



Analisis Urgensi Pendaftaran Hak Merek dalam Perlindungan Hukum untuk Menjamin Persaingan Usaha yang Sehat di Indonesia

Nadasyifa Salsabila Ramadhani¹ Latifah Nur Pratiwi² Qisthi Fauziyyah Sugianto³

¹UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

²UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

³UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Email : nadasyifasalsabilaramadhani@gmail.com¹ latifahpratiwi17@gmail.com²
notaris.qisthifau@gmail.com³

Received : 2025-06-12; Accepted : 2025-06-27; Published : 2025-08-01

Kata Kunci: *Hak Merek, Pendaftaran Hak Merek, Perlindungan Hukum.*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji urgensi pendaftaran hak merek sebagai dasar perlindungan hukum untuk menjamin persaingan usaha yang sehat di Indonesia. Permasalahan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menjadi sangat penting dalam era perdagangan global, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan mencegah praktik curang seperti peniruan, pembajakan, atau pemanfaatan HKI tanpa izin. Meskipun regulasi telah ada, pelanggaran merek dagang masih sering terjadi, merugikan pemilik merek dan mengganggu persaingan usaha yang sehat. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis urgensi dan manfaat hukum pendaftaran hak merek bagi pelaku usaha serta perannya dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan library research, menganalisis dokumen tertulis berupa data sekunder, termasuk bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendaftaran merek sangat krusial karena memberikan perlindungan hukum eksklusif kepada pemilik merek sesuai dengan sistem first to file yang dianut Indonesia. Tanpa pendaftaran, tidak akan ada perlindungan hukum jika merek dijiplak. Pendaftaran juga meningkatkan kepercayaan konsumen, keamanan investasi, dan mempermudah pemasaran. Penelitian ini merekomendasikan pendaftaran merek sebagai strategi perlindungan hukum dan peningkatan daya saing pelaku usaha

Keywords: *Trademark Rights, Trademark Registration, Legal Protection*

Abstract

This research examines the urgency of trademark registration as a basis for legal protection to ensure healthy business competition in Indonesia. Intellectual Property Rights (IPR) issues are crucial in the global trade era, especially in maintaining healthy business

competition and preventing unfair practices such as imitation, piracy, or unauthorized use of IPR. Despite existing regulations, trademark infringements still occur frequently, harming brand owners and disrupting healthy business competition. The purpose of this study is to analyze the urgency and legal benefits of trademark registration for businesses and its role in creating healthy business competition. The research method used is normative juridical with a library research approach, analyzing written documents in the form of secondary data, including primary, secondary, and tertiary legal materials. The results show that trademark registration is crucial as it provides exclusive legal protection to trademark owners in accordance with Indonesia's "first-to-file" system. Without registration, there will be no legal protection if the brand is plagiarized. Registration also increases consumer confidence, investment security, and facilitates marketing. This research recommends trademark registration as a strategy for legal protection and enhancing the competitiveness of businesses.

PENDAHULUAN

Permasalahan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) tidak dapat dilepaskan dari dunia perdagangan maupun dunia investasi. HKI mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi dan perdagangan yang telah memacu dimulainya era baru dalam pembangunan ekonomi yang berdasarkan ilmu pengetahuan. Dengan semakin meningkatnya persaingan bisnis baik di dalam maupun di luar negeri dalam era perdagangan global saat ini, peranan hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI) menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat dan untuk mencegah kemungkinan adanya persaingan curang baik berupa peniruan, pembajakan, maupun pemanfaatan pemakaian Hak Atas Kekayaan Intelektual yang tanpa hak dari pemilik yang sebenarnya. (Fairuz Jasmine, n.d.)

Di Indonesia, perlindungan hukum terhadap merek dagang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini mengatur berbagai aspek terkait pendaftaran, penggunaan, perlindungan, dan penegakan hukum atas pelanggaran merek dagang. Meskipun regulasi telah ada, pelanggaran merek dagang masih sering terjadi, baik dalam bentuk pemalsuan maupun penggunaan tanpa izin. Kondisi ini menimbulkan tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan hak eksklusif atas merek dagang mereka dan berpotensi mengganggu persaingan usaha yang sehat. Pelanggaran merek dagang tidak hanya merugikan pemilik merek secara finansial, tetapi juga dapat merusak reputasi dan kepercayaan konsumen. Banyaknya kasus pelanggaran merek dagang di Indonesia menunjukkan bahwa penegakan hukum masih perlu diperkuat dan disesuaikan dengan dinamika pasar yang terus berkembang. (Komprehensif Perlindungan Hukum Merek & Ade Rahman, n.d.)

