

PERLINDUNGAN HUKUM MEREK DAGANG DAN MEREK JASA BAGI PELAKU UMKM DALAM PRESPEKTIF UNDANG-UNDANG MEREK INDONESIA

Zalfa Zahiya Putri Ahmad¹, Frinti Yuneta Silubun², Hanifa Dwi Puspita Sari³
zlfzhyahmdptr@gmail.com¹, silubunfrinti25@gmail.com², puspitasarih603@gmail.com³
Universitas Sahid Jakarta

ABSTRAK

Merek merupakan kekayaan intelektual yang berfungsi sebagai identitas produk atau jasa serta memberikan perlindungan hukum bagi pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan menganalisis perlindungan hukum terhadap merek dagang dan merek jasa bagi pelaku UMKM berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta mengidentifikasi kendala dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum diberikan melalui sistem pendaftaran yang menganut prinsip first to file, di mana hak atas merek diperoleh setelah merek terdaftar. Undang-undang juga menyediakan upaya hukum perdata dan pidana terhadap pelanggaran merek. Namun, rendahnya kesadaran hukum, keterbatasan informasi, dan faktor biaya masih menjadi hambatan bagi UMKM dalam mendaftarkan mereknya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan sosialisasi dan dukungan pemerintah untuk mewujudkan perlindungan hukum merek yang efektif bagi UMKM.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Merek, UMKM, First To File.

ABSTRACT

A trademark is a form of intellectual property that functions as an identifier of goods or services and provides legal protection for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to analyze the legal protection of trademarks and service marks for MSME actors based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications, as well as to identify the obstacles encountered in its implementation. This research employs a normative legal method using statutory and conceptual approaches. The findings indicate that legal protection is granted through a registration system that adopts the first-to-file principle, whereby trademark rights are obtained only after the trademark has been registered. The law also provides civil and criminal legal remedies against trademark infringement. However, low legal awareness, limited access to information, and financial constraints remain significant barriers for MSMEs in registering their trademarks. Therefore, increased public awareness programs and government support are necessary to establish effective trademark protection for MSMEs.

Keywords: Legal Protection, Trademarks, Msmes, First-To-File Principle.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis di Indonesia, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memegang peranan vital dalam mendorong kemajuan ekonomi negara. Dalam situasi kompetisi bisnis yang semakin sengit, pelaku UMKM dituntut untuk memiliki ciri khas usaha yang dapat membedakan produk atau layanan mereka dari yang ditawarkan oleh pesaing. Salah satu indikator identitas tersebut adalah merek. Merek tidak hanya berfungsi sebagai pembeda, tetapi juga sebagai aset bisnis yang menyimpan nilai ekonomi, reputasi, serta kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Maka dari itu, keberadaan merek memiliki posisi strategis dalam mendukung kelangsungan dan daya saing usaha (Saidin, 2019). Dalam kerangka Hak Kekayaan Intelektual (HKI), merek mendapat perlindungan hukum dengan tujuan memberikan kepastian hukum bagi pemiliknya serta mencegah penyalahgunaan merek oleh pihak lain. Perlindungan ini menjadi semakin krusial ditengah perkembangan teknologi dan perdagangan yang

mempermudah terjadinya peniruan, pemalsuan, dan penyalahgunaan merek yang dapat merugikan pemilik serta konsumen. Adanya perlindungan hukum untuk merek juga berkontribusi dalam menciptakan persaingan usaha yang fair dan menjamin keadilan bagi semua pelaku usaha (Rahardjo, 2014). Di Indonesia, aspek perlindungan merek secara hukum diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang membahas tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU No. 20 Tahun 2016).

Hukum ini memberikan pemilik merek terdaftar hak eksklusif untuk memanfaatkan mereknya sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Sistem yang diterapkan adalah "pertama yang mendaftarkan," yang berarti hak atas merek diberikan kepada individu atau entitas yang pertama kali mendaftarkan mereknya secara resmi. Melalui regulasi ini, negara berusaha untuk memberikan kepastian hukum serta perlindungan kepada pemilik merek dari berbagai tindakan pelanggaran yang dapat terjadi. Namun, masih banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang belum menyadari pentingnya melakukan pendaftaran merek dagang atau merek jasa. Rendahnya pemahaman tentang hukum, kurangnya informasi yang tersedia, dan pandangan bahwa pendaftaran merek memerlukan biaya yang tinggi merupakan beberapa faktor penyebab mengapa banyak UMKM belum mendapatkan perlindungan hukum untuk merek yang mereka miliki. Akibatnya, pelaku UMKM sering kali menghadapi risiko kerugian akibat adanya peniruan atau penggunaan merek oleh pihak lain, yang dapat merugikan nilai ekonomi dan reputasi usaha mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (Soekanto dan Mamudji, 2015), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menelaah norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, doktrin, serta literatur hukum yang berkaitan dengan perlindungan merek dagang dan merek jasa bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian hukum normatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada kajian terhadap aturan hukum yang mengatur perlindungan merek, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan mengkaji berbagai ketentuan hukum yang mengatur perlindungan merek, sedangkan pendekatan konseptual dilakukan melalui penelaahan konsep-konsep hukum, teori perlindungan hukum, dan prinsip-prinsip Hak Kekayaan Intelektual yang berkaitan dengan merek (Marzuki, 2021).

