

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN HUKUM MEREK UMKM BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO. 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS

Hidayati Zahra Bahri¹, Wifina Lauw²

¹Fakultas Hukum, Universitas Bondowoso
hidayatizahra1992@gmail.com

²Fakultas Hukum, Universitas Bondowoso
wifinalauw@gmail.com

Abstract

This study examines the legal protection of trademarks for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) based on Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. Trademarks play a crucial role in distinguishing products in a competitive market, especially for MSMEs, which often face challenges in maintaining product identity and competitiveness. However, many MSME actors are unaware of the importance of legal protection for trademarks, making them vulnerable to practices such as counterfeiting and imitation. This research employs a normative juridical method with a statutory, conceptual, and case-based approach. Primary legal materials are derived from Law No. 20 of 2016 and related regulations, while secondary legal materials are obtained from scientific literature and previous juridical studies. The findings indicate that although Law No. 20 of 2016 provides an adequate legal framework for trademark protection, its implementation and understanding at the MSME level remain insufficient. Factors such as lack of awareness, procedural complexity, and limited access to information are major obstacles for MSMEs in utilizing the available legal protections. This study recommends enhancing government and related agencies' efforts in raising awareness, simplifying the trademark registration process, and increasing legal assistance capacity for MSMEs. By doing so, it is hoped that MSMEs can better understand and optimize the available legal protection for trademarks to support their growth and business sustainability.

Keywords: MSMEs, Legal Protection, Trademarks, Law No. 20 of 2016, Geographical Indications.

I. Pendahuluan

Perlindungan hukum terhadap merek memegang peran krusial bagi kelangsungan dan pertumbuhan UMKM. Merek bukan sekadar simbol pengenalan produk atau jasa, melainkan identitas bisnis yang mencerminkan reputasi dan kualitas usaha. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, khususnya di era globalisasi, merek yang kuat dan dilindungi hukum dapat menjadi aset strategis yang meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar UMKM.¹

¹ Fatmawati, F., & Aminah, A. (2023). *Perlindungan hukum atas merek bagi pelaku UMKM di Indonesia*. Notarius: Jurnal Ilmiah Hukum, 16(1).

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadi dasar hukum yang penting dalam sistem perlindungan merek di Indonesia. Undang-undang ini mengakui merek sebagai tanda pembeda yang sah secara hukum dan memberikan perlindungan terhadap penggunaannya. Hal ini sangat penting bagi UMKM yang rentan terhadap pelanggaran hak merek karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan hukum.

Meskipun undang-undang tersebut telah menyediakan landasan hukum yang kokoh, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya pendaftaran merek. Kurangnya edukasi dan akses informasi membuat banyak UMKM menjalankan usahanya tanpa perlindungan merek resmi, sehingga mudah dieksploitasi oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab.

Proses pendaftaran merek yang dianggap rumit dan memakan waktu juga menjadi faktor penghambat bagi UMKM. Birokrasi yang kompleks serta biaya pendaftaran yang dianggap tinggi semakin menjauhkan UMKM dari sistem perlindungan yang seharusnya mereka manfaatkan. Kurangnya pendampingan dari instansi pemerintah dan lembaga terkait turut memperparah kondisi ini.²

Tantangan lain datang dari perkembangan teknologi informasi. Penyalahgunaan merek secara daring, seperti pemalsuan produk dan penipuan berbasis merek, semakin sering terjadi. Hal ini menuntut UMKM untuk lebih waspada dan melek hukum dalam menjaga merek mereka, sekaligus menjadi dorongan agar regulasi perlindungan merek dapat merespons dinamika dunia digital.³

Berbagai studi kasus menunjukkan bahwa ketika merek UMKM tidak didaftarkan, pihak lain dengan mudah bisa meniru dan mengklaim merek tersebut. Akibatnya, pemilik asli kehilangan reputasi dan potensi keuntungan. Kerugian ini tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga berdampak pada kepercayaan konsumen yang sudah dibangun dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya perlu meningkatkan upaya penyuluhan hukum kepada pelaku UMKM. Edukasi tentang pentingnya merek dan cara pendaftarannya harus disampaikan secara sederhana dan mudah diakses. Pemerintah juga sebaiknya mendorong kebijakan yang mempermudah proses pendaftaran dan memberikan insentif bagi UMKM yang ingin melindungi mereknya.

