

Hak Paten Merek Sebagai Perlindungan Hukum dan Keberlanjutan Bisnis UMKM Kopi Lelet Cangkir dalam Bersaing

Brand Patent Rights as Legal Protection and Business Continuity MSMEs Coffee Lelet Cup in Competing

Hersugondo^{1*}, Sugeng Wahyudi², Ahyar Yuniawan³, Idris⁴

Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

*Penulis Korespondensi:

hersugondo@lecturer.undip.ac.id

Riwayat Artikel: Dikirim 19 Desember 2022; Diterima 29 Mei 2022; Diterbitkan 31 Mei 2022

Abstrak

Kopi adalah tanaman petani Indonesia yang cukup populer, produk kopi sudah menjadi minuman yang banyak digemari oleh semua lapisan masyarakat bahkan menjadi sumber penghasil devisa dari ekspor kopi. Permintaan kopi baik untuk konsumsi lokal bahkan import terus meningkat, menjamurnya kedai-kedai yang menyediakan minuman kopi semakin mendorong peningkatan permintaan produk kopi sehingga perlunya terus didorong UMKM yang mampu menyediakan produk kopi untuk memenuhi peningkatan permintaan tersebut. Kebiasaan dan kegemaran masyarakat mengkonsumsi kopi mendorong banyak sekali muncul bisnis olahan kopi. Salah satu yang menarik di Kabupaten Rembang adalah kebiasaan mengkonsumsi kopi lelet. Kopi Lelet dan cangkir Kabupaten Rembang menjadi salah satu pelaku usaha kopi yang mempunyai potensi pengembangan usaha yang baik. Hasil survey dan observasi dilanjutkan dengan memberikan pelatihan manajerial dan kewirausahaan serta pendampingan maupun berbagai fasilitas. Tim PKM melihat bahwa *Value* bisnis yang besar di Kopi Lelet Cangkir ini perlu di lindungi dengan perlindungan hukum utamanya hak merek. Dengan memiliki hak paten merek Kopi Lelet cangkir akan lebih percaya diri dalam persaingan usahanya sehingga mampu memiliki keunggulan bersaing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Kata kunci: Hak Paten Merek, Perlindungan, Keberlanjutan Bisnis, UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir

Abstract

Coffee is a popular Indonesian farmer's plant, coffee products have become a drink that is much favored by all levels of society and has even become a source of foreign exchange earnings from coffee exports. The demand for good coffee for local consumption and even imports continues to increase, the proliferation of shops that provide coffee drinks is increasingly driving the increase in demand for coffee products so that it is necessary to continue to be encouraged by MSMEs that are able to provide coffee products to meet the increasing demand. People's habits and hobbies of consuming coffee encourage a lot of coffee processing businesses to appear. One of the interesting things in Rembang Regency is the habit of consuming slow coffee. Lelet Coffee and cup Rembang Regency is one of the coffee business actors that has good business development potential. The results of the survey and observations were continued by providing managerial and entrepreneurship training as well as assistance and various facilitation. The PKM team sees that the large business value in Kopi Lelet Cangkir needs to be protected with legal protection, especially brand rights. By having a patent for the Kopi Lelet cup brand, you will be more confident in your business competition so that you will be able to have a competitive advantage and long-term business sustainability.

Keywords: Brand Patent Rights, Protection, Business Sustainability, MSME Coffee Cap Lelet Cangkir

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas pertanian yang paling diminati di dunia, dengan pangsa pasar dunia sebesar \$84,5 miliar (Euromonitor, 2014). Selama 40 tahun terakhir,

konsumsi kopi telah meningkat dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 2,4% karena faktor-faktor seperti pertumbuhan populasi global, dan meningkatkan konsumsi minuman kopi oleh milenium (Yohannes et al., 2016).