Merek sebagai salah satu wujud dari karya intelektual, memiliki peran yang penting dalam melancarkan dan meningkatkan perdagangan barang atau jasa di Indonesia. Juga dalam rangka pelaksanaan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya. Merek juga merupakan suatu alat yang digunakan untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Dengan maksud untuk menunjukkan ciri dan asal usulnya (Indication of Origin) suatu barang atau jasa yang sekaligus menjadi pembeda bagi barang-barang dan jasa-jasa yang lain. Selain dari

itu pemberian merek dapat menunjukkan kualitas dari barang dan jasa. Tetapi dalam prakteknya ataupun dalam kenyataannya tidak jarang terjadi perbuatan melawan hukum yang dilakukan terhadap hak merek barang terdaftar sehingga bentuk usaha persaingan yang tidak jujur, pemalsuan atau pemakaian merek tanpa hak terhadap merek-merek tertentu.

Jika aparat-aparat penegak hukum membiarkan terjadinya pembajakan merek-merek yang telah dikenal oleh masyarakat, sebagai merek yang digunakan untuk produk barang dan jasa yang bermutu baik, telah memiliki reputasi atau mungkin telah begitu terkenal, hal itu jelas akan mengecewakan para pengusaha yang telah berupaya dengan sungguh-sungguh secara jujur menggunakan merek untuk usahanya. Adanya pembajakan itu, jelas akan merugikan tidak hanya pengusaha yang memiliki atau memegang hak atas merek tersebut tetapi juga masyarakat konsumen. Pengusaha akan kecewa dan dirugikan apabila mereknya yang telah dibangun, dipromosikan dan dikembangkan dengan biaya yang banyak, bahkan pengusaha itu mampu menjaga kualitas dan reputasi usahanya sehingga dikenal luas oleh masyarakat.

Dilihat dari perkembangan HaKI di tanah air, system hukum Intellectual Property Rights (IPR) merupakan hak pribadi (privat) yang melekat pada seseorang sebagai hasil olah pikir, pertama kali diterjemahkan menjadi “Hak Milik Intelektual”, kemudian menjadi “Hak Milik Atas Kekayaan Intelektual”.(Hertati Gultom Abstrak, 2018).

Hak Atas Kekayaan Intelektual, disingkat “HKI” atau akronim “HaKI”, adalah padanan kata yang biasa digunakan untuk “Intellectual Property Right (IPR)”, yakni hak yang timbul dari hasil olah pikir otak. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar/logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi dan / atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang / atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan / atau jasa.

Pada era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan industri dalam negeri.

Merek memiliki peranan yang sangat penting. Dengan merek, produk dapat dibedakan asal muasalnya, kualitasnya serta keterjaminan originalitasnya. Kadangkala yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bukan produknya, tetapi mereknya. Sebuah produk akan dikenal oleh masyarakat melalui merek sebagai tanda pengenal. Dalam interaksi dan transaksi antara produsen dan konsumen, merek berperan mewakili produsen untuk hadir mencirikan diri sebagai produk yang memudahkan konsumen untuk menemukan barang atau jasa. Sehingga merek yang telah dikenal konsumen mempunyai nilai ekonomis sebagai jaminan terhadap kualitas produk tersebut.

Rendahnya kesadaran atas pentingnya pendaftaran merek dapat dilihat dari banyaknya sengketa merek yang terjadi di Indonesia, terutama antara merek terkenal. Berbagai kasus persengketaan merek yang sudah terkenal di publik terjadi karena pelaku usaha tidak mendaftarkannya sejak awal.(BUKU PHI FINAL , n.d.)

Penelitian ini berupaya untuk mengkaji secara yuridis dan praktis pentingnya pendaftaran merek sebagai dasar perlindungan hukum dalam dunia usaha. Dengan

pendekatan normatif dan analisis regulasi yang berlaku, khususnya Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta melihat berbagai studi kasus yang relevan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam mendaftarkan merek dan implikasinya terhadap persaingan usaha.

Adapun jenis penelitian ialah metode penelitian hukum (yuridis) normatif. Metode penelitian yang digunakan berupa library research yaitu penelitian terhadap dokumen tertulis sebagai datanya yang bersumber dari data skunder mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. (Sativa Nisya Padmawati & Aisyah Adilla, 2023) Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat atau yang membuat masyarakat dapat dimaklumi, termasuk produk hukum yang menjadi bahan kajian dan produk hukum sebagai alat bantu pembentuk hukum kritik. Bahan hukum sekunder meliputi penjelasan bahan hukum primer di dalam bentuk doktrin ahli yang ditemukan di buku, jurnal, dan situs web. (Jaklsa Dalam & Koto, n.d.)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis urgensi dan manfaat hukum dari pendaftaran hak merek bagi pelaku usaha di Indonesia, serta untuk mengkaji bagaimana pendaftaran merek dapat berperan dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi hukum dan kebijakan yang dapat mendorong kesadaran serta pelaksanaan pendaftaran merek sebagai bagian dari strategi perlindungan hukum.