² Sushanty, V. R., & Ubaidillah, D. (2021). *Sosialisasi dan pendampingan pendaftaran merek bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM)*. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 8(1).

³ Adristy, B. S., Disemadi, H. S., & Sudirman, L. (2024). *Perlindungan merek UMKM di era digital: Kepastian & tantangan penegakan hukum*. *Jurnal Restorative Justice*, 8(2), 174–201.

Dengan adanya perlindungan hukum, UMKM dapat lebih tenang dalam berinovasi dan mengembangkan produk. Mereka tidak perlu khawatir terhadap risiko pembajakan atau peniruan merek, sehingga dapat lebih fokus pada pertumbuhan usaha. Selain itu, perlindungan merek dapat menjadi nilai tambah dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi bisnis di pasar.⁴

Walaupun demikian, perlindungan hukum tidak bisa berdiri sendiri. UMKM juga perlu membangun manajemen bisnis yang solid, termasuk inovasi produk, strategi pemasaran, serta pengelolaan keuangan yang sehat. Perlindungan merek harus menjadi bagian dari strategi usaha yang menyeluruh agar manfaatnya dapat dirasakan secara maksimal.

Perlindungan hukum terhadap merek UMKM juga memiliki dampak makro terhadap ekonomi nasional. Semakin banyak UMKM yang memiliki merek yang sah dan terlindungi, semakin kuat posisi produk lokal di pasar global. Ini mendorong peningkatan ekspor, penciptaan lapangan kerja, dan memperkuat pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.⁵

Namun, masih ada tantangan dalam implementasi perlindungan merek, seperti rendahnya kesadaran hukum, celah dalam penegakan hukum, serta masih maraknya pelanggaran meskipun merek telah terdaftar. Hal ini menunjukkan bahwa sistem perlindungan hukum tidak hanya cukup dengan regulasi, melainkan juga membutuhkan penegakan hukum yang konsisten dan responsif terhadap pelanggaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam efektivitas pelaksanaan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 dalam konteks perlindungan merek bagi UMKM. Fokus penelitian mencakup hambatan yang dihadapi UMKM dalam mendaftarkan merek, sejauh mana mereka memahami hak-haknya, serta solusi yang dapat diterapkan untuk memperkuat perlindungan hukum terhadap merek di tengah tantangan global dan era digital yang terus berkembang.

⁴ Astrianto, E. R., Azalia, K. D. N., Palit, N. E., Siagian, R. A. C., Siregar, R. A. H., & Saripudin, A. (2023). *Penggunaan merek atas peningkatan pendapatan dan perlindungan hukum terhadap merek UMKM Sego Pedes Basman*. **Jurnal Hukum dan Sosial Politik**, 2(1), 144–152.

⁵ Haura'nisa, S. I. (2023). *Perlindungan hukum ciptakan peluang bagi UMKM pada perdagangan bebas dalam menghadapi resesi global*. *Majalah Hukum Nasional*, 53(2).

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif, yaitu pendekatan yang bertumpu pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum yang berlaku. Fokus utamanya adalah mengkaji norma-norma hukum yang terdapat dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya dalam kaitannya dengan perlindungan merek bagi UMKM. Dalam metode ini, peneliti akan menelusuri hukum positif, menganalisis asas-asas hukum yang berlaku, serta menilai keterkaitan dan keselarasan antar ketentuan hukum yang relevan, untuk mengetahui sejauh mana undang-undang tersebut mampu memberikan perlindungan yang efektif.⁶

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup tiga jenis. Pertama, pendekatan perundang-undangan, yang menganalisis isi dan implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 dan peraturan terkait lainnya. Kedua, pendekatan konseptual, yaitu dengan menelaah konsep-konsep hukum seperti pengertian merek, hak kekayaan intelektual, dan indikasi geografis dalam konteks UMKM. Ketiga, pendekatan kasus, yang dilakukan dengan menganalisis putusan pengadilan terkait perlindungan merek UMKM, baik di tingkat nasional maupun internasional, untuk memahami dasar pertimbangan hukum (*ratio decidendi*) yang digunakan oleh hakim dalam menyelesaikan sengketa.