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis beserta peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan. Bahan hukum sekunder terdiri atas buku-buku hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian, artikel, dan pendapat para ahli yang relevan dengan objek penelitian. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber lain yang memberikan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan, mempelajari, dan mengkaji berbagai literatur, peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, serta dokumen hukum yang relevan dengan penelitian. Selanjutnya, bahan hukum yang telah diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analitis untuk menjelaskan dan menginterpretasikan ketentuan hukum mengenai perlindungan merek dagang dan merek jasa bagi pelaku UMKM serta kendala yang dihadapi dalam penerapannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Hukum untuk Merek Dagang dan Merek Jasa bagi Pelaku UMKM Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Merek adalah salah satu elemen dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang berperan penting sebagai identitas bagi produk barang maupun jasa (Saidin, 2019). Di ranah bisnis, merek menjadi simbol pembeda yang membantu konsumen dalam mengenali asal produk serta membedakannya dari barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha lainnya. Untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), merek bukan sekadar identitas usaha, tetapi juga aset tak berwujud yang memiliki nilai ekonomi dan dapat menambah kemampuan bersaing bisnis (UU No. 20 Tahun 2016). Perlindungan hukum bagi merek di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 1 angka 1 menguraikan bahwa merek merupakan symbol yang dapat dikeluarkan secara visual dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, kombinasi warna, bentuk dua atau tiga dimensi, suara, hologram, atau gabungan elemen-elemen tersebut untuk membedakan produk dan/atau layanan yang dihasilkan oleh individu atau entitas hukum dalam aktivitas perdagangan. Sesuai Pasal 2 ayat (2) UU Nomor 20 Tahun 2016, merek dibagi menjadi merek dagang dan merek jasa. Merek dagang diaplikasikan pada produk yang dijual, sedangkan merek jasa digunakan untuk mengidentifikasi layanan yang disediakan oleh individu atau entitas hukum. Dengan demikian, baik merek dagang maupun merek jasa memperoleh perlindungan hukum setara asalkan memenuhi syarat yang ditetapkan oleh undang-undang.

Perlindungan hukum bagi merek di Indonesia menerapkan prinsip pendaftar pertama, yang berarti hak atas merek diserahkan kepada pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran. Ketentuan ini dijelaskan dalam Pasal 3 UU Nomor 20 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa hak pada merek diakui setelah merek tersebut terdaftar. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi faktor krusial untuk mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah.

Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik untuk memanfaatkan mereknya sendiri atau memberikan izin kepada pihak ketiga melalui kesepakatan lisensi. Hak eksklusif ini menjamin kepastian hukum dan mencegah pihak lain menggunakan merek secara tidak sah. Untuk UMKM, memiliki merek terdaftar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat reputasi bisnis, dan membuka peluang untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Perlindungan hukum bagi merek dapat dikategorikan menjadi perlindungan pencegahan dan perlindungan penanggulangan. Perlindungan yang bersifat preventif diberikan melalui sistem pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Dengan adanya pendaftaran ini, negara memberikan status hukum terkait kepemilikan merek dan mencegah potensi sengketa di masa mendatang. Di sisi lain, perlindungan yang bersifat represif diterapkan bila terjadi pelanggaran terhadap hak merek (Fitriani, 2018).

Sesuai dengan Pasal 83 UU Nomor 20 Tahun 2016, pemilik merek terdaftar berhak untuk menggugat pihak yang menggunakan merek yang mirip atau identik tanpa izin. Gugatan yang dapat diajukan mencakup tuntutan ganti rugi serta permintaan untuk menghentikan penggunaan merek. Selain itu, tindakan pelanggaran terhadap merek juga dapat dikenakan hukuman pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 100 UU Nomor 20 Tahun 2016. Dari sudut pandang perlindungan hukum, sistem pendaftaran berdasarkan prinsip *first to file* (Prasetyo, 2022) memberikan kepastian hukum yang kokoh, karena kepemilikan merek dapat dibuktikan melalui sertifikat yang diterbitkan oleh Negara. Namun, sistem ini juga mengharuskan pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek mereka dengan segera.

