



SISTEM HUKUM EKONOMI PANCASILA DALAM MENGHADAPI PENETRASI MEREK GLOBAL

Oleh
Hanita Mayasari
Fakultas Hukum Universitas Surakarta
Email: hanitamayasari@gmail.com

Abstrak

Indonesia sebagai Negara yang telah mempunyai landasan sumber hukum ekonomi yang dibangun dari nilai nilai kerakyatan yang disebut sebagai Pancasila, terus berupaya untuk mengembangkan dan mengupayakan nilai nilai luhur dalam pancasila dapat diimplementasikan ke dalam suatu sistem ekonomi hingga menjadi suatu sistem ekonomi kerakyatan yang disebut Sistem Ekonomi Pancasila, sebagaimana telah ditumbuhkan oleh para pendahulu bangsa Indonesia. Sistem ekonomi pancasila dinilai sebagai suatu sistem yang pas untuk diterapkan dalam sistem perekonomian di Indonesia, dimana Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum dijadikan sebagai “Soko Guru Perekonomian Nasional” dianggap mampu berperan sebagai sistem hukum ekonomi dalam menghadapi tantangan global, khususnya masuknya produk asing yang ditandai adanya penetrasi merek global. Diperlukan adanya suatu langkah langkah konkrit dengan tetap mempertahankan berlakunya sistem ekonomi pancasila agar para pelaku usaha nasional mampu memberikan daya saing terhadap adanya penetrasi merek global tersebut. Upaya yang dapat dilakukan yakni melalui beberapa cara diantaranya meningkatkan pengaruh Consumer Ethnocentrism dari masyarakat Indonesia hingga diperoleh loyalitas produk nasional oleh warga Negara indonesia, mendorong para pelaku usaha melakukan pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum, dan terakhir melalui Peningkatan daya saing produk lokal melalui pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil

Kata Kunci: *Sistem Ekonomi Pancasila, Merek*

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi dapat didefinisikan sebagai mendunianya kegiatan dan keterkaitan perekonomian, kegiatan-kegiatan perekonomian ini bukan lagi hanya terbatas pada aspek perdagangan dan keuangan, tapi meluas ke aspek produksi dan pemasaran bahkan sumber daya manusia. Konsekuensi dari semua ini perekonomian antar negara semakin berkaitan erat, peristiwa ekonomi di sebuah negara dengan cepat dan mudah merambah ke negara-negara lain.¹ Tidak ada definisi yang baku atau standar mengenai arti globalisasi, tetapi secara sederhana globalisasi

ekonomi dapat diartikan sebagai suatu proses dimana semakin banyak negara yang terlibat dalam kegiatan ekonomi dunia. Proses globalisasi ekonomi adalah perubahan perekonomian dunia yang bersifat mendasar atau struktural dan proses ini akan berlangsung terus dengan laju yang akan semakin cepat mengikuti perubahan teknologi yang juga akan

¹ Dumairy, 1996, *Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga, hlm. 10.



semakin cepat dan peningkatan serta perubahan pola kebutuhan masyarakat dunia.²

Produk asing seperti dari negara Cina sangat diminati konsumen di Indonesia karena memiliki harga yang relatif murah, sehingga dikhawatirkan akan menggeser produk lokal yang harganya jauh lebih mahal. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa produk Cina masih menguasai barang impor non migas yang masuk ke Indonesia pada Januari 2022. Nilai produk non migas Cina yang diimpor Indonesia di bulan itu US\$ 5,85 miliar. Angka itu setara dengan 36,55 persen dari total nilai impor non migas Indonesia sebesar US\$ 16 miliar.³ Impor produk China ke Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan, penyebabnya adalah harga yang murah dan lebih beragam serta produk yang berkualitas merupakan salah satu daya tarik tersendiri dari produk-produk asing yang dipasarkan di Indonesia. Mendunia produk China menjadikan Indonesia tidak luput menjadi salah satu target pemasaran produk-produk China hingga saat ini, produk-produk China yang mampu melihat selera konsumen sehingga selalu dicari oleh konsumen merupakan salah satu kelebihan produk China. Hal ini menurut penulis bisa kita lihat dengan menjamurnya produk China beberapa tahun terakhir ini seperti Miniso yang tidak hanya sebuah merek namun sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Indonesia yang memberikan jaminan produk berkualitas bagi penikmat beragam peralatan teknologi, rumah tangga, dan fashion. Kemudian di dunia *e-commerce* Indonesia juga mendapat pendatang baru dari China yaitu JD.id yang menjual piranti elektronik dan gadget serta kebutuhan lain, selain itu yang sudah pasti produk handphone