Pendaftaran merek merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam bisnis, khususnya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Hal ini karena pendaftaran tersebut memberi perlindungan hukum bagi pelaku usaha agar merek dagangnya tidak digunakan pihak lain. Selain itu, pendaftaran merek juga memberi kepercayaan lebih oleh konsumen terhadap produk yang dijual. Pendaftaran suatu merek di Indonesia menganut sistem Stelsel Konstitutif, yaitu pihak yang mendaftarkan suatu merek terlebih dahulu adalah satu-satunya pihak yang berhak atas merek tersebut dan pihak ketiga harus menghormati hak pendaftar merek sebagai hak mutlak dalam pendaftaran suatu merek. (Pendaftaran, Sebagai, Perlindungan, & Khoironi, 2013)

Sebenarnya perlindungan atas merek dagang ini bertujuan untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen secara seimbang dan tidak berat sebelah:

1. Kepentingan pemilik merek untuk tidak diganggu gugat dalam menjalin hubungan baik dengan para konsumen melalui pemakaian suatu merek tertentu dan untuk memperoleh langganan tetap di masa mendatang yang akan terjamin oleh pengenalan masyarakat kepada merek tersebut yang menunjukkan bahwa pemilik merek itu adalah produsen dari barang yang bersangkutan.
2. Kepentingan para produsen yang bersaing secara bebas memasarkan barang-barangnya dengan memakai tanda-tanda umum yang dapat dipakai oleh siapa pun yang akan menghalangi kebebasan menjual barang-barangnya dalam persaingan yang jujur dan sah.
3. Kepentingan para konsumen untuk dilindungi terhadap praktek-praktek yang cenderung hendak menciptakan kesan-kesan yang dapat menyesatkan, menipu dan membingungkan masyarakat konsumen dengan cara mempengaruhi pikiran mereka bahwa suatu perusahaan itu juga berasal dari suatu perusahaan lain tersebut.

4. Kepentingan umum untuk mengajukan perdagangan yang jujur di pasar-pasar serta untuk mencegah timbulnya praktek-praktek yang tidak jujur dan bertentangan dengan norma-norma kepatutan dalam perdagangan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ialah metode penelitian hukum (yuridis) normatif. Metode penelitian yang digunakan berupa library research yaitu penelitian terhadap dokumen tertulis sebagai datanya yang bersumber dari data skunder mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat atau yang membuat masyarakat dapat dimaklumi, termasuk produk hukum yang menjadi bahan kajian dan produk hukum sebagai alat bantu pembentuk hukum kritik. Bahan hukum sekunder meliputi penjelasan bahan hukum primer di dalam bentuk doktrin ahli yang ditemukan di buku, jurnal, dan situs web.

Pendekatan yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini berupa catatan atau kutipan, pencarian literatur hukum, buku-buku dan lain lain yang terkait untuk identifikasi masalah dalam penelitian ini secara offline maupun online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Urgensi hukum yang dimaksud lebih mengkhhusus mengenai pendaftaran sebuah merek yang menjadi kewajiban supaya mendapatkan hak atas merek. Selaras dengan Pasal 3 UU No. 20 tahun 2016 mengenai Merek serta Indikasi Geografis yang menyebutkan “hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar”. Tanpa pendaftaran sebuah merek, negara tak memberi hak atas merek ke pemilik merek. Artinya, tak akan ada perlindungan hukum jika seandainya merek itu diplagiat oleh pihak lainnya. Bagi UMKM permohonan pendaftaran merek dapat diajukan ke Kanwil Kementerian Hukum dan HAM pada tiap daerah. (Gusti Ayu Agung Ananda Gayatri & Aditya Pramana Putra, 2023)

Adapun pengertian merek menurut Philip Kotler adalah : “Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa.” Merek bukanlah sekedar nama tetapi mencerminkan harga diri perusahaan, pengalaman perusahaan dan jaminan mutu atas produk barang dan atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Merek juga mencerminkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu barang dan/atau jasa. (Ananto Setyo Utomo -140710101365 Sdh, n.d.)