Adapun bahan hukum yang digunakan terdiri atas tiga jenis. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan yang berlaku, terutama Undang-Undang No. 20 Tahun 2016. Bahan hukum sekunder berupa literatur pendukung seperti buku, artikel jurnal, dan karya ilmiah yang membahas kekayaan intelektual. Sementara itu, bahan hukum tersier berfungsi sebagai rujukan tambahan, seperti kamus hukum dan ensiklopedia yang membantu menafsirkan dan melengkapi pemahaman terhadap bahan hukum lainnya.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan, dengan menelusuri dokumen resmi, peraturan, dan literatur yang relevan. Hasil dari pengumpulan ini dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif, yang menyajikan data secara deskriptif untuk memberikan pemahaman mendalam terhadap topik penelitian. Penafsiran dilakukan dengan pendekatan gramatikal, sistematis, dan teologis guna mengevaluasi secara menyeluruh efektivitas perlindungan hukum terhadap merek UMKM sesuai ketentuan yang berlaku.

III. Result and Discussion

A. Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dalam Perlindungan Hukum Merek UMKM

⁶ Soekanto, S., & Mamudji, S. (2010). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat* (Cet. ke-10). Jakarta: Rajawali Pers.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam memberikan perlindungan hukum terhadap merek UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Meskipun undang-undang ini telah memberikan kerangka hukum yang jelas untuk pendaftaran dan perlindungan merek, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan perlindungan hukum yang tersedia.

Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek masih rendah. Banyak UMKM yang tidak menyadari bahwa pendaftaran merek memberikan hak eksklusif yang dapat melindungi produk mereka dari peniruan atau penggunaan tanpa izin oleh pihak lain. Ketidaktahuan ini sering kali disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan edukasi mengenai hak kekayaan intelektual, khususnya terkait merek.

Penelitian ini juga menemukan bahwa prosedur pendaftaran merek, meskipun sudah diatur dengan baik dalam undang-undang, sering kali dianggap rumit dan memakan waktu oleh pelaku UMKM. Proses yang melibatkan berbagai tahapan administratif, seperti pemeriksaan substantif dan publikasi, membuat banyak UMKM enggan untuk memulai pendaftaran merek. Selain itu, biaya yang terkait dengan pendaftaran merek juga menjadi salah satu kendala utama bagi UMKM, terutama bagi mereka yang baru memulai usaha dengan modal terbatas.⁷

Dalam konteks implementasi, penelitian ini mencatat bahwa Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas pendaftaran dan perlindungan merek, telah berupaya untuk memperbaiki sistem pelayanan. Namun, masih terdapat kekurangan dalam hal efisiensi waktu dan aksesibilitas layanan, terutama bagi UMKM yang berada di daerah-daerah terpencil. Upaya digitalisasi proses pendaftaran merek melalui aplikasi online telah dilakukan, tetapi belum sepenuhnya dioptimalkan oleh semua pelaku UMKM.

Penegakan hukum terhadap pelanggaran merek juga menjadi fokus dalam

⁷ Djulaeka, D. A. P. (2024). *Pendaftaran merek produk UMKM setelah berlakunya UU Cipta Kerja. Rechtidee, (...), ...-....*

penelitian ini. Meskipun Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 telah mengatur sanksi yang tegas terhadap pelanggaran merek, seperti penggunaan merek tanpa izin dan peniruan merek, implementasi sanksi ini di lapangan masih terbilang lemah. Banyak kasus pelanggaran merek yang tidak ditindaklanjuti secara hukum, terutama ketika pelanggar adalah pihak yang lebih kuat secara ekonomi atau memiliki akses yang lebih baik ke sumber daya hukum⁸.