buatan China sangat diminati masyarakat Indonesia seperti Oppo dan Vivo yang mengalami peningkatan penjualan beberapa tahun terakhir. Oleh karena itulah, Cina menjadi pesaing terberat dari negara-negara atau produsen lainnya yang masuk di Indonesia. Produk dari Cina pun memiliki banyak pilihannya sehingga ini merupakan indikasi memicu melemahnya permintaan domestik. Apabila pemerintah tidak melakukan pengaturan terhadap masuknya produk Cina, maka dampaknya akan sangat besar dimana Indonesia bisa menjadi negara konsumen dan tidak memiliki daya saing karena sudah dimanjakan dengan produk-produk luar.

Maraknya produk asing masuk ke Indonesia terutama produk China saat ini sebenarnya konsekuensi logis dari globalisasi dimana dampaknya tentu saja dapat kita rasakan. Namun dampak dari globalisasi tersebut terhadap perdagangan dalam negeri bisa menjadi bumerang ketika pemasaran produk lokal menjadi sulit di negara sendiri karena dibanjiri oleh produk-produk impor yang masuk dan lebih terkenal, selain itu produk lokal pun juga harus menghadapi arus masuk barang ilegal dimana Indonesia baru saja melakukan pemusnahan barang Ilegal sebagai salah satu implementasi dari fungsi pengawasan, Bea Cukai melaksanakan kegiatan pemusnahan Barang Milik Negara (BMN) atas barang hasil penindakan. Pemusnahan merupakan komitmen Bea Cukai dalam melindungi masyarakat dari barang-barang ilegal dan/atau berbahaya dengan total keseluruhan nilai barang yang dimusnahkan tersebut diperkirakan mencapai Rp1.599.528.457,00 dan akibat dari pelanggaran ketentuan perundang-undangan ini

² Tulus Tambunan, 2005, *Kadin Indonesia*, Jakarta: Bahan diskusi disampaikan dalam Seminar Penataan Ruang dan Pengembangan Wilayah Dep.PU, hlm. 1.

³ <https://data.tempo.co/data/1349/produk-cina-kembali-dominasi-impor-nonmigas-indonesia-pada-januari-2022>, diakses pada 15 November 2023, jam 5.00 WIB



dapat menimbulkan kehilangan potensi penerimaan negara sekitar Rp1.925.981.018,00.⁴ Melihat hal tersebut seharusnya pemerintah bisa membendung masuknya produk impor khususnya dari Cina dan meningkatkan daya saing di dalam negeri melalui pemberdayaan Usaha mikro kecil yang ada di Indonesia. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.⁵

Masyarakat Indonesia diharapkan memberikan dukungan untuk meningkatkan daya saing melalui optimalisasi sumber daya manusia dan penggunaan produk dalam negeri. Kecenderungan akan meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa tersebut akan terus berlangsung secara terus menerus sejalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat. Dengan memperhatikan kenyataan dan kecenderungan seperti itu, menjadi hal yang dapat dipahami jika ada tuntutan kebutuhan suatu pengaturan yang lebih memadai dalam rangka terciptanya suatu kepastian dan perlindungan hukum yang kuat.

Menyikapi perkembangan nasional dan internasional yang semakin dinamis, kita sebagai bangsa yang berdaulat tidak bisa terus berdiam diri tanpa melakukan suatu perubahan dan pembaharuan. Tantangan yang dihadapi bangsa dan negara semakin berat karena perkembangan dunia yang semakin dekat dan tanpa batas.⁶ Kenyataan tersebut menurut