Pemegang atau pemilik Hak Merek adalah orang (perseorangan), beberapa orang, dan Badan Hukum yang telah mendapatkan Hak atas Merek, yang disebut dengan merek Terdaftar. Negara Indonesia menerapkan prinsip first to file (sistem konstitutif), artinya pendaftaran sebuah merek diberikan pada pihak pertama yang lebih dulu melakukan pengajuan permohonan pendaftaran merek, negara tak membiarkan pendaftaran atas merek yang sama dengan merek yang telah diajukan lebihdulu atas produk sejenisnya. Pendaftaran sangat penting dalam menetapkan kepemilikan sebuah merek. Pemilik usaha

yang sudah mendaftarkan merek ialah pihak satu-satunya yang mempunyai hak atas merek itu.(Gusti Ayu Agung Ananda Gayatri & Aditya Pramana Putra, 2023) Sistem pendaftaran merek di Indonesia diperiksahulu oleh Dirjen HKI. Permohonan pendaftaran sebuah merek diterima jika sudah memenuhi syarat formalitas ataupun substantif yang diatur dalam UU Merek, yakni perihal keberadaan ciri khas. Dalam sistem first to file sebuah merek hanya akan memperoleh perlindungan hukum jika merek tersebut telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Atas Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI).(Nabfahrin, 2024)

Fungsi utama dari sebuah merek adalah sebagai media identifikasi suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa yang lainnya baik yang memiliki karakter yang sama atau tidak. Sehingga merek sering disebut sebagai pembeda antara produk yang satu dengan yang lainnya. Dalam hubungannya dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual, pendaftaran adalah kegiatan pemeriksaan dan pencatatan setiap Hak Atas Kekayaan Intelektual seseorang, oleh pejabat pendaftaran, dalam buku daftar yang disediakan untuk itu, berdasarkan permohonan pemilik atau pemegang hak, menurut syarat-syarat dan tata cara yang diatur undang-undang, dengan tujuan untuk memperoleh kepastian status kepemilikan dan perlindungan hukum, dan sebagai bukti pendaftaran diterbitkan Sertifikat Hak Atas Kekayaan Intelektual.

Seperti disebutkan di awal, merek hanya dilindungi oleh Hukum Kekayaan Intelektual jikalau terdaftar di Dirjen Kekayaan Intelektual Kemenkumham. Para pelaku usaha harus memenuhi kriteria administratif serta substantif guna mendaftarkan merek dagangnya. Sesuai UU Nomor 20 tahun 2016, kriteria serta prosedur pendaftaran merek dipaparkan pada Pasal 4 hingga Pasal 19 UU Merek dan Indikasi Geografis. Hal yang wajib dipenuhi oleh pemilik usaha UMKM untuk mendaftarkan mereknya adalah dengan memenuhi administrasi dan substansi untuk mendaftarkan mereknya. Sesuai Pasal 4 s/d Pasal 8 UU Nomor 20 tahun 2016 perihal Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 4 ayat (1) menyatakan bahwasanya permohonan pendaftaran merek wajib diajukan oleh pihak Pemohon ataupun Kuasa kepada Menteri via elektronik ataupun nonelektronik dengan bahasa Indonesia.(Nabfahrin, 2024) Dijelaskan di pasal 4 ayat (2), bahwasanya permohonan seperti dijelaskan oleh ayat (1) wajib menguraikan:

1. Tanggal, bulan, serta tahun permohonan;
2. Nama, kewarganegaraan, serta alamat pemohon;
3. Nama lengkap serta alamat Kuasa apabila Pemohonannya diajukan lewat Kuasa;
4. Warna apabila merek yang dipermohonkan pendaftarannya menggunakan elemen warna;
5. Nama Negara serta tanggal permohonan merek pertama kali apabila permohonan menggunakan hak prioritas
6. Kelas produk beserta deskripsi jenis produk.

Sesudah kriteria administrasi terpenuhi, langkah berikutnya adalah pemeriksaan substansi. Apabila menurut pemeriksaan substantif tanda pendaftaran telah lolos, maka permohonan pendaftaran berpotensi disetujui, alhasil akan dituangkan ke Berita Resmi Merek dengan persetujuan Direktur Jendral. Saat mendaftarkan merek, wajib hukumnya menunjukkan kelas maupun jenis barang ataupun jasa yang dipermohonkan oleh pendaftar.