Penelitian ini juga menemukan bahwa perlindungan terhadap indikasi geografis, yang diatur dalam undang-undang yang sama, masih belum optimal. Banyak produk lokal yang memiliki potensi untuk mendapatkan perlindungan indikasi geografis belum didaftarkan, baik karena kurangnya informasi atau karena proses pendaftaran yang dianggap terlalu kompleks. Padahal, indikasi geografis dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi produk UMKM, terutama dalam meningkatkan daya saing di pasar internasional.

Temuan lain yang menarik dari penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara peraturan hukum yang ada dengan praktik di lapangan. Banyak UMKM yang merasa bahwa undang-undang ini lebih menguntungkan perusahaan besar yang memiliki sumber daya untuk memenuhi semua persyaratan pendaftaran dan perlindungan merek. Sementara itu, UMKM sering kali merasa terbebani oleh persyaratan administratif dan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan perlindungan hukum.

Dalam upaya untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, penelitian ini mencatat beberapa inisiatif pemerintah dan lembaga swasta untuk mendukung UMKM dalam melindungi merek mereka. Misalnya, program pelatihan dan workshop mengenai hak kekayaan intelektual, serta pemberian subsidi atau insentif untuk biaya pendaftaran merek. Namun, dampak dari inisiatif-inisiatif ini masih perlu dievaluasi lebih lanjut untuk memastikan bahwa mereka benar-benar efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi UMKM dalam perlindungan merek.

Akhirnya, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kerjasama antara pemerintah, lembaga swasta, dan komunitas UMKM untuk meningkatkan

⁸ Inas Zulfa Sulasno et al., "ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMILIK MEREK TERKENAL TERHADAP TINDAKAN PENGGUNAAN MEREK TERKENAL OLEH PELAKU UMKM," *Padjadjaran Law Review* 11, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.56895/plr.v11i2.1258>.

implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016. Dengan kerjasama yang baik, diharapkan UMKM dapat lebih mudah mengakses perlindungan hukum yang disediakan oleh undang-undang ini, dan pada akhirnya mampu bersaing secara lebih efektif di pasar domestik maupun internasional.

B. Tantangan dan Hambatan dalam Perlindungan Hukum Merek UMKM

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam memperoleh perlindungan hukum terhadap merek mereka berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Meskipun undang-undang ini telah memberikan kerangka hukum yang komprehensif, realitas di lapangan menunjukkan bahwa implementasi undang-undang tersebut masih jauh dari optimal, terutama di kalangan UMKM.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya perlindungan hukum terhadap merek. Banyak pelaku UMKM yang masih menganggap bahwa pendaftaran merek bukanlah prioritas dalam pengelolaan bisnis mereka. Hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan edukasi dari pihak terkait mengenai manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh dari pendaftaran merek. Akibatnya, banyak UMKM yang tidak melindungi merek mereka secara hukum, sehingga mereka rentan terhadap risiko peniruan atau penyalahgunaan merek oleh pihak lain.⁹

Selain itu, proses pendaftaran merek yang dianggap rumit dan memakan waktu juga menjadi salah satu hambatan signifikan bagi UMKM. Proses ini melibatkan berbagai tahapan administratif yang sering kali memerlukan pemahaman hukum yang mendalam, yang tidak dimiliki oleh sebagian besar pelaku UMKM. Pemeriksaan substantif yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk memastikan bahwa merek yang diajukan tidak melanggar hak-hak pihak lain juga sering kali memakan waktu yang lama,

⁹ Fathanudien, A., & Anugrah, D. (2023). *Sosialisasi desa sadar hukum: Pendaftaran hak merek di dalam UMKM*. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(4).

sehingga menunda perlindungan hukum yang seharusnya segera diperoleh oleh UMKM.¹⁰