Kopi adalah komoditas perkebunan rakyat yang memiliki nilai ekonomi yang cukup penting bagi masyarakat Indonesia. Peranan penting kopi tersebut bisa dilihat dari kenaikan kinerja perdagangan terutama ekspor, serta nilai tambah dari kopi itu sendiri. Data International Coffee Organization, Negara kita Indonesia menduduki peringkat keempat penghasil kopi terbesar dunia dengan total produksi per tahun lebih dari 700 ribu ton. Selain itu, Indonesia masuk dalam 10 besar konsumen kopi di dunia dengan pertumbuhan dari Oktober 2008 sampai dengan September 2019 sebesar 44% dan selama periode Oktober 2018 sampai September 2019 konsumsi kopi per kapita di Indonesia sebesar 1,13kg/th. Pangsa pasar konsumsi kopi Indonesia September 2019 pada kawasan Asia dan Oseania menduduki peringkat pertama yaitu sebesar 13,5% dan secara global sebesar 2,9% yang menduduki peringkat kelima (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2020).

Tingginya pangsa pasar konsumsi kopi di Indonesia yang terus tumbuh, menunjukkan adanya peluang bisnis kopi yang sangat potensial. Produksi kopi di Indonesia tahun 2017-2021 mengalami pertumbuhan yang cukup baik, sebagaimana bisa dilihat pada Gambar 1 di bawah. Adanya keseimbangan antara produksi atau pasokan kopi dari dalam negeri serta pangsa pasar konsumsi yang tinggi, membuat banyak orang yang memulai untuk berbisnis kopi, terutama dengan membuka warung atau café kopi. Saat pandemi covid-19, kopi merupakan salah satu pilihan minuman yang banyak dikonsumsi untuk menemani work from home (WFH) karena adanya kebijakan pemerintah dalam memutus pandemic dan penyebaran covid 19, di lingkungan lembaga atau perusahaan yang masuk kategori esensial maupun non esensial. Kopi adalah komoditas yang produk minumannya yang sangat populer dan digemari oleh masyarakat setelah air mineral.

Gambar 1.
Produksi Kopi Indonesia



Sumber: Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2021

Studi tentang kandungan kopi masih menjadi perdebatan sampai sekarang. Ada studi yang menunjukkan bahwa kopi memiliki efek negatif terhadap kesehatan karena kandungan kafein dan asam amino yang tinggi, seperti menyebabkan sakit perut bagi yang memiliki lambung yang sensitive (Farida et al., 2013) berdampak buruk pada janin jika dikonsumsi berlebihan, bau mulut, meningkatkan stress dan darah tinggi yang meningkat, menjadi insomnia, berdampak buruk bagi jantung, stroke, kemandulan, pencernaan, kecanduan, penuaan dini, sakit kepala dan bagi perempuan bisa mengakibatkan pengeroposan tulang bila mengkonsumsi lebih dari cangkir per hari.

Namun demikian, kopi juga memiliki manfaat juga bagi kesehatan karena mengandung antioksidan. Antioksidan kopi lebih tinggi dibandingkan dengan teh dan coklat. Kopi juga bisa merangsang kinerja otak dan kanker (Farida et al., 2013). Manfaat lain dari mengkonsumsi kopi membuat tubuh menjadi lebih fresh, segar dan hangat, perangsang dalam melakukan beraktivitas dan mencegah kanker prostat, dengan catatan ketika diminum tidak dicampur dengan krim atau susu. Kopi yang kafeinnya rendah juga dapat menstimulasi sistem saraf, dampaknya dapat meningkatkan konsentrasi dan suasana hati yang baik (Oktadina et al., 2013).

Salah satu yang bisa memanfaatkan peluang bisnis kopi adalah UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir di Kabupaten Rembang. UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir adalah UMKM yang memproduksi kopi bubuk asli sejak tahun 1982, diberikan nama Lelet Cangkir karena di Kabupaten Rembang terkenal dengan kopi leletnya. Kebiasaan minum kopi masyarakat Rembang adalah dengan “meleletkan” ampas kopi di rokok dan bagi para penikmat rokok rasanya sangat nikmat dan berbeda ketika tidak diberi “leletan” kopi. Proses produksi Kopi Cap Lelet Cangkir ditampilkan pada gambar berikut.