Perlindungan produk yang mempunyai potensi Hak Kekayaan Intelektual lewat Merek dan Indikasi Geografis, sebuah produk wajib terdaftar selaras dengan prasyarat yang terdapat pada UU No. 20 Tahun 2016 perihal Merek serta Indikasi Geografis pada Pasal 56 ayat (1) memaparkan bahwasanya permohonan indikasi geografis tak mampu didaftarkan apabila:

1. Menentang ideologi negara, aturan, agama, moralitas, kesusilaan, serta ketertiban umum;
2. Memperdaya pihak lain perihal kualitas, reputasi, karakteristik, proses pembuatan barang, asal sumber, maupun manfaatnya; serta
3. Adalah nama yang sudah dipergunakan sebagai varietas tanaman sejenis, terkecuali jika terdapat tambahan kata yang mencirikan determinan indikasi geografis sejenis.

Akan tetapi, menurut pasal 56 ayat (1) huruf b UU No. 20 Tahun 2016 perihal Merek serta Indikasi Geografis disebutkan “menyesatkan atau memperdaya masyarakat mengenai reputasi, kualitas karakteristik, asal sumber, proses pembuatan barang, dan/atau kegunaannya.” Akan tetapi tak dipaparkan secara detail apa saja kualifikasinya, alhasil mampu digolongkan “menyesatkan masyarakat”. Uraian Pasal pun tak diuraikan serta sebatas menyatakan bahwasanya aturan Pasal itu cukup jelas, alhasil akan menimbulkan kekeliruan dalam pasal ini sebab adanya multitafsir, yang selanjutnya memicu ketidakpastian hukum. (Yuridis, Geografis, Prinsip, Hukum, & Noviyanti, n.d.)

Pentingnya mendaftarkan merek adalah:

1. Mendapatkan perlindungan hukum. Melalui pendaftaran merek, maka perusahaan akan mendapatkan perlindungan hukum terhadap barang atau jasa hasil produksinya.
2. Hak Eksklusif dalam penggunaan merek. Hak atas merek adalah Hak Eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya

Bagi perusahaan yang tidak mendaftarkan merek pada produk barang atau jasanya akan berdampak pada tidak adanya perlindungan hukum pada produk barang atau jasa tersebut, tidak adanya keamanan dalam berinvestasi, kurang loyalnya konsumen terhadap barang tanpa merek, kesulitan dalam pemasaran dan promosi serta akan kesulitan dalam penegakan hak.

Selain dari kehilangan atas keuntungan dari pendaftaran merek, perusahaan yang tidak melakukan pendaftaran merek akan mudah bagi pihak lain untuk mendapatkan keuntungan dari merek barang atau jasa produknya. Bahkan dengan tanpa adanya perlindungan dari pendaftaran merek bukan tidak mungkin merek yang diproduksi oleh suatu perusahaan akan dengan mudah diambil alih oleh perusahaan lainnya.

Perlindungan hukum terhadap merek dagang di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek), merupakan upaya penting dalam menciptakan iklim bisnis yang sehat dan berkeadilan. UU ini mengatur pendaftaran, penggunaan, serta penegakan hak atas merek dagang untuk memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya dan mencegah penyalahgunaan yang dapat merugikan pihak lain, terutama konsumen dan pelaku usaha yang sah. Pendaftaran merek menjadi langkah awal yang sangat penting dalam memperoleh perlindungan hukum, karena hanya merek yang terdaftar yang mendapatkan hak eksklusif untuk digunakan dalam perdagangan. Meskipun demikian,

tantangan yang dihadapi adalah rendahnya tingkat pemahaman pelaku usaha, khususnya UMKM, mengenai pentingnya pendaftaran merek, yang menyebabkan merek mereka rentan terhadap pelanggaran atau peniruan oleh pihak lain.¹¹ Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pendaftaran merek di kalangan pelaku UMKM perlu terus dilakukan, mengingat sektor ini menyumbang lebih dari 90% pelaku usaha di Indonesia. (Program Studi Magister Kenotariatan, 2023).

Perlindungan hukum terhadap merek dagang memainkan peran sentral dalam mempengaruhi dinamika persaingan usaha di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, tujuan utama perlindungan ini adalah untuk menjaga hak kekayaan intelektual pemilik merek, yang pada gilirannya berdampak pada kondisi pasar dan

persaingan usaha. Perlindungan yang efektif terhadap merek dagang tidak hanya mempengaruhi pelaku usaha secara langsung tetapi juga berkontribusi pada terciptanya pasar yang lebih adil dan berkelanjutan. Salah satu dampak positif dari perlindungan hukum yang kuat terhadap merek dagang adalah pencegahan terhadap praktik persaingan yang tidak sehat. Keberadaan perlindungan hukum yang memadai dapat secara signifikan mengurangi kejadian pemalsuan dan peniruan merek yang merugikan. Merek yang terlindungi secara hukum memberikan jaminan bahwa identitas dan reputasi produk tidak akan dengan mudah disalahgunakan oleh pihak lain. Hal ini menciptakan lingkungan yang lebih adil bagi semua pelaku usaha, karena setiap perusahaan memiliki kesempatan yang sama untuk membangun dan mempertahankan citra merek mereka tanpa adanya risiko peniruan yang merusak. Selain itu, perlindungan merek yang kuat dapat mendorong inovasi dan investasi dalam industri. (Islam et al., 2024)