Selain prosedur yang kompleks, biaya pendaftaran merek yang relatif tinggi juga menjadi penghalang bagi UMKM untuk melindungi merek mereka. Meskipun pemerintah telah berupaya untuk mengurangi biaya ini, terutama untuk UMKM, namun biaya yang harus dikeluarkan masih dianggap sebagai beban tambahan yang signifikan bagi banyak pelaku usaha kecil dan menengah. Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM yang enggan untuk mendaftarkan merek mereka, yang pada akhirnya menghambat perlindungan hukum yang bisa mereka peroleh.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penegakan hukum terhadap pelanggaran merek masih lemah, terutama dalam kasus-kasus yang melibatkan UMKM sebagai pihak yang dirugikan. Banyak kasus pelanggaran merek yang tidak ditindaklanjuti dengan tegas, baik karena keterbatasan sumber daya maupun karena kompleksitas proses hukum itu sendiri. Hal ini menyebabkan pelanggar merek tidak mendapatkan sanksi yang setimpal, sehingga tidak ada efek jera yang kuat bagi pelaku pelanggaran. Kondisi ini semakin memperburuk posisi UMKM dalam mempertahankan hak kekayaan intelektual mereka.

Dalam hal perlindungan indikasi geografis, penelitian ini mengungkapkan bahwa kesadaran UMKM tentang potensi ekonomis dari indikasi geografis masih sangat rendah. Banyak produk lokal yang memiliki karakteristik unik dan terkait dengan wilayah geografis tertentu belum didaftarkan sebagai indikasi geografis, baik karena kurangnya informasi atau karena proses pendaftaran yang dianggap terlalu rumit dan memerlukan kerjasama yang erat antara pemerintah daerah, komunitas produsen, dan lembaga terkait.¹¹

Selain itu, kurangnya dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait dalam memberikan pendampingan hukum juga menjadi hambatan signifikan bagi UMKM. Banyak pelaku UMKM yang merasa kesulitan untuk mendapatkan informasi dan bantuan hukum yang diperlukan untuk memulai dan

¹⁰ Harahap, N. A., Lumban Gaol, I. N., Sari, S., & Lubis, P. K. D. (2023). Tantangan pendaftaran hak kekayaan intelektual bagi UMKM sebagai pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Pancing, Medan, Sumatera Utara. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*.

¹¹ Nugraha, Y. A., & Haryanto, I. (2021). *Hambatan pendaftaran indikasi geografis tahu Sumedang sebagai aset potensial daerah*. *Jurnal Education and Development*, 9(1), 119–131.

menyelesaikan proses pendaftaran merek. Kurangnya pendampingan ini menyebabkan banyak UMKM yang tidak mengetahui hak-hak mereka atau bagaimana cara melindungi merek mereka secara efektif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa tantangan dalam perlindungan hukum merek UMKM tidak hanya berasal dari dalam negeri, tetapi juga dari persaingan dengan produk-produk asing yang masuk ke pasar Indonesia. Produk-produk asing ini sering kali memiliki merek yang sudah dikenal dan dilindungi secara hukum di berbagai negara, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan produk lokal. Dalam situasi ini, UMKM yang tidak memiliki merek yang terlindungi akan kesulitan untuk bersaing dan mempertahankan pangsa pasar mereka.

Terakhir, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kebijakan yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 dengan praktik di lapangan. Banyak UMKM yang merasa bahwa undang-undang ini lebih menguntungkan perusahaan besar yang memiliki sumber daya untuk memenuhi semua persyaratan pendaftaran dan perlindungan merek. Sementara itu, UMKM sering kali merasa terbebani oleh persyaratan administratif dan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan perlindungan hukum.

Untuk mengatasi berbagai tantangan dan hambatan ini, penelitian ini merekomendasikan peningkatan upaya sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pendaftaran merek, penyederhanaan prosedur pendaftaran, serta pemberian insentif atau subsidi untuk biaya pendaftaran bagi UMKM. Selain itu, penegakan hukum yang lebih tegas dan konsisten terhadap pelanggaran merek juga diperlukan untuk memberikan perlindungan yang efektif bagi UMKM di Indonesia.