penulis bukan saja merupakan tantangan tetapi juga ancaman dan peluang besar dan kita tidak bisa menghindar atau bahkan berkelit sekalipun, artinya mau atau tidak mau kita harus berhadapan dengan masyarakat global sehingga globalisasi ini tidak hanya berpengaruh di bidang industri yang mencakup produksi, bisnis, pasar dan lain sebagainya tetapi juga dikaji dalam konteks kehidupan masyarakat seperti menurut putranto⁷ yaitu sebenarnya masyarakat juga merupakan elemen dari industri kehidupan sehingga tanpa disadari masyarakat Indonesia semakin tenggelam dalam perkembangan globalisasi dan penetrasi merek global sehingga perlu adanya pembangunan berkelanjutan sehingga masyarakat tidak semakin tenggelam namun bisa melakukan penetrasinya keluar sehingga Indonesia bisa unjuk gigi di kancah internasional tanpa meninggalkan jati dirinya. Apalagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi dan perdagangannya pada produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan intelektualitas manusia. Mengingat akan kenyataan tersebut, Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting. Merek benar-benar dapat menjadi satu alat yang efektif untuk memperluas pasar, oleh karena itu mengingat fungsi merek sangat strategis terutama untuk hasil produksi yang sudah terkenal maupun belum terkenal maka setiap orang yang memiliki hak khusus terhadap merek berupaya untuk memanfaatkan secara optimal.

⁴ <https://www.beacukai.go.id/berita/lakukan-pemusnahan-barang-hasil-penindakan-bea-cukai-lindungi-masyarakat-dari-barang-barang-ilegal.html>, diakses tanggal 15 November 2023, jam 6.00 WIB

⁵ <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perke-embangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukunganpemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20>

[Otenaga%20kerja%20nasional](#). Diakses pada tanggal 16 November 2023, jam 16.00 WIB

⁶ Agus Suprijanto, 2011, "Dampak Globalisasi Ekonomi terhadap Perekonomian Indonesia", Jurnal *Ilmiah Civis*, Edisi No 2 Vol I, hlm. 101.

⁷ Putranto. 2018. *Menghadirkan Pancasila dalam Era*

Revolusi Industri Keempat,



Pancasila merupakan pandangan hidup bangsa Indonesia agar senantiasa tumbuh dalam diri sebagai pembimbing interaksi antar individu dan kelompok yang ada. Namun akhir-akhir ini nilai-nilai Pancasila cenderung ditinggalkan dalam praktek kehidupan. Sebagai dampaknya eksistensi bangsa Indonesia yang pluralis pun kini terancam karena kebebasan yang kebablasan. Eksistensi bangsa Indonesia yang pluralistik terancam jika dasar negara dan konstitusi yaitu Pancasila dan UUD 1945 tidak dijadikan ukuran dan acuan dalam berpikir serta berperilaku sebagai warga negara. Ancaman lain terhadap eksistensi Pancasila adalah dampak negatif dari globalisasi. Keberadaan globalisasi menuai pro-kontra, namun harus diakui globalisasi ibarat dua sisi mata uang logam bisa menjadi peluang untuk kemajuan, dan bisa menjadi ancaman terhadap pudarnya nilai-nilai Pancasila. Sebab globalisasi memuat paham individualistik dan pragmatis. Pragmatis merupakan jelmaan dari kapitalisme global ibarat virus yang memudahkan nilai-nilai Pancasila melalui dikembangkannya demokrasi liberal yang melegalkan politik marginalisasi dan akumulasi pertumbuhan individualistik dan hegemoni ekonomi sehingga meniadakan kesejahteraan sosial ekonomi yang adil merata.

Ditinjau dari perspektif ilmu ekonomi, ancaman tersebut menjadi alasan munculnya kekhawatiran karena dengan melihat keterpurukan perekonomian nasional, meningkatnya kejahatan di sektor riil dan non-riil yang semakin mengkhawatirkan akan munculnya stigma negatif bahwa ekonomi Pancasila dianggap tidak relevan dengan tuntutan dan tantangan zaman untuk membawa keluar bangsa Indonesia dari lingkaran setan kemiskinan. Oleh karena itu, sudah sepatutnya mengimplementasikan gagasan ekonomi Pancasila dalam segala aspek kehidupan, yaitu dengan menjadikan Pancasila sebagai dasar berekonomi. Dengan kata lain menjadikan Pancasila sebagai rujukan mutlak dalam memecahkan segala persoalan ekonomi, baik dari segi makro maupun mikro. Ekonomi

Pancasila merupakan aturan main bagi kehidupan ekonomi Indonesia dengan menghubungkan antara pelaku ekonomi yang didasarkan pada nilai-nilai Pancasila. 1945.