Jika merek belum didaftarkan, pemiliknya tidak akan mendapatkan perlindungan hukum penuh meskipun telah lama menggunakan merek itu dalam bisnisnya.

Oleh karena itu, perlindungan hukum untuk merek dagang dan merek jasa bagi pelaku UMKM diwujudkan melalui pemberian hak eksklusif terhadap merek yang telah terdaftar, penerapan prinsip first to file, serta tersedianya jalur hukum baik perdata maupun pidana terhadap pelanggaran merek. Tujuan dari perlindungan ini adalah untuk menciptakan kepastian hukum, melindungi hak para pemilik merek, dan mendukung pertumbuhan UMKM dalam menghadapi kompetisi bisnis.

2. Kendala yang Dihadapi Pelaku UMKM dalam Memperoleh Perlindungan Hukum atas Merek Dagang dan Merek Jasa serta Upaya Mengatasinya

Walaupun undang-undang yang mengatur perlindungan merek telah dijelaskan dengan baik dalam UU Nomor 20 Tahun 2016, masih terdapat banyak pelaku UMKM yang belum mendapatkan perlindungan hukum secara maksimal. Hal ini terjadi akibat beragam kendala yang muncul dalam proses pendaftaran dan penggunaan hak atas merek. Kendala yang pertama adalah rendahnya pemahaman hukum dari pelaku UMKM tentang pentingnya mendaftarkan merek (Mulyani, 2020). Banyak pelaku usaha beranggapan bahwa penggunaan merek dalam operasional bisnis sudah cukup untuk membuktikan kepemilikannya. Padahal, menurut prinsip pendaftaran pertama, hak atas merek hanya akan diberikan kepada pihak yang mendaftarkan mereknya terlebih dahulu.

Akibatnya, banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah kehilangan hak atas merek yang telah mereka gunakan selama bertahun-tahun karena merek tersebut telah didaftarkan terlebih dahulu oleh pihak lain. Kendala kedua adalah minimnya pengetahuan tentang proses pendaftaran merek. Sebagian pelaku UMKM tidak mengetahui cara untuk mendaftar, syarat administrasi, klasifikasi produk dan layanan, serta keuntungan hukum yang didapatkan setelah merek didaftarkan. Rendahnya tingkat pengetahuan ini berpengaruh kepada rendahnya angka pendaftaran merek di sektor UMKM (Nugroho dan Hartono, 2021). Ketiga berhubungan dengan biaya. Meskipun pemerintah telah menyediakan tarif special untuk UMKM, beberapa pelaku usaha masih merasakan biaya pendaftaran merek sebagai tambahan beban yang cukup berat. Hal ini sangat dirasakan oleh UMKM yang memiliki sumberdaya modal terbatas dan lebih memilih memenuhi kebutuhan operasional daripada perlindungan hak kekayaan intelektual. Kendala keempat adalah kurangnya akses terhadap informasi dan dukungan hukum. Tidak semua pelaku UMKM dapat mengakses layanan konsultasi hukum yang memadai atau mendapatkan Kendala informasi mengenai pentingnya perlindungan merek. Hasilnya, banyak pelaku usaha yang tidak memahami konsekuensi hukum jika merek yang mereka gunakan tidak didaftarkan.

Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, diperlukan kolaborasi yang terintegrasi antara pemerintah, lembaga terkait, serta pelaku UMKM. Pemerintah, melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, harus memperkuat program sosialisasi dan pendidikan mengenai pentingnya mendaftarkan merek. Kegiatan edukasi hukum, pelatihan, dan pendampingan perlu dilakukan secara konsisten agar pelaku UMKM mengerti nilai perlindungan merek untuk bisnis mereka. Di samping itu, perlu ada penyederhanaan dalam prosedur pendaftaran serta pengembangan layanan berbasis digital untuk mempermudah akses masyarakat terhadap pendaftaran merek. Pemerintah juga dapat memberikan bantuan dana atau insentif bagi sejumlah UMKM demi meningkatkan angka pendaftaran merek. Di sisi lain, operator UMKM harus lebih menyadari bahwa merek merupakan aset bisnis yang memiliki nilai ekonomi serta proteksi hukum yang penting untuk kelangsungan usaha. Pendaftaran merek seharusnya dipandang sebagai investasi jangka panjang yang dapat melindungi reputasi bisnis, meningkatkan nilai komersial dari produk atau layanan,

serta memperkuat posisi usaha dalam persaingan di pasar. Dengan adanya kolaborasi antara pemerintah dan pelaku UMKM, perlindungan hukum untuk merek dagang dan merek jasa dapat dilaksanakan dengan efektif, sehingga memberikan kepastian hukum, meningkatkan daya saing bisnis, serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