Penegakan hukum terhadap perlindungan merek UMKM masih menghadapi berbagai hambatan yang kompleks. Banyak pelaku UMKM kesulitan memahami aspek hukum yang berkaitan dengan pendaftaran merek karena tidak memiliki latar belakang hukum, ditambah dengan birokrasi yang dinilai rumit. Akses terhadap layanan bantuan hukum juga masih terbatas, terutama di wilayah-wilayah yang jauh dari pusat kota. Kondisi ini menyebabkan

banyak UMKM tidak dapat secara optimal melindungi merek mereka meskipun telah ada regulasi yang mengatur.¹²

Masalah biaya juga menjadi penghalang utama bagi UMKM dalam mendaftarkan merek. Biaya pendaftaran yang dianggap tinggi membuat sebagian besar UMKM, khususnya yang baru merintis usaha, enggan mengambil langkah tersebut. Padahal, perlindungan merek sangat penting untuk menjaga eksistensi dan daya saing produk mereka. Dengan keterbatasan sumber daya, kebutuhan untuk bertahan secara finansial sering kali lebih diutamakan daripada pengurusan aspek legal seperti pendaftaran merek.

Selain kesulitan administratif dan biaya, lemahnya penegakan hukum atas pelanggaran merek juga menjadi tantangan signifikan. Banyak pelanggaran terhadap merek UMKM tidak ditindaklanjuti secara serius oleh aparat penegak hukum. Rendahnya pemahaman aparat mengenai pentingnya hak kekayaan intelektual sering kali membuat kasus-kasus tersebut diabaikan. Proses hukum yang panjang dan mahal membuat UMKM lebih memilih membiarkan pelanggaran terjadi daripada menempuh jalur hukum yang berisiko dan membebani secara ekonomi.

Sebagai solusi, perlu ada peningkatan kapasitas aparat penegak hukum melalui pelatihan khusus mengenai kekayaan intelektual, termasuk pentingnya perlindungan terhadap merek UMKM. Pemerintah juga perlu mendorong kebijakan insentif berupa pengurangan biaya atau subsidi pendaftaran merek untuk meringankan beban UMKM. Langkah-langkah ini dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi pelaku usaha kecil untuk secara aktif melindungi aset intelektual mereka.

Penguatan kelembagaan juga menjadi kunci. Pemerintah disarankan untuk mendirikan pusat bantuan hukum khusus UMKM di berbagai daerah, yang menyediakan layanan konsultasi dan pendampingan hukum secara langsung. Selain itu, pemerintah daerah didorong untuk lebih terlibat dalam mendorong pendaftaran indikasi geografis atas produk-produk lokal. Dengan keterlibatan

¹² Erowati, E. M., & Triana, I. D. S. (2023). *Kesadaran hukum dagang dan pendaftaran merek dalam berbisnis bagi pelaku UMKM. Pacta Sunt Servanda*, 4(1), 232–237.

aktif komunitas dan pemerintah daerah, perlindungan hukum atas produk berbasis kearifan lokal dapat lebih terjamin.¹³

Kolaborasi antara sektor publik dan swasta juga perlu diperluas, seperti melalui program kemitraan antara perusahaan besar dan UMKM untuk pembinaan merek. Akses informasi juga harus ditingkatkan melalui platform digital yang ramah pengguna agar UMKM di seluruh wilayah bisa memahami prosedur perlindungan merek. Dalam jangka panjang, perubahan pola pikir pelaku UMKM terhadap pentingnya kekayaan intelektual perlu didorong melalui pendidikan formal maupun pelatihan praktis. Dengan pendekatan yang menyeluruh ini, diharapkan perlindungan hukum terhadap merek UMKM dapat dijalankan secara lebih efektif dan merata di seluruh Indonesia.¹⁴

IV. Conclusion and Suggestion

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 telah memberikan fondasi hukum yang kokoh dalam upaya perlindungan merek di Indonesia, termasuk bagi pelaku UMKM. Namun, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha, proses pendaftaran yang dianggap kompleks, serta tingginya biaya dan terbatasnya akses terhadap layanan hukum dan infrastruktur digital. Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM belum mampu memanfaatkan perlindungan hukum secara optimal terhadap merek mereka.