Gambar 2.

Proses Produksi Kopi Cap Lelet Cangkir



Sumber: Dokumentasi Pribadi

UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir sudah memiliki ijin PIRT dan sertifikat halal serta variasi produk dengan kemasan yang menarik. Selain itu juga sudah dipasarkan baik secara online menggunakan sosial media maupun website.

Adapun produk dari UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir yang dipasarkan kepada pelanggan ditampilkan pada gambar 3 berikut:

Gambar 3.

Produk UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir

Kopi Robusta Kemasan Plastik	Kopi Robusta Kemasan Aluminium Foil	Kopi Robusta Kemasan Aluminium Foil
Kopi Robusta Super Kemasan Aluminium Foil	Kopi Arabica Kemasan Kertas Coklat	Kopi Bean Kemasan Kertas Coklat

Sumber: UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir

Namun, UMKM Kopi cap Lelet Cangkir belum memiliki hak paten merek. Hak paten merek bagi UMKM sangat penting untuk perlindungan secara hukum atas merek yang dimiliki oleh UMKM sendiri agar tidak ditiru oleh para pesaing, juga untuk keberlanjutan bisnis UMKM. Sebagaimana UU Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pasal 1 ayat berbunyi: bahwa 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 (atau) lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/ atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Lebih lanjut pada huruf a dijelaskan bahwa dalam era free trade, merek menjadi sangat penting untuk menjaga kompetisi usaha yang tetap sehat, sehingga perlunya perlindungan bagi UMKM dan industri dalam negeri.

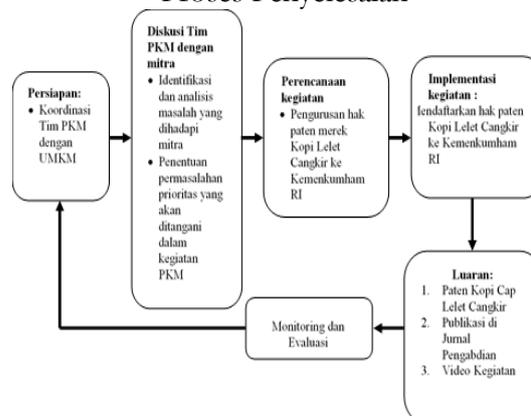
Berdasarkan bunyi UU Nomor 20 tahun 2016 tersebut, maka sudah seharusnya UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir untuk memiliki sertifikat hak paten merek agar terlindung dari kompetitor yang seneng meniru mereknya dan bisa bersaing secara sehat untuk keberlanjutan bisnis. Untuk itu, program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim adalah memfasilitasi pengurusan Hak Paten Merek Kopi Cap Lelet Cangkir ke Kemenkumham Republik Indonesia.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan diawali dengan metode survey dan observasi terhadap UD Kopi Lelet Cangkir Kabupaten Rembang (Arifin, M., & Ariyanto, 2018). Selanjutnya dilakukan berbagai pendekatan supaya produk yang memiliki *value* tersebut dapat terlindungi kekayaan intelektualnya. Kegiatan diawali dengan melakukan pelatihan manajerial dan kewirausahaan, pendampingan dan fasilitasi peralatan serta melibatkan peran pemerintah daerah setempat dalam melindungi usaha di daerahnya.

Setelah dilakukan berbagai kegiatan, permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir dengan segudang potensi yang begitu besar tetapi belum dimanfaatkan dan dikembangkan secara maksimal, maka tim PKM mengusulkan salah satu solusi dengan memfasilitasi pengurusan hak paten merek Kopi Lelet Cangkir ke Kemenkumham RI. Proses yang akan dilakukan oleh tim PKM mulai dari identifikasi berbagai alternative solusi ditampilkan pada gambar 4 berikut:

Gambar 4.
Proses Penyelesaian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Kotler (2016) mengatkan bahwa unit usaha perlu memiliki semangat membangun *customer* dan *market* di sekitarnya. Begitu pula dengan tim PKM yang dilaksanakan pada Kopi Lelet Cangkir. Setelah melakukan koordinasi dengan UMKM mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra yang relatif *urgent* dan mendesak Tim PKM selanjutnya melakukan serangkaian kegiatan guna memberikan pelatihan, pendampingan kepada mitra dalam upaya untuk ekspansi dan pengembangan usaha. Program PKM yang dilakukan dengan mitra menggunakan konsep kebersamaan dan kekeluargaan agar seluruh kegiatan yang akan dilaksanakan bisa berjalan dengan baik dan dapat memberikan kebermanfaatannya yang besar. Dalam praktiknya tim PKM melakukan survey kepada mitra secara indeph guna menggali permasalahan yang terjadi dan yang dirasalah oleh mitra, sehingga tim dapat merumuskan berbagai alternative solusi. Gambar 5 di bawah adalah: koordinasi tim dengan UMKM Kopi Lelet Cangkir dan pendampingan usaha.

Gambar 5.
Koordinasi dan Pendampingan Tim
dengan UMKM Mitra



Sebagai bentuk implementasi kesepakatan yang sudah dikoordinasikan sebagai solusi untuk menyelesaikan masalah mitra, yaitu mendorong pengembangan usaha dan fasilitasi pengurusan paten merek Kopi Cap Lelet Cangkir ke Kemenkumham Republik Indonesia, status pengajuan paten merek sampai dengan tanggal 17 September 2021 dapat dilihat pada Gambar 5 di bawah. UU Nomor 20 Tahun 2016 Merek dan Indikasi Pasal 46 ayat (4) menyatakan bahwa untuk pemberdayaan UMKM, pemerintah dapat mendaftarkan merek kolektif yang diperuntukkan bagi pengembangan usaha dimaksud dan/atau pelayan publik. Jadi, jika merujuk pada Pasal 46 ayat (4) di atas, maka pemerintah sebenarnya memiliki kewajiban untuk memberikan fasilitas dan kemudahan bagi UMKM agar memiliki paten merek.

Hal senada juga disampaikan oleh Arliman S, (2017) bahwa pemerintah seharusnya memberikan perhatian yang lebih kepada UMKM dan memberdayakannya karena UMKM merupakan salah satu pelaku bisnis yang strategis dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Bentuk riil perhatian pemerintah adalah dengan memberikan perlindungan berupa hal paten merek UMKM. Fungsi utama dari sebuah merek yaitu supaya pelanggan bisa memberi ciri suatu produk barang maupun jasa (UU Nomor 7 Tahun 2014, PP 80 Tahun 2019) yang dimiliki perusahaan sehingga bisa dibedakan dengan produk perusahaan

sejenis yang serupa atau memiliki kemiripan yang dimiliki oleh kompetitornya (Novianti et al., 2017).