Dalam konteks tersebut, penelitian mengenai peran sistem hukum ekonomi pancasila dalam globalisasi menghadapi penetrasi merek global penting dalam perkembangan saat ini mengingat saat ini masyarakat Indonesia menghadapi pasar bebas dan penetrasi dari produk asing yang masuk ke Indonesia maka kita juga perlu memperkuat merek lokal melalui sistem hukum Ekonomi Pancasila dan memperkuat ideologi pancasila dari masyarakat Indonesia sehingga mereka tidak semakin terseret dalam arus globalisasi karena Pancasila sangat diperlukan pada masa globalisasi ini sebagai pembatas untuk memilih budaya yang dapat diterima dan bermanfaat bagi bangsa dan negara Indonesia, selain itu pancasila juga berperan sebagai alat untuk menjaga eksistensi kepribadian bangsa Indonesia, karena di era globalisasi ini batasan-batasan antar Negara seakan tidak terlihat, sehingga kebudayaan luar, serta informasi-informasi berita internasional masuk dengan mudah dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Dengan bertitik tolak dari uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam rangka penelitian ini yang mengandung sebab akibat antara beberapa variabel dan memerlukan solusi adalah bagaimana sistem hukum ekonomi pancasila dalam menghadapi penetrasi merek global?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menghadapi Penetrasi Merek Global Dengan Ekonomi Pancasila

Bentuk globalisasi ekonomi ditandai dengan meningkatnya keterbukaan perekonomian suatu negara terhadap perdagangan internasional. Globalisasi ekonomi adalah suatu proses pengintegrasian ekonomi nasional ke dalam suatu sistem ekonomi global. Globalisasi ekonomi ini akan menciptakan hubungan ekonomi yang saling



mempengaruhi antar negara, serta lalu lintas barang dan jasa yang akan membentuk perdagangan antar negara.⁸ Dalam kondisi tersebut kontrol pemerintah akan semakin memudar karena proses globalisasi digerakkan oleh kekuatan pasar global, bukan oleh kebijakan atau peraturan yang dikeluarkan oleh suatu pemerintah secara individu. Kegiatan perdagangan internasional akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena semua negara bersaing di pasar internasional. Perubahan sistem perdagangan internasional menuju liberalisasi memunculkan banyak peluang dan sekaligus juga tantangan bahkan ancaman bagi setiap pengusaha dari semua skala usaha.⁹ Hukum nasional Indonesia akan memperlihatkan sifat yang lebih transnasional, sehingga perbedaan-perbedaan dengan sistem hukum lain akan semakin berkurang, dan Indonesia tidak bisa melepaskan diri dari pengaruh globalisasi dalam setiap sendi-sendi kehidupan baik social, politik, hukum maupun ekonomi. Dalam kegiatan ekonomi inilah justru hukum sangat diperlukan karena sumber-sumber ekonomi yang terbatas disatu pihak dan tidak terbatasnya permintaan atau kebutuhan akan sumber ekonomi dilain pihak, sehingga konflik antara sesama warga dalam memperebutkan sumber-sumber ekonomi tersebut akan sering terjadi.¹⁰ Berdasarkan pengalaman sejarah, peranan hukum tersebut haruslah terukur sehingga tidak mematikan inisiatif dan daya kreasi manusia yang menjadi

daya dorong utama dalam pembangunan ekonomi.

Sebagai akibat globalisasi dan peningkatan pergaulan dan perdagangan internasional, cukup banyak peraturan internasional akan juga dituangkan ke dalam undang-undangan nasional, misalnya di dalam hal surat-surat berharga, pasar modal, kejahatan komputer, hak kekayaan intelektual, dan sebagainya. Terutama kaidah-kaidah hukum yang bersifat transnasional lebih cepat akan dapat diterima sebagai hukum nasional, karena kaedah-kaedah hukum transnasional itu merupakan aturan permainan dalam komunikasi dan perekonomian internasional dan global.¹¹

Dalam pembentukan sistem hukum nasional, termasuk peraturan undang-undangan harus memperhatikan nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam Pancasila, karena nilai-nilai tersebut merupakan bentuk penghargaan tertinggi dari makna hakikat hidup bermasyarakat yang dicita-citakan, diharapkan dan keharusan. Hukum yang berparadigma Pancasila pada hakikatnya mengandung cita-cita dan nilai praksis dari norma-norma kehidupan bangsa Indonesia, karena secara filosofis Pancasila digali dari nilai-nilai luhur bangsa.

Oleh karenanya arah strategi pembangunan ekonomi Indonesia saat ini perlu kiranya memperhatikan dan memperkuat sumber hukum yang menjadi dasar landasan

⁸ Agusalam, L., & Fanny, S. P. (2017). Globalisasi Ekonomi Dan Pengaruhnya Terhadap Kemiskinan Dan Ketimpangan Pendapatan Di Indonesia. *Improving Accounting, Management, and Economic Research in Developing Business Sustainability and Economic Growth* (p. 104). Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.