3. Pentingnya Pendaftaran Merek bagi Pelaku UMKM

Pendaftaran merek memiliki fungsi yang sangat krusial untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena menjadi syarat utama untuk mendapatkan perlindungan hukum terhadap merek yang digunakan dalam aktivitas bisnis. Dalam sistem hukum merek di Indonesia yang mengedepankan prinsip pendaftar pertama, hak atas merek hanya diberikan kepada individu atau entitas yang lebih dulu melakukan pendaftaran mereknya. Dengan demikian, pelaku UMKM yang belum melakukan pendaftaran mereknya berisiko kehilangan hak atas merek yang sudah mereka gunakan jika merek tersebut didaftarkan terlebih dahulu oleh pihak lain. Signifikansi pendaftaran merek tidak hanya terkait dengan perlindungan hukum, tetapi juga berpengaruh pada keberlangsungan bisnis tersebut.

Selain memberikan perlindungan hukum, pendaftaran merek juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan. Merek yang sudah terdaftar bisa menjadi aset tak berwujud yang meningkatkan nilai bisnis, memperkuat reputasi produk atau layanan, serta membantu pertumbuhan usaha lewat kolaborasi, lisensi, dan memperluas pasar. Dengan adanya jaminan hukum yang terang, pelaku UMKM bisa lebih berkonsentrasi pada pengembangan kualitas produk dan memperkuat daya saing usaha mereka, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Oleh karena itu, pendaftaran merek adalah langkah strategis yang wajib diambil oleh para pelaku UMKM sebagai bentuk perlindungan hukum dan sekaligus upaya untuk meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing bisnis (Saidin, 2019). Kesadaran mengenai pentingnya mendaftarkan merek harus terus ditingkatkan melalui kampanye, pendidikan, dan dukungan dari pemerintah, agar semakin banyak UMKM yang dapat mendapatkan perlindungan hukum dengan maksimal.

KESIMPULAN

Perlindungan hukum bagi merek dagang serta merek jasa untuk pelaku UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis. Perlindungan ini dicapai melalui sistem pendaftaran awal, di mana hak atas merek diperoleh setelah dilakukan pendaftaran. Dengan pendaftaran merek, pelaku UMKM memperoleh hak eksklusif dan kepastian hukum untuk melindungi identitas usaha serta mencegah penggunaan merek tanpa izin oleh pihak lain.

Namun, dalam implementasinya, masih ada berbagai tantangan, seperti kurangnya kesadaran hukum, minimnya pemahaman tentang pendaftaran merek, keterbatasan dana, dan sedikitnya akses terhadap informasi. Oleh sebab itu, perlu adanya peningkatan sosialisasi, pendidikan, dan pendampingan oleh pemerintah agar pelaku UMKM dapat lebih memahami signifikansi pendaftaran merek sehingga perlindungan hukum bisa berfungsi dengan baik dan mendukung pertumbuhan usaha UMKM.

Saran

Pemerintah harus terus berupaya meningkatkan penyuluhan, pengetahuan, dan bimbingan tentang pentingnya pendaftaran merek untuk para pelaku UMKM, serta memudahkan akses serta langkah-langkah dalam pendaftaran merek. Sementara itu, para pelaku UMKM sebaiknya lebih memahami bahwa merek adalah aset bisnis yang memiliki nilai ekonomis dan perlindungan hukum yang esensial, oleh karena itu pendaftaran merek sebaiknya dilakukan sejak awal untuk mendapatkan kepastian hukum, melindungi identitas bisnis, serta meningkatkan daya saing produk atau jasa di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953.

Buku

Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Jakarta: Rajawali Pers.

Marzuki, Peter Mahmud. 2021. Penelitian Hukum. Jakarta: Kencana.

Miru, Ahmadi. 2007. Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek.

Rahardjo, Satjipto. 2014. Ilmu Hukum. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Saidin, O.K. 2019. Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights).

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. 2015. Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat. Jakarta: Rajawali Pers.

Jurnal

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum Republik Indonesia. "Merek dan Indikasi Geografis." Tersedia pada: <https://www.dgip.go.id> . Diakses pada tahun 2026.

Fitriani, R. 2018. "Perlindungan Hukum bagi Pemegang Merek Terdaftar terhadap Pelanggaran Merek." Jurnal RechtsVinding, Vol. 7, No. 1.

Mulyani, Sri. 2020. "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia." Jurnal RechtsVinding, Vol. 9, No. 2.

Nugroho, A. dan Hartono, D. 2021. "Pentingnya Pendaftaran Merek bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Perspektif Hukum Indonesia." Jurnal Hukum dan Pembangunan, Vol. 51, No. 3.

Prasetyo, Y. 2022. "Implementasi Prinsip First to File dalam Perlindungan Merek di Indonesia." Jurnal Ius Constituendum, Vol. 7, No. 1.

Sumber Elektronik