terkait dengan Urgensi Merek Dagang Sebagai Aset Usaha Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- b. Bagi Pemerintah, diharapkan dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk memberikan input dan saran dalam pengambilan kebijakan terkait dengan Urgensi Merek Dagang Sebagai Aset Usaha Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- c. Bagi Masyarakat, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan terkait Urgensi Merek Dagang Sebagai Aset Usaha Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

## **E. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan dalam karya ilmiah ini, berisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Penulisan ini terdiri atas 5 bab, yang tiap-tiap bab saling berkaitan.

**Bab I Pendahuluan,** Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

**Bab II Tinjauan Pustaka,** yang didalamnya berisi Tinjauan umum tentang Hak Kekayaan Intelektual, Tinjauan Umum Tentang Merek, Tinjauan Umum Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

**Bab III Metode Penelitian,** Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Tiap metode yang digunakan diberikan uraian mengenai pengertiannya, alasan penggunaannya, argumentasinya, dan juga uraian bagaimana operasionalisasinya. Isi dari Bab III ini terdiri dari: Metode Pendekatan, Spesifikasi Penelitian, Metode Penentuan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Metode Pengolahan dan Penyajian Data, Metode Analisis Data

**BAB IV Penelitian dan Pembahasan,** Dalam Bab ini memaparkan alasan pelaku usaha mikro kecil dan menengah tidak mendaftarkan merek dagang atas produknya sebagai aset usaha, dan upaya pelaku usaha mikro kecil dan menengah tidak mendaftarkan merek dagang atas usahanya jika produknya ditiru.

**BAB V PENUTUP,** Bagian ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