⁹ Tambunan, T. (2012). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.

¹⁰ Gunarto Suhardi. Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi. (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2002), hal. V

¹¹ C.F.G. Sunaryati Hartono, Politik Hukum Menuju Satu Sistem Hukum Nasional (Bandung: Alumni, 1991), hlm 74.



pembangunan ekonomi itu sendiri, yakni melalui Ekonomi Pancasila garda terdepan dalam menghadapi tantangan global, khususnya tantangan penetrasi merek global. Maka dalam rangka memberikan perlindungan terhadap penetrasi merek global dapat ditempuh dengan 3 cara yang sesuai dengan sistem ekonomi pancasila, yakni sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengaruh *Consumer Ethnocentrism* dari masyarakat Indonesia sebagai bentuk perlindungan merek lokal terhadap penetrasi merek global

Globalisasi memicu banyak perusahaan untuk membangun merek global dan secara agresif berupaya mencari pasar potensial di seluruh penjuru dunia. Merek global adalah merek-merek yang memiliki nama sama dan strategi pemasaran terkoordinasi yang sama pula di banyak negara. Merek global umumnya didukung dengan sejumlah kelebihan, seperti skala ekonomis, lingkup ekonomis, international recognition, jaringan pasokan dan distribusi global, dan kekuatan finansial pemiliknya.

Di era globalisasi saat ini masuknya merek global memberikan penetrasi yang kuat terhadap merek lokal dimana banyak dari masyarakat Indonesia yang lebih tertarik menggunakan merek global dikarenakan tingkat *prestige* yang didapatkan. Hal ini sangat disayangkan karena seharusnya masyarakat Indonesia diharapkan memberikan dukungan melalui optimalisasi penggunaan produk lokal. Dalam hal ini diperlukan adanya pengaruh *consumer ethnocentrism*. Menurut Ken Sudarti mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat *consumer ethnocentrism* maka semakin tinggi pula minat beli terhadap merek lokal, *consumer ethnocentrism* adalah keyakinan konsumen

menyangkut kepatutan atau moralitas dalam pembelian produk buatan luar negeri dan hasil riset menyimpulkan bahwa *consumer ethnocentrism* cenderung lebih menyukai merek lokal dibanding merek asing bahkan sekalipun merek asing lebih murah dan kualitasnya lebih superior.¹²

2. Mendorong para pelaku usaha melakukan pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum

Merek sebagai salah satu karya intelektual manusia yang erat hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan perdagangan memegang peranan yang sangat penting. Merek benar-benar dapat menjadi satu alat yang efektif untuk memperluas pasar, oleh karena itu mengingat fungsi merek sangat strategis terutama untuk hasil produksi yang sudah terkenal maupun belum terkenal maka setiap orang yang memiliki hak khusus terhadap merek berupaya untuk memanfaatkan secara optimal. Dalam merek sendiri juga memiliki hak moral. Hak moral adalah hak-hak yang melindungi kepentingan pribadi si pencipta seperti perlindungan atas reputasi si pencipta. Pemilikan atas HKI dapat dipindahkan ke pihak lain tetapi hak moralnya tetap tidak terpisahkan dari penciptanya.¹³

Pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis dijelaskan bahwa Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk 2 (dua) dimensi 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

¹² Sudarti, K. (2013). Peningkatan Minat pembelian Merek Lokal Melalui Customer Ethnocentrism. *Jurnal Unimus Volume 9 Nomor 2*, hlm 60

¹³ Etty Susilowati, Hak Kekayaan Intelektual dan Kontrak Lisensi HKI, (Semarang: Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, 2012), hlm 3



atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Para pelaku usaha mempunyai banyak kepentingan dalam melindungi merek ketika bersaing dalam pasar global. Persaingan usaha semakin kompetitif seiring dengan munculnya arus globalisasi. Para pelaku usaha wajib melindungi mereknya melalui pendaftaran merek sehingga mereknya mempunyai perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek yang dapat merugikan pelaku usaha.¹⁴ Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual memiliki peran penting dalam menghindari praktik persaingan usaha yang tidak sehat karena merek dapat membedakan asal muasal, kualitas, dan jaminan originalitas suatu barang. Merek juga dapat digolongkan kedalam kategori benda immaterial karena merupakan sesuatu yang ditempel pada suatu produk tapi bukan produk itu sendiri dan yang dapat dinikmati oleh konsumen adalah produk bukan merek. Merek hanya menimbulkan kepuasan bagi konsumennya.¹⁵