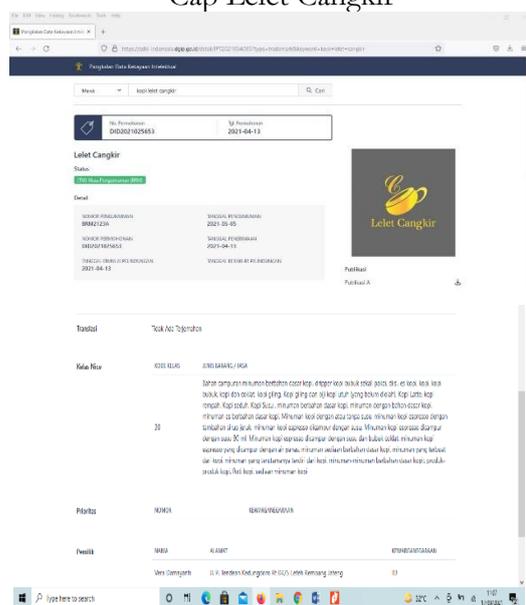
Merek juga memiliki fungsi: 1) sebagai tanda pengenal guna membedakan produk perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain; 2) sebagai alat untuk promosi produk barang atau jasa; 3) sebagai jaminan atau kualitas produk barang atau jasa perusahaan, dengan mengetahui kualitas produk maka konsumen diuntungkan, perusahaan juga sama; dan 4) merek menunjukkan asal barang atau jasa, baik daerah maupun negara (Khoironi, 2013). Setiap hak kekayaan intelektual termasuk di dalamnya adalah hak paten merek harus didaftarkan, karena pendaftaran yang memenuhi persyaratan perundang-undangan merupakan pengakuan dan pembenaran atas hak kekayaan intelektual seseorang yang diwujudkan dengan sertifikat pendaftaran, sehingga pemilik merek terdaftar memperoleh perlindungan hukum. Begitu juga halnya dengan merek yang dimiliki UMKM, akan memiliki legalitas resmi sehingga akan dilindungi oleh UU jika telah terdaftar di Kemenkumham RI (Novianti et al., 2017).

Begitu pentingnya hak paten merek bagi UMKM, dalam hal ini bagi UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir agar bisa terlindungi secara hukum dari hal-hal yang tidak diharapkan seperti ditiru oleh para kompetitor. Hal tersebut juga pernah dialami oleh UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir, dimana produknya yang dalam kemasan plastik ditiru dengan nama yang sama dan dipasarkan pada pasar atau pelanggan yang sama. Tujuan dari kompetitor tersebut adalah untuk merebut pelanggan. Pesaingan semacam inilah yang tidak sehat dan merusak pasar. Namun demikian, rasa dari produk tidak bisa ditiru. Pelanggan yang setia sudah bisa merasakan dan tahu kualitas produk dari Kopi Cap Lelet Cangkir, sehingga konsumen dan pelanggan tetap bisa membedakan orisinalitas

produk yang dihasilkan oleh Kopi Cap Lelet Cangkir.

Untuk memperkuat perlindungan secara hukum dan keberlanjutan bisnis UMKM Kopi Cap Lelet Cangkir, maka hak paten merek Kopi Cap Lelet Cangkir sangat penting untuk segera didaftarkan di Kemenkumham RI dan mendapatkan pengakuan dan perlindungan secara hukum agar tidak terjadi lagi produk palsu dengan mencatut nama Kopi Cap Lelet Cangkir. Pengajuan pendaftaran Hak Paten Merek Kopi Cap Lelet Cangkir ditampilkan pada gambar dibawah ini.

Gambar 6.
Fasilitasi Pengurusan Paten Merek Kopi
Cap Lelet Cangkir



Sumber: data diolah sendiri

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah tim Undip lakukan dengan Mitra Kopi Cap Lelet Cangkir dapat disimpulkan bahwa tim PKM telah melaksanakan survey lanjutan yang bersifat *indepb* dan terus berkoordinasi dengan mitra untuk melihat lebih jauh permasalahan yang dihadapi dan memberikan solusi atas semua persalahan, sehingga pengabdian ini mampu menjadi *problem solver*. Survei lanjutan yang dilakukan secara *indepb* serta koordinasi yang telah

dilakukan guna melindungi keberlangsungan usaha dan menumbuh kembangkan UMKM mitra adalah tim dengan memfasilitasi dan pendampingan dalam pengurusan hak paten merek Kopi Cap Lelet Cangkir ke kantor Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia dalam hal ini Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dengan status sampai dengan tanggal 17 September 2021 adalah (TM) Masa Pengumuman (BRM). Hal ini dimaksudkan agar tetap terjaga keberadaan UMKM mitra dimasa-masa yang akan datang dari kemungkinan terjadinya masalah-masalah hokum yang terkait dengan merk dagang, sehingga akan didapat kepastian hukum dalam mengembangkan usaha di masa yang akan datang. Kemudian dalam upaya pengembangan dan ekspansi UMKM Kopi Lelet Cangkir ke depan, maka tim pengabdian Undip memberikan saran agar mitra membuat diversifikasi produk lain dari yang sudah ada, sehingga UMKM mitra semakin maju dan berkembang serta terjadi peningkatan pendapatan yang signifikan.

Ucapan Terimakasih

Artikel ini merupakan output dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dibiayai dana non APBN Universitas Diponegoro TA. 2021 melalui SKIM Penguatan Komoditi Unggulan Masyarakat (PKUM), untuk itu kami tim PKM mengucapkan terima kasih atas kepercayaan yang diberikan Universitas Diponegoro cq. LPPM Universitas Diponegoro untuk melaksanakan kegiatan PKM tersebut

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, M., & Ariyanto. (2018). Desa Penghasil Kopi Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Damarwulan Kecamatan Keling Kabupaten Jepara. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 3(1), 19–31.

- Arliman S, L. (2017). Perlindungan Hukum UMKM Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387–402. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.194>
- Euromonitor International. (2014). State of the Coffee Market in North America. Retrieved from <http://www.hawaiicoffeeassoc.org/Resources/Documents/State-of-Coffee-Market-Euromonitor.pdf>
- Farida, A., R, E. R., & Kumoro, A. C. (2013). Penurunan Kadar Kafein Dan Asam Total Pada Biji Kopi Robusta Menggunakan Teknologi Fermentasi Anaerob Fakultatif Dengan Mikroba Nopkor Mz Dengan Mikroba Nopkor Mz-15. *Jurnal Teknologi Kimia Dan Industri*, 2(3), 70–75. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jtki/article/download/2823/2777>
- Khoironi, I. A. (2013). Implementasi Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada Home Industry Eggroll. *Unnes Law Journal*, 2(2), 129–136. <https://doi.org/10.15294/ulj.v2i2.2273>
- Liana Vivin Wihartanti, Farida Styaningrum, Galih Chandra Noegraha (2020) Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Produk Kopi Kare Dan Wisata Alam Berbasis Ekowisata Di Desa Kare Kecamatan Kare Kabupaten Madiun. *Jurnal Terapan ABDIMAS Unmer Malang*. Vol 5 No 1
- Kotler, P.T. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. 15th Edition. Pearson
- Michael Fesseha Yohannes, Toshinobu Matsuda & Naoko Sato (2016) Substitution in Consumer Demand for Coffee Product Categories in Japan, *Journal of Agricultural Science*; Vol. 8, No. 4
- Mardikanto, T. (1992) *Penyuluhan Pengembangan Pertanian*. Sebelas Maret Press, Surakarta.
- Novianti, K., T.P., R., & Hikmawati, P. (2017). *Pelindungan Merek*.
- Oktadina, F. D., Argo, B. dwi, & Hermanto, M. B. (2013). Pemanfaatan Nanas (Ananas Comosus L. Merr) untuk Penurunan Kadar Kafein dan Perbaikan Citarasa Kopi (Coffea Sp) dalam Pembuatan Kopi Bubuk. *Jurnal Keteknikan Pertanian Tropis Dan Biosistem*, 1(3), 265–273. <https://jkptb.ub.ac.id/index.php/jkptb/article/download/149/140>
- R. Nasrullah, (2015); *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika*; Simbiosis Rekatama Media.
- Renton, Michelle and, James E. Richard (2020), *Entrepreneurship in marketing: Socializing partners for brand governance in EM firms*, *Journal of Business Research*, *Journal of Business Research*, Vol 113, May 2020, Pages 180-188