Sebagai respons atas tantangan tersebut, diperlukan upaya strategis yang melibatkan berbagai pihak. Pemerintah perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi hukum secara menyeluruh, menyederhanakan prosedur pendaftaran merek, memperluas akses digital, serta memberikan insentif bagi UMKM. Di sisi lain, penguatan penegakan hukum dan pengembangan mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien juga harus diutamakan. Untuk perlindungan indikasi geografis, sinergi antara pemerintah daerah dan komunitas lokal sangat penting dalam mendorong pendaftaran produk-produk unggulan daerah. Dengan langkah-langkah ini, perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual UMKM dapat lebih efektif, sekaligus memperkuat daya saing ekonomi nasional.

¹³ Kaplele, F., Reumi, F., Rohrohmana, B., Mambaya, M., & Asmarani, N. (2023). *Pendampingan hukum bagi pelaku usaha UMKM di Distrik Kemtuk Gresi*. Jurnal Pengabdian UMKM, 2(2), 113–117.

¹⁴ Purwaningsih, E., Muslikh, S., & Chikmawati, N. F. (2019). *Hak kekayaan intelektual dan investasi: Kajian HKI dalam dunia investasi termasuk pada UMKM*. Jakarta: Setara Press.

Referensi

Buku-Buku

- Ali, Z. *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika, 2021. https://books.google.co.id/books?id=y_QrEAAAQBAJ.
- Budiarto, R, S H Putero, H Suyatna, P Astuti, H Saptoadi, M M Ridwan, B S D, U G M Press, and G M U Press. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*. Gadjah Mada University Press, 2018. <https://books.google.ca/books?id=JDdbDwAAQBAJ>.
- Dr. Dwi Rezki Sri Astarini, S.H.M.H.M.S. *Penghapusan Merek Terdaftar : Berdasarkan UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek Dan UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Jo. Perubahan UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Di Hubungkan Dengan TRIPs-WTO*. Penerbit Alumni, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=v6FREAAAQBAJ>.
- Dr. Hj. Marni Emmy Mustafa, S.H.M.H. *Aneka Penegakan Hukum Hak Cipta, Paten, Merek Dan Indikasi Geografis*. Penerbit Alumni, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=S-dhEAAAQBAJ>.
- Fatmah, F, E Supriyanto, D Budiman, M Maichal, Z Ghozali, H Ismail, A Sutresna, T A R Widyastuti, T Pebrianti, and S Isnaini. *UMKM & KEWIRAUSAHAAN : Panduan Praktis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. https://books.google.co.id/books?id=1VP_EAAAQBAJ.
- Purnawan, A, and S U Adillah. *Hukum Dagang Dan Aspek Legalitas Usaha*. Penerbit Lindan Bestari, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=d-H4DwAAQBAJ>.
- Sari, F P, M Liantifa, M Yuliasih, D A Irawan, I Budaya, Z Setiawan, Z Efdison, M W Rahmayani, J Sudrajat, and A Syamil. *STRATEGI PENGEMBANGAN & PEMASARAN UMKM: Teori & Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=WC7AEAAAQBAJ>.
- Susanto, A B, H Wijarnako, A Rosyid, and I A R. *Power Branding: Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Quantum Bisnis & Manajemen, 2004. https://books.google.co.id/books?id=MYVhZN_1JzYC.

Jurnal

- Arifin, Zaenal, and Muhammad Iqbal. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK YANG TERDAFTAR." *Jurnal Ius Constituendum* 5, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.
- Effendy, Taufik. "RAHASIA DAGANG SEBAGAI BAGIAN DARI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL." *Al-Adl : Jurnal Hukum* 6, no. 12 (2014). <https://doi.org/10.31602/al-adl.v6i12.205>.
- Gunawan, Yordan, and Mohammad Bima Aaron Hafiz. "Optimalisasi Teknologi Dan Pembekalan Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Pada UMKM Di Masa Pandemi." *Borobudur Journal on Legal Services* 3, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.31603/bjls.v3i2.7793>.
- Indah, Vita Nur, and Septi Indrawati. "Perlindungan Hukum Produk Barang Dan Jasa Melalui Pendaftaran Merek." *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 1, no. 2 (2021).
- Irawati, Rina, and Irawan Budi Prasetyo. "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Dan Mempertahankan Bisnis Di Masa Pandemi (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di Malang)." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 6, no. 2 (2021).

- Irfan Nursalim. “PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG MEREK TERKENAL LOIS INTERNASIONAL TIDAK TERDAFTAR MENURUT HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL INDONESIA (Analisis Putusan Nomor 789 K/Pdt.Sus-HKI/2016).” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2021.
- Kadek, Ni, Manik Lely, and Vira Khaerunnisa. “Analisis Hukum Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kasus Kontroversi Geprek Bensu Dan Ruben Onsu : Perlindungan Hak Cipta Dan Hak Merek Dalam Industri Kuliner Dan Hiburan.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023).
- Kusumadara, Afifah. “PERLINDUNGAN PROGRAM KOMPUTER MENURUT HUKUM HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL.” *Jurnal Hukum & Pembangunan* 33, no. 3 (2017). <https://doi.org/10.21143/jhp.vol33.no3.1392>.
- Ridla, Muhammad Ali. “PERLINDUNGAN INDIKASI GEOGRAFIS TERHADAP KOPI YANG BELUM TERDAFTAR MENURUT FIRST-TO-USE-SYSTEM.” *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune* 2, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.30996/jhbbs.v2i2.2472>.
- Rifai, Tomy Pasca. “KESIAPAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS DALAM MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN.” *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 4 (May 29, 2017): 733. <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v10no4.809>.
- Rizal, Mohammad, Azza Nur Laila, Nurain Ali, Nuzulur Rohmah, Moh Hafi Nasil Maula, and Rifatul Waasiah. “Sosialisasi Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Desa.” *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 2, no. 4 (2021). <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i4.13569>.
- Satyahadi, Dandy, and Hari Sutra Disemadi. “PERLINDUNGAN MEREK PRODUK UMKM: KONSTRUKSI HUKUM & PERAN PEMERINTAH.” *Jurnal Yustisiabel* 7, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.32529/yustisiabel.v7i1.2137>.
- Sukalandari, N, W Budiarta, and P Sriasih Wesna. “Jurnal Analogi Hukum Sengketa Plagiasi Merek Dagang Antara Ms Glow Dan Ps Glow.” *Jurnal Analogi Hukum* 5, no. 1 (2023).
- Sulasno, Inas Zulfa, Diva Yohana Margaretha Marbun, Shafira Nadya Nathasya, and Fiona Chrisanta. “ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMILIK MEREK TERKENAL TERHADAP TINDAKAN PENGGUNAAN MEREK TERKENAL OLEH PELAKU UMKM.” *Padjadjaran Law Review* 11, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.56895/plr.v11i2.1258>.
- Yuliana, Sri. “Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) Berdasarkan UU NO. 8 Tahun 1999 Tentang Hukum Perlindungan Konsumen.” *Justici* 14, no. 1 (2022).

Peraturan Perundangan

- Republik Indonesia. Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Republik Indonesia. Undang Undang Tentang Merek dan Indikasi Geografis. UU No. 20 Tahun 2016. LNRI Tahun 2004 No. 150. TLNRI No. 4456.
- Republik Indonesia. Undang Undang Tentang Cipta Kerja. UU No. 11 Tahun 2020. LNRI Tahun 2020 No. 245. TLNRI No. 6573.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 90 Tahun 2019 tentang Tata Cara Permohonan, Pemeriksaan, dan Penyelesaian Banding pada Komisi Banding Merek. LNRI Tahun 2019 No. 259. TLNRI No. 6447.

Prosiding (Konferensi/Seminar)

Amelia, Tina, Megawati Barthos, and Rineke Sara. “Efektivitas Perlindungan Kekayaan Intelektual Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif.” *Prosiding Semnas Universitas Borobudur 2*, no. 1 (2023).