Disini penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk saja tidak cukup untuk memasarkan suatu barang, namun dibutuhkan sebuah nama untuk dikenal dikalangan masyarakat luas sehingga nama tersebut dapat disebut publik secara mudah. Perolehan hak atas merek yang dimilikinya oleh seseorang atau badan hukum baru terjadi setelah merek tersebut terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (DJHKI) Kementerian Hukum dan HAM, dengan kata lain suatu merek dapat digunakan oleh siapapun namun seseorang atau badan usaha baru

memiliki hak eksklusif atas mereknya dan dapat melarang pihak lain menggunakan merek miliknya jika merek tersebut didaftarkan ke DJHKI.¹⁶ Indonesia menganut sistem pendaftaran Merek dengan sistem konstitutif. Sistem ini mengharuskan adanya pendaftaran Merek agar suatu Merek bisa mendapatkan perlindungan, sistem ini dikenal juga dengan sistem *first to file*. Sistem ini menegaskan bahwa orang yang pertama kali mendaftarkan Merek, maka dialah yang berhak atas hak Merek tersebut.

Dalam implementasinya pun dalam pendaftaran merek para pelaku usaha juga perlu menerapkan dengan jiwa pancasila dan tidak memiliki indikasi negatif dibalik pendaftaran merek yang diajukan seperti ketentuan yang ada dalam pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis yaitu merek yang tidak dapat didaftarkan adalah merek yang bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang undangan, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum. Dalam ketentuan peraturan jelas terceminkan akan Pancasila dan segala hal yang menjadi ketentuan tidak boleh bertentangan dengan pancasila.

3. Peningkatan daya saing produk lokal melalui pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil

Masyarakat dunia kini semakin terhubung dengan mudah sebagai hasil dari berjalannya proses globalisasi. Dampak dari berlangsungnya globalisasi tersebut seringkali menimbulkan dampak yang negatif khususnya bagi negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Sebagai contoh dalam bidang ekonomi semakin

¹⁴ Hidayah, K. (2017). Hukum HKI. Malang: Setara Press.

¹⁵ Sadikin, O. (2015). Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right). Jakarta: Rajawali Pers

¹⁶ Purwaka, T. H. (2017). Perlindungan Merek. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.



banyak retail asing yang berdiri di Indonesia dan keberadaannya mengancam pedagang lokal yang lebih dahulu eksis. Masuknya perusahaan retail asing memang memberikan keuntungan bagi konsumen lokal yang ingin mendapatkan produk yang lebih beragam, namun dilain pihak juga dapat menjadi ancaman bagi perusahaan-perusahaan lokal ketika berhadapan dengan pesaing-pesaing asing yang memiliki berbagai keuntungan termasuk sumber daya keuangan yang besar, sumber daya manusia dengan beragam potensi, infrastruktur teknologi yang canggih, dan proses pengiriman dan operasional yang sudah mumpuni.¹⁷ Dampak negatif yang timbul adalah penetrasi merek global semakin mudah untuk masuk di pasar Indonesia dan berpeluang besar untuk menggeser merek lokal. Ini merupakan tugas yang penting bagi para pengusaha untuk mempertahankan keeksistensian produk lokal agar tidak tergeser dengan merek-merek global maka dari itu perlu adanya pemberdayaan bagi usaha mikro kecil yang ada di Indonesia mengingat peran usaha mikro kecil sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional tentunya hal ini bisa menjadi benteng kuat bagi bangsa Indonesia dalam menghadapi penetrasi merek global. Peningkatan daya saing produk lokal dapat dilakukan melalui pemberdayaan usaha mikro kecil dengan membentuk suatu perkumpulan usaha yang nantinya bisa berkembang menjadi koperasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Tantangan globalisasi khususnya ekonomi tidak dapat dihindari. Sebuah Negara dapat bertahan apabila mampu turut serta menyesuaikan diri dengan setiap perubahan maupun perkembangan dunia global yang ada dari segala aspek, baik hukum, ekonomi, social maupun aspek teknologi. Indonesia sebagai Negara yang telah mempunyai landasan sumber hukum ekonomi yang dibangun dari nilai nilai kerakyatan yang disebut sebagai Pancasila, terus berupaya untuk mengembangkan dan mengupayakan nilai nilai luhur dalam pancasila dapat diimplementasikan ke dalam suatu sistem ekonomi hingga menjadi suatu sistem ekonomi kerakyatan yang disebut Sistem Ekonomi Pancasila, sebagaimana telah ditumbuhkan oleh para pendahulu bangsa Indonesia.