Perusahaan yang merasa aman dengan perlindungan merek mereka cenderung lebih berinvestasi dalam pengembangan produk baru dan teknologi inovatif. Perlindungan merek memberikan insentif bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam riset dan pengembangan, karena mereka dapat yakin bahwa hasil inovasi mereka tidak akan dengan mudah ditiru oleh pesaing. Ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri tetapi juga berdampak positif pada kemajuan industri secara keseluruhan dan pada daya saing ekonomi negara. Namun, efektivitas perlindungan hukum terhadap merek dagang juga menghadapi tantangan, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Proses pendaftaran merek dan perlindungan hukum dapat menjadi beban signifikan bagi UKM yang memiliki sumber daya terbatas. Biaya pendaftaran, persyaratan administratif, dan kompleksitas proses hukum sering kali menjadi kendala yang membatasi akses UKM terhadap perlindungan merek yang memadai. Hal ini berpotensi menghambat kemampuan UKM untuk bersaing di pasar, karena mereka mungkin tidak memiliki kekuatan untuk melawan pelanggaran merek atau menegakkan hak mereka dengan efektif.

Dalam banyak kasus, UKM tidak hanya menghadapi tantangan biaya, tetapi juga kurangnya pemahaman tentang pentingnya perlindungan merek dan cara untuk memanfaatkan hak hukum mereka. Kesulitan ini semakin diperburuk oleh kurangnya informasi dan akses ke layanan hukum yang dapat membantu mereka dalam proses pendaftaran dan penegakan hak merek mereka. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk menyediakan dukungan lebih kepada UKM dalam bentuk

edukasi, pelatihan, dan fasilitas pendaftaran yang lebih terjangkau. Ini akan membantu meningkatkan kesadaran UKM tentang pentingnya perlindungan merek serta memberikan mereka kesempatan yang lebih baik untuk bersaing secara adil di pasar yang semakin kompetitif. Meningkatkan akses bagi UKM untuk mendapatkan perlindungan hukum atas merek dagang mereka juga akan berkontribusi pada pemerataan kesempatan dalam persaingan usaha. Dengan demikian, penguatan perlindungan merek yang inklusif akan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih merata di seluruh sektor industri. Namun, efektivitas perlindungan hukum terhadap merek dagang juga menghadapi tantangan, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM). (Makbul & Fathaniyah, n.d.)

Proses pendaftaran merek dan perlindungan hukum dapat menjadi beban signifikan bagi UKM yang memiliki sumber daya terbatas. Biaya pendaftaran, persyaratan administratif, dan kompleksitas proses hukum sering kali menjadi kendala yang membatasi akses UKM terhadap perlindungan merek yang memadai. Hal ini berpotensi menghambat kemampuan UKM untuk bersaing di pasar, karena mereka mungkin tidak memiliki kekuatan untuk melawan pelanggaran merek atau menegakkan hak mereka dengan efektif. Dari perspektif transparansi pasar, perlindungan merek dagang juga memiliki peran penting. Perlindungan merek yang efektif dapat membantu meningkatkan transparansi pasar dengan memastikan bahwa produk yang dijual di pasar sesuai dengan standar yang dijanjikan oleh merek tersebut. Konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang lebih informatif dan terjamin kualitasnya, karena merek yang terdaftar dan terlindungi oleh hukum memiliki kewajiban untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk yang mereka tawarkan. Selain itu, transparansi ini memungkinkan konsumen untuk membedakan produk asli dari produk palsu atau imitasi yang mungkin tidak memenuhi standar kualitas yang sama. (Widjaja, 2024)

Dengan demikian, perlindungan merek membantu menciptakan pasar yang lebih terbuka, di mana informasi mengenai produk dan layanan lebih jelas dan dapat dipercaya. Dalam konteks persaingan pasar, perlindungan merek juga memastikan bahwa kompetisi di pasar lebih terfokus pada kualitas dan inovasi, bukan pada praktik-praktik yang merugikan seperti penjiplakan atau pemalsuan merek. Hal ini berkontribusi pada pembentukan pasar yang lebih adil dan berkelanjutan, di mana perusahaan bersaing untuk menyediakan produk terbaik dengan nilai tambah yang jelas bagi konsumen. Dalam pasar yang terlindungi dengan baik, konsumen cenderung memperoleh produk yang memiliki kualitas sesuai dengan yang dijanjikan oleh merek, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek-merek yang ada. Dengan meningkatnya transparansi, praktik perdagangan yang merugikan seperti penipuan atau pemalsuan merek dapat dikurangi. Praktik semacam itu tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga merusak reputasi pasar dan daya saing perusahaan yang sah. Perlindungan merek yang kuat dan penegakan hukum yang konsisten memungkinkan terciptanya lingkungan pasar yang lebih sehat, di mana perusahaan dapat berfokus pada inovasi dan peningkatan kualitas tanpa takut akan risiko peniruan atau pelanggaran. Secara keseluruhan, perlindungan hukum terhadap merek dagang memiliki dampak yang signifikan terhadap kondisi persaingan usaha di Indonesia. Perlindungan yang efektif dapat mengurangi praktik persaingan tidak sehat, mendorong inovasi, dan meningkatkan transparansi pasar. Namun, untuk memastikan bahwa semua pelaku usaha, termasuk

usaha kecil dan menengah (UKM), dapat memanfaatkan perlindungan merek secara optimal, perlu dilakukan upaya untuk mengatasi tantangan yang ada, seperti biaya pendaftaran yang tinggi, kompleksitas administratif, serta kurangnya pengetahuan dan akses terhadap informasi hukum. Dengan mengatasi kendala-kendala ini, perlindungan merek dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi seluruh pelaku usaha, menciptakan iklim persaingan yang lebih adil, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Untuk mengatasi tantangan yang ada, reformasi dalam sistem pendaftaran dan penegakan hukum diperlukan. Peningkatan efisiensi prosedur pendaftaran merek dan penyederhanaan proses hukum dapat membantu mempermudah akses bagi semua pelaku usaha, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM). Diperlukan sistem pendaftaran merek yang lebih responsif dan berbasis teknologi untuk mempercepat proses dan mengurangi birokrasi yang sering kali menjadi hambatan. Implementasi sistem ini tidak hanya dapat mempercepat pendaftaran merek, tetapi juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam prosesnya. Teknologi digital, seperti platform online untuk pendaftaran dan pelaporan pelanggaran merek, dapat mempercepat prosedur dan mempermudah akses informasi bagi pelaku usaha, termasuk UKM yang sering kali memiliki keterbatasan sumber daya. Reformasi dalam sistem penegakan hukum juga sangat penting, dengan memperkuat kapasitas aparat penegak hukum dan memodernisasi mekanisme peradilan untuk menangani sengketa merek dagang dengan lebih efisien. Penegakan hukum yang tegas dan konsisten akan memberikan rasa aman kepada pelaku usaha, sehingga mereka dapat lebih fokus pada inovasi dan pengembangan produk. Selain itu, penguatan kerja sama internasional dalam penegakan hukum juga akan membantu dalam menangani pelanggaran merek yang melibatkan pihak luar negeri, mengingat pasar global yang semakin terhubung. Secara keseluruhan, perlindungan hukum terhadap merek dagang memiliki dampak yang kompleks dan luas terhadap kondisi persaingan usaha di Indonesia.

Sementara perlindungan yang efektif dapat mengurangi praktik persaingan tidak sehat, mendorong inovasi, dan meningkatkan transparansi pasar, tantangan seperti biaya pendaftaran dan proses administratif masih perlu diatasi. Reformasi dalam sistem perlindungan merek sangat penting untuk memastikan bahwa semua pelaku usaha, termasuk UMKM, dapat memanfaatkan perlindungan merek secara optimal dan berpartisipasi dalam pasar yang lebih adil dan kompetitif. Selain itu, upaya untuk meningkatkan kesadaran hukum, memberikan dukungan teknis dan finansial kepada UMKM, serta memperbaiki sistem peradilan akan membantu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih sehat, berkelanjutan, dan inklusif di Indonesia.

KESIMPULAN

Pendaftaran merek di Indonesia sangat penting untuk perlindungan hukum dan menciptakan persaingan usaha yang sehat. Berdasarkan sistem "first-to-file" yang dianut Indonesia, hak eksklusif atas merek hanya diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Tanpa pendaftaran, tidak ada perlindungan hukum jika merek dijiplak, merugikan pemilik merek dan mengganggu persaingan sehat. Perlindungan merek ini diatur dalam

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pendaftaran merek tidak hanya memberikan perlindungan hukum dan hak eksklusif kepada pemiliknya, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, keamanan investasi, dan mempermudah pemasaran. Selain itu, merek juga berfungsi sebagai pembeda barang atau jasa, menunjukkan kualitas, dan mencerminkan reputasi perusahaan. Meskipun regulasi sudah ada, pelanggaran merek dagang masih sering terjadi, terutama karena rendahnya kesadaran pelaku usaha, khususnya UMKM, akan pentingnya pendaftaran merek. Hal ini menimbulkan tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan hak eksklusif mereka dan berpotensi merusak reputasi serta kepercayaan konsumen. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan reformasi dalam sistem pendaftaran dan penegakan hukum. Peningkatan efisiensi prosedur pendaftaran merek, penyederhanaan proses hukum, dan pemanfaatan teknologi digital dapat mempermudah akses bagi pelaku usaha, termasuk UMKM. Penguatan kapasitas aparat penegak hukum, modernisasi mekanisme peradilan, dan kerja sama internasional juga krusial dalam menangani sengketa merek. Dengan demikian, perlindungan merek yang inklusif akan berkontribusi pada ekosistem bisnis yang lebih sehat, berkelanjutan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang merata di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ananto Setyo Utomo -140710101365 Sdh. (n.d.).

BUKU PHI FINAL . (n.d.).

Fairuz Jasmine, T. (n.d.). IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) (STUDI PUTUSAN NOMOR 646 K/Pst.Sus-HKI/2021). Retrieved from <http://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/iuris>

Gusti Ayu Agung Ananda Gayatri, I., & Aditya Pramana Putra, M. (2023). URGENSI PENDAFTARAN MEREK TERHADAP PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BERDASARKAN UNDANG-UNDANG MEREK. In Jurnal Kertha Desa (Vol. 11).

Hertati Gultom Abstrak, M. (2018). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG HAK MEREK TERDAFTAR TERHADAP PELANGGARAN MEREK.

Islam, U., Kiai, N. P., Saifuddin, H., Purwokerto, Z., Memenuhi, U., Persyaratan, S., ... Hukum, M. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM HAK MEREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DAN BERDASARKAN FATWA MUI NOMOR: 1/MUNASVII/MUI/5/2005 (Studi Pada Pelaku Industri Kecil Menengah di Kabupaten Banyumas) TESIS Disusun dan Diajukan Kepada Pascasarjana.

Jaklsa Dalam, K., & Koto, I. (n.d.). IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum Kewenangan Jaksa Dalam Melakukan Penggabungan Perkara Korupsi Dan Money Laundering (Studi Kejaksaan Tinggi Sumatera Utara). Retrieved from <http://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/iuris>

Komprehensif Perlindungan Hukum Merek, A., & Ade Rahman, E. (n.d.). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional Comprehensive Analysis of Legal Protection for Trademarks In Business In Indonesia. 7(1), 17–2025. doi: 10.34010/rnlj.v%vi%i.15260

- Makbul, M., & Fathaniyah, L. (n.d.). Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Melalui Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah Berbasis Mahasiswa. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 47–55.
- Nabfahrin, A. A. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK BARANG DAN JASA. 2(2).
- Pemuliaan+Keadilan+Vol+1+no+4+Okto+2024+hal+15-27. (n.d.).
- Pendaftaran, I., Sebagai, M., Perlindungan, B., & Khoironi, I. A. (2013). 29 ULJ 2 (2) (2013) Info Artikel _____ Sejarah Artikel: Diterima Agustus 2013 Disetujui September 2013 Dipublikasikan Oktober 2013 _____ Abstrak. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ulj>
- Program Studi Magister Kenotariatan, A. (2023). Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Pelaku UMKM di Indonesia. *NOTARIUS*, 16(1).
- Sativa Nisya Padmawati, & Aisyah Adilla. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Hubungan Induk Perusahaan Dan Anak Perusahaan Dalam Holding Company BUMN. *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA*, 2(1), 128–138. doi: 10.55606/birokrasi.v2i1.895
- Widjaja, G. (2024). MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM MELALUI PENDAFTARAN MEREK: STUDI KASUS DESA PANTAI SEDERHANA, KECAMATAN MUARA GEMBONG, KABUPATEN BEKASI, JAWA BARAT. *Journal of Community Dedication*, 4(4), 841–856.
- Yuridis, A., Geografis, P. I., Prinsip, B., Hukum, K., & Noviyanti, H. (n.d.). *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law* | 440. Retrieved from <http://online-journal.unja.ac.id/zaaken>