Sistem ekonomi pancasila dinilai sebagai suatu sistem yang pas untuk diterapkan dalam sistem perekonomian di Indonesia, dimana Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum dijadikan sebagai “Soko Guru Perekonomian Nasional” dianggap mampu berperan sebagai sistem hukum ekonomi dalam menghadapi tantangan global, khususnya masuknya produk asing yang ditandai adanya penetrasi merek global.

Saran

Diperlukan adanya suatu langkah langkah konkrit dengan tetap mempertahankan berlakunya sistem ekonomi pancasila agar para pelaku usaha nasional mampu memberikan daya saing terhadap adanya penetrasi merek global tersebut. Upaya yang dapat dilakukan yakni melalui beberapa cara diantaranya meningkatkan pengaruh *Consumer Ethnocentrism* dari masyarakat Indonesia hingga diperoleh loyalitas produk nasional oleh warga Negara indonesia, mendorong para pelaku usaha melakukan pendaftaran merek

¹⁷ Akbar, N. A. (2016). Menjinakkan Globalisasi: Studi Krisis Globalisasi Budaya Pada Pementasan

Sendratari Ramayana Borobudur. *Jurnal Mamangan*, 2.



sebagai bentuk perlindungan hukum, dan terakhir melalui Peningkatan daya saing produk lokal melalui pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aguslim, L., & Fanny, S. P. (2017). Globalisasi Ekonomi Dan Pengaruhnya Terhadap Kemiskinan Dan Ketimpangan Pendapatan Di Indonesia. *Improving Accounting, Management, and Economic Research in Developing Business Sustainability and Economic Growth* (p. 104). Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- [2] C.F.G. Sunaryati Hartono, Politik Hukum Menuju Satu Sistem Hukum Nasional (Bandung: Alumni, 1991),
- [3] Dumairy, 1996, *Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga,
- [4] Etty Susilowati, Hak Kekayaan Intelektual dan Kontrak Lisensi HKI, (Semarang: Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro, 2012),
- [5] Gunarto Suhardi. Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi. (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2002),
- [6] Hidayah, K. (2017). Hukum HKI. Malang: Setara Press.
- [7] Putranto. 2018. *Menghadirkan Pancasila dalam Era Revolusi Industri Keempat*,
- [8] Purwaka, T. H. (2017). Perlindungan Merek. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- [9] Sadikin, O. (2015). Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right). Jakarta: Rajawali Pers
- [10] Tulus Tambunan, 2005, *Kadin Indonesia*, Jakarta: Bahan diskusi disampaikan dalam Seminar Penataan Ruang dan Pengembangan Wilayah Dep.PU,
- [11] Tambunan, T. (2012). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.
- [12] Agus Suprijanto, 2011, "Dampak Globalisasi Ekonomi terhadap Perekonomian Indonesia", *Jurnal Ilmiah Civis*, Edisi No 2 Vol I,
- [13] Akbar, N. A. (2016). Menjinakkan Globalisasi: Studi Krisis Globalisasi Budaya Pada Pementasan Sendratari Ramayana Borobudur. *Jurnal Mamangan*, 2.
- [14] Suprijanto, A. (2011). Dampak Globalisasi Ekonomi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Civis Edisi Nomor 2 Volume I*,
- [15] Sudarti, K. (2013). Peningkatan Minat pembelian Merek Lokal Melalui Customer Ethnocentrism. *Jurnal Unimus Volume 9 Nomor 2*,
- [16] Yogi Prasetyo, Pancasila sebagai paradigma hukum integral indonesia, JCMS Vol. 4 No. 1 Tahun 2019,
- [17] <https://data.tempo.co/data/1349/produk-cina-kembali-dominasi-impor-nonmigas-indonesia-pada-januari-2022>,
- [18] <https://www.beacukai.go.id/berita/lakukakan-pemusnahan-barang-hasil-penindakan-bea-cukai-lindungi-masyarakat-dari-barang-barang-ilegal.html>,
- [19] [https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukunganpemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,otal%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukunganpemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional).



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN