

Perlindungan Hukum Hak Merek UMKM: Studi Lumpia Cenol Semarang

Ikhsan Bintang Arya Nurudin^{1*}, Budi Santoso²

¹Kantor Konsultan Hukum IBAN & Co. Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia.

²Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

*nurudin.ikhsan@gmail.com

ABSTRACT

Various types of MSME products require legal protection, including food, beverages, and other products. One example is a traditional Semarang snack called Lumpia Cenol. This study aims to examine the legal protection for the trademark rights of MSME "Lumpia Cenol" in Semarang based on Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications and the legal consequences arising after the registration of the "Lumpia Cenol" trademark. The research employs an empirical juridical method. The findings indicate that trademark registration under Law No. 20 of 2016 grants exclusive legal protection, including exclusive usage rights and legal remedies for infringements. Challenges such as a lack of legal awareness and registration costs must be addressed through education and government support to ensure sustainable MSME growth.

Keywords: *Legal Protection; Trademark; MSMEs.*

ABSTRAK

Berbagai jenis produk UMKM perlu mendapatkan perlindungan, baik itu produk makanan, minuman, maupun produk lainnya. Contohnya, produk cemilan khas Semarang, yaitu lumpia yang diberi nama Lumpia Cenol. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap hak merek UMKM 'Lumpia Cenol' di Semarang berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; dan akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek Produk Merek Lumpia Cenol Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 memberikan perlindungan hukum eksklusif kepada pemegang merek, meliputi hak penggunaan eksklusif dan upaya hukum terhadap pelanggaran. Kendala seperti kurangnya pemahaman hukum dan biaya pendaftaran merek perlu diatasi melalui edukasi dan dukungan pemerintah untuk mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum; Merek; UMKM.*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pendistribusian hasil produksi di berbagai sektor. Keberadaan UMKM juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui kegiatan usaha yang mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, sektor UMKM tidak hanya berperan sebagai tempat sementara bagi pekerja yang belum terserap di sektor formal, tetapi juga menjadi motor penggerak utama dalam mengembangkan aktivitas ekonomi masyarakat. UMKM mampu menciptakan inovasi lokal yang berdaya saing, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan. Dengan demikian, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi yang berkontribusi besar terhadap stabilitas sosial dan ekonomi nasional (Arsyad, 2015).

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Usaha kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau besar. Ketentuan ini memberikan dasar hukum yang jelas untuk membedakan antara usaha mikro, kecil, dan menengah serta memastikan bahwa setiap kategori usaha mendapatkan perlakuan yang sesuai dalam upaya pemberdayaan dan pengembangan ekonomi nasional.

Dalam dunia bisnis, kekayaan intelektual menjadi aspek yang tidak dapat dipisahkan. Kekayaan intelektual yang dimaksud mencakup merek, paten, desain industri, hak cipta, rahasia dagang, tata letak sirkuit terpadu, dan indikasi geografis. Meskipun usaha kategori UMKM tidak tergolong besar, usaha tersebut tetap memiliki merek dagang atau merek jasa yang digunakan dalam perdagangan. Hak kekayaan intelektual, baik saat ini maupun di masa depan, memegang peran yang sangat penting dalam mendorong percepatan pembangunan nasional, terutama di era globalisasi (Suarjana, 2023). Hak kekayaan intelektual sendiri merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights*, yang dalam bahasa Belanda disebut *Intellectueel Eigendom*.

Hak atas merek adalah hak khusus (*exclusive*) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan merek tersebut sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak ini memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek dari potensi pelanggaran oleh pihak yang tidak berwenang. Dengan adanya hak ini, merek juga dapat berfungsi sebagai aset berharga yang mendukung daya saing dan pengembangan usaha di pasar global.

Merek merupakan unsur atau tanda pembeda dari produk-produk yang dihasilkan, yang berfungsi untuk menunjukkan asal-usul atau identitas barang dan/atau jasa. Dengan berkembangnya zaman, kebutuhan akan perlindungan merek semakin meningkat seiring pertumbuhan lintas perniagaan dan perindustrian yang semakin kompleks. Hal ini mendorong hukum hak atas kekayaan intelektual untuk masuk ke dalam sistem hukum Indonesia, karena hak-hak tersebut memiliki peran penting dalam mendukung tercapainya tujuan pembangunan nasional.

Salah satu ruang lingkup dalam hak kekayaan intelektual adalah hak merek. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, yang 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. Fungsi merek adalah untuk membedakan barang

dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Pendaftaran merek bagi produk-produk UMKM kini telah dipermudah dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut Undang-Undang Merek dan indikasi geografis). Undang-undang tersebut diikuti dengan peraturan pelaksanaannya melalui Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek (Sulasno, & Nabila, 2020). Hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek untuk jangka waktu sepuluh tahun, yang dimulai sejak tanggal penerimaan pendaftaran.

Berbagai jenis produk UMKM perlu mendapatkan perlindungan, baik itu produk makanan, minuman, maupun produk lainnya. Contohnya, produk cemilan khas Semarang, yaitu lumpia yang diberi nama Lumpia Cenol. Makanan kecil asli Semarang ini diproduksi dalam berbagai varian. Untuk membangun kepercayaan dan menarik pembeli, pelaku usaha memilih nama "Cenol" yang mudah diingat. Saat ini, banyak pengusaha yang berlomba-lomba untuk berkreasi dan mendaftarkan produk mereka agar mendapatkan perlindungan hukum atas produk yang dihasilkan. Perlindungan ini bertujuan untuk menjaga identitas usaha dan memastikan eksklusivitas penggunaan nama, logo, atau simbol produk.

Untuk menganalisis persoalan dengan judul "Perlindungan Hukum Hak Merek UMKM: Studi Lumpia Cenol Semarang," digunakan dua teori hukum yang dianggap paling tepat yaitu teori perlindungan hukum dan teori hukum ekonomi. 1. Perlindungan Hukum. Teori ini berkaitan dengan cara sistem hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pemilik merek, termasuk merek UMKM. Teori ini menekankan pentingnya perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual (merek) untuk mencegah pelanggaran yang merugikan pemilik merek dan untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap produk yang bersangkutan; 2. Teori Hukum Ekonomi. Teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana perlindungan merek dapat mendukung daya saing UMKM, meningkatkan nilai ekonomi produk, dan membantu pengusaha kecil dan menengah dalam memperluas pasar. Teori ini fokus pada hubungan antara hukum dan ekonomi, serta bagaimana regulasi hukum (termasuk hukum merek) berperan dalam pengembangan ekonomi, khususnya dalam sektor UMKM. Kedua teori ini memberikan landasan yang kuat untuk memahami pentingnya perlindungan hukum atas merek dan dampaknya terhadap keberlangsungan usaha UMKM seperti Lumpia Cenol Semarang.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas topik merek dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), antara lain penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Sri Mas Prawreti dan Anak Agung Sri Indrawati dalam artikel berjudul "Pendaftaran Merek sebagai Perlindungan Hukum

pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.” Penelitian ini mengangkat pentingnya pendaftaran merek untuk UMKM serta akibat hukum yang timbul jika merek UMKM tidak didaftarkan (Prawreti & Indrawati, 2022). Selanjutnya, penelitian oleh Annisa Siregar, OK. Saidin, dan Jelly Leviza dalam artikel berjudul “Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah” membahas urgensi pendaftaran merek bagi UMKM dan perlindungan hukum yang menyertainya. Penelitian ini juga menganalisis Putusan No. 161 K/Pdt.Sus-HKI/Merek/2019 dan mengaitkannya dengan teori-teori hukum yang relevan (Siregar, Saidin & Leviza, 2022). Kemudian, artikel oleh Andrew Betlehn dan Prisca Oktaviani Samosir yang berjudul “Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia” mengkaji upaya perlindungan hukum terhadap merek dalam industri UMKM di Indonesia (Betlehn & Samosir, 2022). Artikel ini berbeda dari penelitian-penelitian yang telah disebutkan di atas. Fokus utama artikel ini adalah pada upaya perlindungan hukum terhadap hak merek pada produk UMKM, dengan studi kasus pada produk Lumpia Cenol Semarang. Artikel ini juga membahas akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek produk tersebut berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang telah disebutkan, terdapat beberapa topik yang telah dibahas mengenai perlindungan hukum terhadap merek pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), namun artikel yang ditulis ini memiliki beberapa perbedaan signifikan yang membedakannya dari penelitian yang ada. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih spesifik dan aplikatif dalam konteks hukum perlindungan merek untuk produk UMKM, yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengkaji lebih spesifik tentang Upaya Perlindungan Hukum terhadap Hak Merek Pada Produk UMKM merek Lumpia Cenol di Semarang. Permasalahan dalam artikel ini dirumuskan sebagai berikut: 1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap hak merek UMKM 'Lumpia Cenol' di Semarang berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; dan 2. Apa akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pendaftaran Produk Merek Lumpia Cenol Semarang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui upaya perlindungan hukum terhadap hak merek pada produk UMKM merek Lumpia Cenol di Semarang; dan akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pendaftaran Produk Merek Lumpia Cenol Semarang.

B. METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris. Pendekatan yuridis empiris mengkaji hukum berdasarkan kenyataan sosial yang terjadi dalam masyarakat, dengan fokus pada penerapan peraturan perundang-undangan dalam praktik. Dalam konteks penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian (Pujiati, 2024). Penelitian ini berfokus pada penerapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya dalam konteks perlindungan merek untuk produk UMKM. Spesifikasi penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menganalisis implementasi peraturan yang berlaku. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait, observasi langsung, dan dokumentasi yang relevan.

Teknik pengumpulan data yang diterapkan meliputi wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dan instansi yang berwenang, observasi terhadap proses pendaftaran merek, serta studi literatur terkait Undang-Undang Merek. Untuk menganalisis data, digunakan metode analisis kualitatif dengan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan berbagai sumber data untuk memperoleh kesimpulan yang lebih akurat dan komprehensif. Dalam hal ini, analisis dilakukan dengan memadukan bahan-bahan hukum yang ada dengan data primer yang diperoleh dari lapangan, untuk mengevaluasi implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada produk UMKM.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Hak Merek UMKM “Lumpia Cenol” di Semarang Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Hak cipta, merek, paten, dan rahasia dagang adalah berbagai jenis hak kekayaan intelektual (HKI) yang masing-masing memiliki karakteristik dan ruang lingkup yang berbeda. Salah satu bentuk perlindungan dalam bidang HKI adalah hak merek. Merek, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Merek dan indikasi geografis, didefinisikan sebagai:

"Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa."

Definisi ini menunjukkan bahwa merek tidak hanya mencakup simbol atau nama, tetapi juga elemen-elemen lain seperti warna, suara, dan bahkan hologram yang dapat digunakan untuk

membedakan produk atau jasa di pasar. Merek memiliki peran yang sangat penting dalam dunia perdagangan karena tidak hanya berfungsi sebagai identitas suatu produk atau jasa, tetapi juga sebagai alat untuk melindungi konsumen dan memberikan jaminan atas kualitas barang dan jasa yang ditawarkan.

Dalam konteks bisnis dan pemasaran, "merek" merujuk pada nama, simbol, desain, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut yang digunakan untuk membedakan produk atau layanan suatu perusahaan dari perusahaan lainnya. Merek memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan identitas perusahaan, karena merek tidak hanya sekadar menjadi penanda produk, tetapi juga alat yang membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan. Selain berfungsi sebagai pembeda, merek juga mencerminkan reputasi, kualitas, dan nilai-nilai inti dari produk atau layanan yang ditawarkan. Merek yang kuat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian, karena pelanggan sering kali mengasosiasikan merek dengan pengalaman atau kualitas tertentu yang telah terbukti. Secara lebih luas, elemen merek mencakup berbagai komponen visual dan verbal seperti logo, slogan, warna, serta gaya komunikasi yang digunakan dalam semua aspek promosi dan interaksi perusahaan. Semua elemen ini bekerja bersama untuk menciptakan kesan yang konsisten dan kohesif pada produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga membentuk citra merek yang dapat dikenali dan dipercaya oleh konsumen.

Merek adalah unsur atau tanda yang digunakan untuk membedakan produk-produk yang dihasilkan oleh suatu pihak guna menunjukkan asal-usul atau identitas barang dan/atau jasa. Dalam dunia bisnis dan perdagangan yang semakin berkembang, kebutuhan akan perlindungan merek menjadi semakin penting. Dengan tumbuhnya perniagaan lintas negara dan industri yang semakin kompleks, hal ini mendorong perlunya perlindungan hukum terhadap merek sebagai bagian dari sistem hukum Indonesia. Perlindungan hak kekayaan intelektual, termasuk hak merek, diakui sebagai faktor krusial dalam mendukung tujuan pembangunan nasional, terutama dalam hal perekonomian dan inovasi.

Undang-Undang Merek dan indikasi geografis membedakan merek menjadi tiga jenis utama, yaitu: a. Merek Dagang. Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang, sekelompok orang, atau badan hukum, yang bertujuan untuk membedakan produk tersebut dari barang sejenis lainnya yang beredar di pasar; b. Merek Jasa. Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh individu, sekelompok orang, atau badan hukum, untuk membedakan jasa tersebut dari jasa serupa yang ditawarkan oleh pihak lain; c. Merek Kolektif. Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa yang memiliki karakteristik serupa, termasuk sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa tersebut. Merek ini dikelola dan diawasi oleh sekelompok orang atau badan hukum yang bertujuan untuk membedakan produk atau jasa mereka dari produk atau jasa sejenis lainnya

yang ada di pasar (Nurainy & Danyathi, 2023). Melalui pengaturan ini, Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis memberikan dasar hukum yang jelas untuk melindungi berbagai jenis merek di Indonesia, yang sangat penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis, serta memberikan jaminan bagi konsumen dalam memilih produk dan jasa yang berkualitas.

Pada dasarnya, pendaftaran merek merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum yang sangat penting. Di Indonesia, perlindungan merek mengadopsi prinsip *first to file*, yang merupakan bagian dari Stelsel Konstitutif. Artinya, hak atas merek diberikan kepada pihak pertama yang mendaftarkan merek tersebut, sehingga penting bagi pemilik merek untuk segera mendaftarkan tanda dagang atau jasa mereka untuk menghindari sengketa hukum di masa depan (Wibowo, 2023). Sebagai salah satu bentuk kekayaan intelektual, merek memiliki peran yang sangat vital dalam dunia industri. Merek bukan hanya sekadar simbol atau identitas suatu produk atau jasa, tetapi juga menjadi aset yang sangat berharga bagi pemiliknya, baik itu individu maupun badan hukum (perusahaan). Merek yang terdaftar memberikan perlindungan hukum terhadap hak eksklusif pemiliknya untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan, sekaligus membedakannya dari produk atau jasa serupa di pasar.

Dalam konteks bisnis, merek berfungsi sebagai identitas yang membedakan suatu produk atau jasa dari produk lainnya, menciptakan kesan khusus yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, merek dapat menjadi aset ekonomi yang sangat menguntungkan, terutama jika dikelola dengan baik melalui strategi pemasaran dan manajemen yang tepat. Pemilik merek dapat memanfaatkan potensi merek mereka untuk meningkatkan nilai bisnis, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat mendatangkan keuntungan yang signifikan.

Keberadaan Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) tidak dapat dipisahkan dari dinamika kegiatan ekonomi, industri, dan perdagangan, yang semakin berkembang pesat. Di tengah era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi, efisiensi dan efektivitas pemasaran produk menjadi lebih mudah tercapai, bahkan di pasar internasional. Pasar bebas yang terus berkembang ini memberi peluang besar bagi para produsen untuk memperluas jangkauan produk mereka ke luar negeri, dengan syarat mereka mampu memanfaatkan teknologi dan berinovasi di bidang tersebut. Salah satu elemen kunci untuk bertahan dalam persaingan perdagangan global adalah penguasaan teknologi dan kemampuan berinovasi. Di sisi lain, perlindungan terhadap produk melalui Hak atas Merek juga menjadi sangat penting. Hak atas Merek merupakan hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang telah terdaftar, yang memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan merek tersebut di pasar. Hal ini memungkinkan pemilik merek untuk mencegah pihak lain menggunakan merek yang serupa

atau meniru produk mereka.

Di Indonesia, jumlah UMKM terus meningkat setiap tahunnya. Meskipun demikian, masih banyak pelaku industri UMKM yang belum mendaftarkan merek dagangnya. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan permodalan dan kurangnya pemahaman mengenai manfaat pendaftaran merek untuk keberlanjutan usaha mereka. Padahal, pendaftaran merek tidak hanya memberikan perlindungan hukum, tetapi juga meningkatkan daya saing produk di pasar nasional maupun internasional (Betlehn & Betlehn, 2018). UMKM merupakan sektor yang berkembang pesat dan memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM telah menjadi salah satu pilar utama yang menggerakkan roda perekonomian, berkontribusi dalam penyediaan lapangan kerja, dan mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal hingga nasional. Meskipun skala usahanya lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar, UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang dan berinovasi. Setiap usaha yang dijalankan pasti memiliki bentuk kekayaan intelektual yang menjadi aset berharga, baik dalam bentuk merek, hak cipta, rahasia dagang, maupun indikasi geografis. Merek, sebagai bagian dari kekayaan intelektual, berfungsi sebagai identitas bagi produk yang dipasarkan. Dalam konteks UMKM, meskipun skala usaha mereka terbatas, hampir semua pelaku UMKM memiliki merek untuk membedakan produk mereka dari produk sejenis yang ada di pasar. Merek yang kuat dapat meningkatkan daya saing dan membangun reputasi yang baik bagi produk tersebut.

Saat ini, banyak produk UMKM yang dipasarkan baik secara langsung di pasar maupun melalui platform online. Produk-produk ini sering kali turut tampil dalam berbagai acara bazar atau pameran, menjadikannya produk unggulan dari sektor UMKM. Seiring dengan semakin dikenal dan terkenalnya suatu merek, risiko pemalsuan atau peniruan produk pun semakin tinggi. Untuk itu, pendaftaran merek menjadi langkah yang sangat penting bagi pelaku UMKM untuk melindungi hak kekayaan intelektual mereka. Dengan memiliki merek terdaftar, pelaku usaha dapat mencegah pihak lain menggunakan atau meniru produk mereka tanpa izin. Oleh karena itu, sangat penting bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM, untuk mendapatkan penyuluhan mengenai pentingnya pendaftaran merek. Penyuluhan ini akan membantu mereka memahami manfaat dari perlindungan hukum terhadap merek mereka, sehingga dapat menghindari pemalsuan produk dan menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Pendaftaran merek memiliki berbagai kegunaan yang sangat penting bagi pemilik bisnis atau usaha. Salah satu manfaat utamanya adalah memberikan perlindungan terhadap identitas bisnis atau usaha, serta memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan dapat dibedakan dengan jelas di pasar. Dengan pendaftaran merek, pemiliknya dapat memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan, sekaligus melindungi merek dari

potensi pemalsuan atau penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Secara hukum, pendaftaran merek memberikan perlindungan kepada pemegang hak merek terdaftar dalam bentuk hak eksklusif yang melindungi merek dari pelanggaran. Perlindungan ini mencakup tindakan hukum yang dapat diambil jika pihak lain menggunakan atau meniru merek tanpa izin. Oleh karena itu, pendaftaran merek tidak hanya memberikan keamanan hukum bagi pemiliknya, tetapi juga memberikan berbagai keuntungan lainnya, baik dalam aspek bisnis maupun pemasaran. Pendaftaran merek merupakan suatu proses hukum yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan merek mereka dalam perdagangan. Pendaftaran ini berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Salah satu manfaat utama dari pendaftaran merek adalah pemberian hak eksklusif atas penggunaan merek tersebut di pasar yang relevan. Dengan hak ini, pemilik merek dapat mengambil tindakan hukum terhadap pihak yang menggunakan atau meniru merek tanpa izin.

Selain itu, merek yang terdaftar membantu membangun reputasi yang kuat di mata konsumen. Konsumen akan mengaitkan merek dengan kualitas, keandalan, dan nilai-nilai tertentu yang dimiliki oleh produk tersebut. Sebuah merek yang sukses dapat menjadi aset yang sangat berharga bagi pemiliknya, karena nilai merek akan meningkat seiring dengan pertumbuhan bisnis dan popularitas produk. Merek yang terdaftar juga menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran dan branding, karena merek tersebut dapat digunakan dalam iklan, materi pemasaran, dan kampanye branding yang lebih luas. Contoh konkret dari pentingnya pendaftaran merek dapat dilihat pada usaha makanan khas Semarang, yaitu Lumpia Cenol. Pemilik usaha, Ny. Pudji Astuti, telah mendaftarkan merek "Lumpia Cenol" pada 11 September 2019. Dengan pendaftaran merek ini, diharapkan dapat mencegah terjadinya pemalsuan atau peniruan produk dengan nama atau merek yang sama atau hampir sama. Mengingat semakin berkembangnya jenis makanan khas di Semarang, termasuk lumpia, banyak pelaku usaha yang mencoba menciptakan produk serupa dengan nama merek yang mirip. Oleh karena itu, pendaftaran merek "Lumpia Cenol" merupakan langkah strategis untuk melindungi identitas produk.

Merek "Lumpia Cenol" terdaftar dengan jangka waktu perlindungan selama 10 tahun, yang berakhir pada 11 September 2029. Jangka waktu perlindungan merek ini dapat diperpanjang setelah 10 tahun pertama, memberikan keamanan hukum yang terus berlanjut bagi pemilik merek. Selama periode ini, merek "Lumpia Cenol" akan mendapatkan perlindungan hukum penuh, yang memastikan bahwa hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut tidak akan disalahgunakan oleh pihak lain.

Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut selama jangka waktu tertentu, yakni 10 tahun, yang dapat diperpanjang setiap

sepuluh tahun sekali. Pemilik merek juga berhak memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut melalui perjanjian lisensi (Djulaeka, & Pratiwi, 2017). Sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Merek dan indikasi geografis, menyebutkan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Pendaftaran merek bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek, yang berarti hak atas merek baru sah jika telah didaftarkan oleh pemiliknya di kantor merek, dalam hal ini Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI). Dengan kata lain, pendaftaran merek bukan hanya merupakan hak, tetapi juga kewajiban bagi pemiliknya. Tanpa pendaftaran, hak atas merek tersebut tidak akan terlahir dan tidak akan mendapatkan perlindungan hukum. Hal ini karena hak atas merek pada dasarnya diberikan oleh negara berdasarkan proses pendaftaran, yang memungkinkan pemilik merek memperoleh perlindungan hukum yang sah (Jasmine, 2021).

Indonesia mengadopsi sistem *first to file*, yang berarti perlindungan hukum hanya akan diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan permohonan pendaftaran merek. Negara tidak akan memberikan hak atas merek yang serupa atau identik terhadap merek yang telah didaftarkan sebelumnya. Hal ini memastikan bahwa hanya pihak pertama yang mengajukan pendaftaran yang berhak atas perlindungan eksklusif terhadap merek tersebut. Sebagai contoh, merek "Lumpia Cenol" yang terdaftar di Indonesia sebagai produk makanan, memperoleh perlindungan hukum setelah didaftarkan. Jika ada pihak lain yang mencoba meniru merek ini, pemilik merek "Lumpia Cenol" berhak untuk menggugat dan memperoleh perlindungan hukum, serta memastikan kepastian hukum atas penggunaan merek tersebut. Pendaftaran merek memberikan jaminan bahwa hak eksklusif atas merek akan dilindungi dari penyalahgunaan oleh pihak lain yang tidak sah.

Lumpia Cenol merupakan salah satu produk UMKM yang terkenal di Semarang, yang telah mendaftarkan mereknya pada 11 September 2019. Seiring dengan semakin berkembangnya industri UMKM di Indonesia, pentingnya perlindungan terhadap merek yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil dan menengah semakin menjadi perhatian. Pendaftaran merek, khususnya bagi produk seperti Lumpia Cenol, menjadi salah satu langkah strategis yang perlu diambil oleh pemilik untuk melindungi produk mereka dari pemalsuan atau peniruan. Dalam konteks ini, upaya perlindungan hukum terhadap hak merek sangat penting untuk menjaga identitas produk dan keberlanjutan bisnis.

Teori Perlindungan Hukum menggarisbawahi pentingnya perlindungan yang diberikan oleh negara kepada individu atau badan hukum yang memiliki hak kekayaan intelektual, termasuk merek. Perlindungan ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk mengontrol penggunaan merek mereka di pasar dan melindungi dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Pendaftaran merek adalah bagian dari sistem hukum yang memberikan hak atas kekayaan

intelektual, yang diatur dalam Undang-Undang Merek dan indikasi geografis. Pendaftaran merek memberikan kepastian hukum bagi pemiliknya, seperti yang diterapkan pada produk Lumpia Cenol. Dengan mendaftarkan merek, pemilik produk ini mendapatkan hak eksklusif untuk menggunakan nama "Lumpia Cenol" dan melarang pihak lain yang tidak berwenang untuk menggunakan merek yang sama atau sangat mirip. Hal ini dapat menghindarkan pemilik dari kerugian yang ditimbulkan oleh pemalsuan atau peniruan produk.

Menurut teori Perlindungan Hukum, negara berperan dalam menjaga keadilan dan keseimbangan, sehingga hak-hak pemilik merek yang terdaftar harus dilindungi dari tindakan-tindakan yang dapat merugikan mereka, seperti pemalsuan atau peniruan yang merusak reputasi dan pasar. Dalam kasus Lumpia Cenol, pemiliknya, dengan mendaftarkan merek, mendapatkan perlindungan hukum yang mencegah orang lain untuk meniru produk tersebut. Perlindungan ini juga memberikan ruang bagi pemilik untuk melakukan tindakan hukum apabila terjadi pelanggaran terhadap merek yang telah terdaftar. Dalam konteks UMKM, seperti yang terlihat pada Lumpia Cenol, pendaftaran merek memberikan manfaat signifikan dalam menjaga keberlanjutan usaha. Salah satu contoh nyata adalah ketika produk mulai dikenal di pasar, maka semakin besar pula peluang untuk ditiru atau dipalsukan. Dengan mendaftarkan merek, produk tersebut mendapatkan perlindungan hukum yang memberikan rasa aman bagi pemilik, serta meningkatkan nilai produk di mata konsumen. Namun, tantangan utama bagi pelaku UMKM adalah rendahnya kesadaran tentang pentingnya pendaftaran merek. Banyak UMKM di Indonesia yang masih enggan atau tidak mampu untuk mendaftarkan merek mereka karena terbatasnya permodalan dan pengetahuan mengenai manfaat pendaftaran merek. Oleh karena itu, upaya perlindungan hukum melalui pendaftaran merek harus didorong dengan program penyuluhan dan edukasi, serta insentif yang dapat membantu mengurangi hambatan yang ada.

Teori Hukum Ekonomi mengkaji hubungan antara hukum dan ekonomi, yang menjelaskan bagaimana aturan hukum dapat menciptakan insentif ekonomi yang mendorong perilaku efisien dan inovatif. Dalam hal ini, pendaftaran merek tidak hanya memberikan perlindungan hukum, tetapi juga memberikan keuntungan ekonomi yang besar bagi pemilik merek, baik dalam konteks meningkatkan daya saing maupun menarik minat konsumen. Melalui pendaftaran merek, pemilik usaha seperti Lumpia Cenol dapat meningkatkan nilai bisnis mereka. Hak eksklusif atas merek memberikan peluang untuk memanfaatkan merek tersebut sebagai aset ekonomi yang bernilai, baik melalui peningkatan penjualan maupun peningkatan reputasi produk. Dalam teori hukum ekonomi, ini bisa dipandang sebagai investasi, di mana merek yang terdaftar berfungsi sebagai alat untuk memperkuat posisi produk di pasar dan meningkatkan keuntungan.

Perlindungan merek pada produk UMKM juga berperan dalam memperkuat daya saing di

pasar yang semakin kompetitif. Dengan merek yang terdaftar, produk dapat lebih mudah dibedakan dengan produk sejenis lainnya, yang meningkatkan kemampuan untuk menarik konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen. Ini sangat penting untuk UMKM, yang umumnya bersaing dengan produk serupa namun tanpa adanya pembeda yang jelas. Selain itu, merek yang terdaftar berpotensi untuk menjadi aset yang berharga, baik dalam hal pemasaran maupun dalam peluang bisnis lain, seperti kerja sama atau bahkan akuisisi. Pemilik merek yang terdaftar dapat memperoleh manfaat finansial dari lisensi atau pengalihan hak atas merek tersebut, yang pada gilirannya dapat menjadi sumber pendapatan tambahan.

Melalui analisis menggunakan teori Perlindungan Hukum dan Teori Hukum Ekonomi, upaya perlindungan hukum terhadap hak merek pada produk UMKM, khususnya Lumpia Cenol, memberikan dampak yang sangat positif baik dari sisi hukum maupun ekonomi. Pendaftaran merek memberikan kepastian hukum yang melindungi hak eksklusif pemilik merek dan mencegah adanya pelanggaran yang merugikan. Dari perspektif hukum ekonomi, pendaftaran merek memberikan insentif ekonomi yang mendorong inovasi dan efisiensi, serta meningkatkan daya saing produk di pasar. Oleh karena itu, upaya perlindungan hukum melalui pendaftaran merek harus didorong lebih lanjut, dengan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pendaftaran merek, serta memberikan dukungan yang diperlukan agar mereka dapat memanfaatkan hak kekayaan intelektual ini sebaik-baiknya.

2. Akibat Hukum yang Timbul Setelah Pendaftaran Merek Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada Pendaftaran Produk Merek Lumpia Cenol Semarang.

Pembangunan nasional Indonesia memiliki fokus utama pada bidang ekonomi. Sebagai salah satu elemen penting dalam pembangunan nasional, pembangunan ekonomi bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur. Di tengah upaya tersebut, produk UMKM memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara. UMKM merupakan jenis usaha yang dijalankan secara individu, keluarga, atau badan usaha kecil, yang seringkali menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi Indonesia. Selain berperan dalam meningkatkan daya saing produk lokal, keberadaan UMKM juga membantu menciptakan banyak lapangan pekerjaan baru, yang berpengaruh langsung dalam menekan tingkat pengangguran di Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia tidak bisa dipandang sebelah mata, mengingat kontribusinya dalam menciptakan kesejahteraan bagi banyak kalangan (Sari, & Fisabilillah, 2017). Setiap produk UMKM umumnya memiliki merek, yang berfungsi untuk membedakan produk

tersebut dengan produk lainnya. Merek ini bukan hanya sebagai identitas, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra dan reputasi produk di pasar. Dengan merek yang terdaftar, pemilik UMKM dapat memperoleh perlindungan hukum yang dapat mencegah pihak lain untuk meniru atau memalsukan produk mereka.

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah. Seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, kriteria UMKM dibedakan menjadi tiga kategori: usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Masing-masing kategori ini memiliki kriteria tertentu yang mencakup aspek jumlah aset, omzet, dan jumlah tenaga kerja yang terlibat. UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional Indonesia. Secara umum, UMKM berperan sebagai penggerak utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, serta berkontribusi signifikan terhadap pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, UMKM juga berperan dalam penciptaan pasar baru dan memberikan kontribusi terhadap neraca pembayaran negara (Sopamena, et al., 2022). Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih belum tertarik untuk mendaftarkan produk yang mereka hasilkan, termasuk merek. Meskipun mereka sudah memberikan label (yang mereka anggap sebagai merek) pada produk, mereka lebih fokus pada jumlah penjualan dan desain produk yang mereka hasilkan, daripada pada aspek perlindungan hukum melalui pendaftaran merek. Banyak pelaku UMKM lebih mengutamakan penjualan produk daripada legalitas merek mereka (Inayah, 2019). Pemerintah sebenarnya telah memberikan perlindungan terhadap UMKM, sebagaimana diatur dalam Pasal 35 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pasal tersebut menyatakan bahwa "Usaha besar dilarang memiliki atau menguasai usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai mitra usahanya dalam pelaksanaan hubungan kemitraan." Perlindungan ini bertujuan untuk menjaga agar UMKM tetap dapat berkembang secara mandiri tanpa bergantung pada usaha besar, serta untuk menjaga keseimbangan dalam ekosistem ekonomi nasional.

Merek merupakan salah satu bentuk kekayaan industri yang sangat penting. Setiap produk tidak dapat terlepas dari merek, karena merek berfungsi sebagai identitas yang membedakan produk tersebut dari produk lainnya. Merek adalah aset ekonomi yang berharga bagi pemiliknya, baik individu maupun badan usaha (perusahaan), yang dapat menghasilkan keuntungan besar, terutama jika dikelola dengan baik, memperhatikan aspek bisnis, serta manajemen yang efektif. Karena pentingnya peranan merek, maka merek perlu dilindungi secara hukum sebagai objek yang melibatkan hak-hak individu atau badan hukum. Merek, yang merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual, memiliki peran yang sangat mendasar dalam perdagangan barang atau jasa, baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Selain berfungsi sebagai pembeda antara barang atau jasa

yang satu dengan yang lainnya, merek juga berfungsi sebagai jaminan kualitas produk berdasarkan reputasi merek itu sendiri (Shiyam, 2020). Perlindungan terhadap merek sangatlah penting, karena merek berfungsi sebagai tanda pengenal yang menunjukkan asal-usul barang atau jasa, sekaligus menghubungkannya dengan produsen atau penyedia jasa. Hal ini memungkinkan konsumen untuk mengenali dan membedakan produk atau jasa yang berkualitas dengan produk atau jasa lainnya yang mungkin tidak memiliki standar yang sama.

Keberadaan Undang-Undang Merek dan indikasi geografis diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk melindungi usaha UMKM melalui perlindungan kekayaan intelektual yang berupa merek. Dengan adanya pengakuan merek yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM, industri besar atau pelaku usaha yang memiliki niat tidak baik tidak dapat begitu saja mengambil atau meniru kekayaan intelektual milik pelaku usaha UMKM. Hal ini karena kepemilikan merek yang terdaftar diakui dan dilindungi oleh pemerintah. Hak atas merek adalah hak yang bersifat eksklusif (*exclusive*) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya. Hak ini memberikan kewenangan kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Male, 2017). Perdagangan bebas seperti yang terjadi saat ini menjadikan merek memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek sangat dibutuhkan. Merek akan mendapatkan perlindungan hukum apabila terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Mengingat banyaknya kasus peniruan terhadap desain, logo, *brand*, dan merek, Indonesia telah memiliki Undang-Undang yang mengatur hak atas merek, yaitu Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Wirayuda, Wirayuda & Wirayuda, 2020).

Pendaftaran merek adalah proses formal yang diatur oleh Undang-Undang Merek dan indikasi geografis di Indonesia. Tujuan utama dari pendaftaran merek adalah memberikan perlindungan hukum atas hak eksklusif penggunaan merek dalam kegiatan perdagangan dan untuk mencegah penyalahgunaan atau pelanggaran oleh pihak ketiga. Proses pendaftaran dimulai dengan pengajuan permohonan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), yang mencakup pengisian formulir dan penyertaan dokumen-dokumen yang relevan. Dalam pengajuan permohonan pendaftaran merek, terdapat persyaratan yang harus dipenuhi oleh pihak pemilik merek. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Merek dan indikasi geografis disebutkan bahwa permohonan pendaftaran merek dapat diajukan baik secara elektronik maupun non-elektronik, dengan menggunakan bahasa Indonesia.

Dalam permohonan pendaftaran merek mencantumkan antara lain, a. Tanggal, bulan dan tahun permohonan; b. Nama lengkap, kewarganegaraan dan alamat pemohon; c. Nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa; d. warna jika Merek yang dimohonkan

pendaftarannya menggunakan unsur warna; e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa. Permohonan ditandatangani oleh pemohon atau kuasa dan dilampiri dengan label serta dilampiri bukti pembayaran biaya sesuai per kelas. Sesuai Pasal 4 ayat (5) bahwa biaya permohonan tergantung pada kelas pendaftaran merek.

Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa. Merek bisa didaftarkan lebih dari satu kelas. Pada Pasal 6 ayat 1 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis terdapat pernyataan: a. Permohonan untuk lebih dari 1 (satu) kelas barang dan/atau jasa dapat diajukan dalam satu permohonan; dan b. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menyebutkan jenis barang dan/atau jasa yang termasuk dalam kelas yang dimohonkan pendaftarannya.

Bukti merek tersebut terdaftar adalah adanya sertifikat. Sertifikat merek diterbitkan oleh Menteri sejak Merek tersebut terdaftar. Sertifikat Merek sebagaimana memuat: a. nama dan alamat lengkap pemilik Merek yang terdaftar; b. nama dan alamat lengkap Kuasa, dalam hal Permohonan melalui Kuasa; c. Tanggal Penerimaan; d. nama negara dan Tanggal Penerimaan permohonan yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan menggunakan Hak Prioritas; e. label Merek yang didaftarkan, termasuk keterangan mengenai macam warna jika Merek tersebut menggunakan unsur warna, dan jika Merek menggunakan bahasa asing, huruf selain huruf Latin, dan/atau angka yang tidak lazim digunakan dalam bahasa Indonesia disertai terjemahannya dalam bahasa Indonesia, huruf Latin dan angka yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia serta cara pengucapannya dalam ejaan Latin; f. nomor dan tanggal pendaftaran; dan g. kelas dan jenis barang dan/atau jasa yang Mereknya terdaftar; dan h. jangka waktu berlakunya pendaftaran Merek. Jangka waktu Perlindungan dan perpanjangan Merek terdaftar sesuai Pasal 35 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis adalah Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan. Jangka waktu pelindung dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama oleh Pemohon. Setelah merek didaftarkan maka merek tersebut mendapat perlindungan hukum dan apabila terdapat oknum yang akan meniru maka pihak yang telah didaftarkan lebih dahulu adalah yang menjadi pemilik merek dan dilindungi.

Tujuan perlindungan merek adalah untuk memastikan bahwa pemilik merek dapat melindungi identitas, reputasi, dan hak eksklusif mereka terhadap merek tersebut. Berikut adalah beberapa tujuan utama perlindungan merek: a. Hak Eksklusif. Memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan dan bisnis, sehingga menghindari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain; b. Melindungi Reputasi. Menghindari kemungkinan kebingungan atau kesalahan identifikasi oleh konsumen dengan memastikan bahwa hanya pemilik

merek yang berwenang dapat menggunakan merek tersebut; c. Menghindari Penipuan. Melindungi konsumen dari penipuan dengan memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka beli sesuai dengan kualitas dan reputasi yang diasosiasikan dengan merek tersebut; d. Mendorong Inovasi. Memberikan insentif kepada perusahaan untuk berinovasi dan berinvestasi dalam pengembangan produk dan layanan dengan memberikan perlindungan terhadap hasil usaha; e. Mengendalikan Penggunaan. Memberikan kontrol kepada pemilik merek terhadap bagaimana dan di mana merek mereka digunakan, sehingga menjaga integritas dan citra merek; f. Pencegahan Persaingan Tidak Sehat. Menghindari kompetitor dari penggunaan merek yang dapat menyesatkan konsumen atau merugikan pemilik merek melalui praktik bisnis yang tidak etis; dan g. Hak Hukum. Memberikan dasar hukum untuk menuntut tindakan hukum terhadap pihak yang melanggar hak merek, termasuk pelanggaran dan peniruan. Perlindungan merek sangat penting untuk membangun dan menjaga kepercayaan masyarakat serta memastikan persaingan yang sehat pada pemasaran.

Berdasarkan Undang-Undang Merek dan indikasi geografis, pemberian Hak Eksklusif atas Penggunaan Merek. Setelah merek "Lumpia Cenol" terdaftar, pemilik merek memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam perdagangan produk yang sesuai dengan kelas pendaftaran (kelas 30 - produk makanan). Hak eksklusif ini meliputi hak untuk: a. Menggunakan merek tersebut dalam kegiatan komersial; dan b. Melarang pihak ketiga yang tidak sah untuk menggunakan merek yang sama atau serupa dalam produk yang sejenis. Dengan pendaftaran, pemilik merek memiliki wewenang penuh untuk mengontrol penggunaan merek tersebut. Hal ini bertujuan untuk menjaga identitas merek dan kualitas produk agar tidak ada kebingungan di pasar.

Salah satu tujuan utama pendaftaran merek adalah untuk memberikan perlindungan terhadap peniruan atau pelanggaran merek oleh pihak ketiga. Jika ada pihak yang meniru merek "Lumpia Cenol" atau menggunakan merek serupa dalam produk makanan tanpa izin, pemilik merek berhak untuk menuntut tindakan hukum terhadap pelanggaran tersebut. Pemilik merek yang terdaftar dapat mengajukan gugatan ke pengadilan untuk meminta penghentian penggunaan merek yang melanggar dan meminta ganti rugi. Perlindungan ini berlaku selama 10 tahun dan dapat diperpanjang. Pendaftaran merek juga memberikan perlindungan terhadap reputasi merek. Dengan pendaftaran yang sah, hanya pemilik merek yang berhak untuk menjamin kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang diinginkan. Perlindungan ini bertujuan agar konsumen tidak tertipu dengan produk yang kualitasnya meragukan atau berbeda dari produk asli yang dikenali melalui merek terdaftar. Produk yang menggunakan merek yang terdaftar dianggap sebagai representasi dari kualitas yang sudah terjamin, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Teori Perlindungan Hukum dalam konteks merek berfokus pada perlindungan hak-hak pemilik merek atas hak eksklusif yang diberikan oleh negara. Perlindungan ini berperan untuk menghindari kerugian bagi pemilik merek yang terdaftar, seperti hilangnya keuntungan atau reputasi akibat peniruan atau penggunaan yang tidak sah, serta menjamin bahwa hanya pemilik yang sah yang dapat mengontrol dan mengelola merek tersebut di pasar. Dalam konteks merek "Lumpia Cenol", teori Perlindungan Hukum menjelaskan bahwa pemilik merek berhak untuk melindungi hak-haknya melalui tindakan hukum, seperti: a. Mengajukan gugatan kepada pihak yang melanggar hak eksklusif mereka; b. Mendapatkan bantuan hukum dari pemerintah untuk menghentikan peredaran produk yang menggunakan merek secara ilegal; dan c. Menerima perlindungan terhadap peniruan yang dapat merugikan konsumen dan reputasi usaha.

Teori Hukum Ekonomi berfokus pada bagaimana hukum dapat memengaruhi ekonomi, mendorong efisiensi, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui aturan hukum yang adil dan jelas. Dalam konteks merek "Lumpia Cenol", teori ini dapat dilihat dari beberapa aspek berikut: a. Insentif untuk Inovasi dan Investasi. Pendaftaran merek memberikan insentif kepada pemilik usaha untuk berinovasi dalam produk dan layanan mereka. Dengan adanya perlindungan hukum atas merek, pemilik usaha merasa lebih aman untuk berinvestasi dalam pengembangan produk dan memperluas bisnis mereka. Ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya dalam sektor UMKM. Pemilik merek dapat memanfaatkan merek yang terdaftar sebagai alat pemasaran yang memperkuat daya saing produk mereka di pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan; b. Menciptakan Pasar yang Sehat. Pendaftaran merek juga berkontribusi pada terciptanya pasar yang sehat dan adil. Dengan memastikan bahwa hanya pemilik yang sah yang dapat menggunakan merek tertentu, pasar dapat menghindari praktik persaingan tidak sehat seperti peniruan, pemalsuan, dan penipuan. Hal ini memastikan bahwa konsumen mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan yang mereka harapkan. Pasar yang sehat akan meningkatkan efisiensi ekonomi, karena kompetisi yang lebih adil dan transparansi dalam pasar akan mendorong produsen untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka; c. Perlindungan terhadap Konsumen. Teori Hukum Ekonomi juga berfokus pada perlindungan terhadap konsumen. Dengan adanya merek terdaftar, konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi produk yang asli dan terjamin kualitasnya. Hal ini dapat mengurangi risiko konsumen membeli produk yang tidak memenuhi standar atau yang palsu. Perlindungan konsumen melalui pendaftaran merek membantu meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya dapat memperkuat daya beli mereka dan mendukung keberlanjutan pasar.

Berdasarkan Undang-Undang Merek dan indikasi geografis, pendaftaran merek "Lumpia Cenol" membawa berbagai akibat hukum yang memberikan perlindungan eksklusif kepada pemilik

merek. Melalui teori Perlindungan Hukum, pemilik merek memiliki hak untuk melindungi identitas dan reputasi merek mereka dari pelanggaran pihak ketiga. Sedangkan melalui teori Hukum Ekonomi, pendaftaran merek mendukung inovasi, menciptakan pasar yang lebih sehat, dan melindungi konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi serta keberlanjutan usaha.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Perlindungan hukum terhadap hak merek UMKM, seperti "Lumpia Cenol" di Semarang, melalui pendaftaran merek sangat penting untuk menjaga identitas produk dan mencegah pemalsuan atau peniruan yang dapat merugikan pemilik usaha. Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif kepada pemilik untuk menggunakan merek dalam kegiatan perdagangan, sekaligus memberikan kepastian hukum dan perlindungan jangka panjang selama 10 tahun, yang dapat diperpanjang. Dengan adanya perlindungan ini, UMKM tidak hanya memperoleh jaminan atas produk mereka, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing dan reputasi bisnis di pasar. Pendaftaran merek merupakan langkah strategis yang mendukung keberlanjutan usaha serta melindungi hak kekayaan intelektual dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif.

Akibat hukum yang timbul setelah pendaftaran merek, berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pada pendaftaran produk merek Lumpia Cenol Semarang menunjukkan bahwa pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum eksklusif kepada pemegang hak atas merek yang terdaftar. Hak ini meliputi penggunaan merek secara eksklusif, melarang pihak lain menggunakan merek serupa yang dapat menimbulkan kebingungan, serta hak untuk menuntut secara hukum jika terjadi pelanggaran. Perlindungan ini mendorong terciptanya keadilan dalam persaingan usaha dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha maupun konsumen. Namun, ketidakpatuhan terhadap ketentuan pendaftaran atau pemanfaatan merek yang tidak sesuai dapat menimbulkan sengketa hukum, termasuk klaim pembatalan merek atau tuntutan ganti rugi, sehingga menunjukkan pentingnya memahami dan mematuhi regulasi yang berlaku untuk mengoptimalkan manfaat perlindungan hukum atas merek.

Berdasarkan temuan dalam kesimpulan, diberikan saran yaitu: 1. Pemerintah perlu meningkatkan edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya pendaftaran merek, khususnya kepada pelaku UMKM, untuk memastikan mereka memahami manfaat perlindungan hukum dan mencegah terjadinya sengketa hukum yang merugikan; dan 2. Diperlukan dukungan berupa subsidi biaya pendaftaran merek atau program insentif lainnya dari pemerintah guna mengatasi kendala finansial yang dihadapi pelaku UMKM dalam upaya memperoleh perlindungan hukum atas merek mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zaenal., & Iqbal, Muhammad. (2020). Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, Vol. 5, (No. 1), p.47-63. <http://dx.doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>.
- Arsyad, L. (2015). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Betlehn, Andrew., & Samosir, Prisca Oktaviani. (2018). Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia. *Jurnal Law and Justice*, Vol. 3, (No. 1), p.3-10. <https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>.
- Djulaeka, Djulaeka., & Pratiwi, Putri Ayu. (2023). Pendaftaran Merek Produk UMKM Setelah Berlakunya UU Cipta Kerja. *RechtIdee*, Vol. 18, (No. 2), p.128-145. <https://doi.org/10.21107/ri.v18i2.21192>.
- Inayah. (2019). Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dalam Perlindungan Kekayaan Intelektual. *Law And Justice*, Vol. 4, (No. 2), p.120-136. <https://doi.org/10.23917/laj.v4i2.8942>.
- Jasmine, T.F. (2021). Analisis Hukum terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Studi Putusan Nomor 646 K/Pst.Sus-HKI/2021). *Iuris Studia Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 2, (No. 3), p.644-652. Retrieved from <https://jurnal.bundamediagrup.co.id/index.php/iuris/article/view/186>.
- Nurainy, Diah Ayu., & Danyathi, Ayu Putu Laksmi. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Hak Merek di Indonesia. *Jurnal Kertha Desa*, Vol. 11, (No. 4), p.2314-2322. Retrieved from <https://jurnal.harianregional.com/kerthadesa/id-97482>.
- Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.
- Prawreti, Ida Ayu Sri Mas., & Indrawati, Anak Agung Sri. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Perlindungan Hukum pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Harian Regional*, Vol. 11, (No. 2), <https://doi.org/10.24843/KW.2022.v11.i02.p2>.
- Pujiati. (2024). *Metode Penelitian Yuridis Normatif di Bidang Hukum*. Jakarta: Eepulish.
- Sari, Linda Tri Amanat., & Fisabilillah. (2021). Ladi Wajuba Perdini Pengaruh Pertumbuhan UMKM dan Tingkat Pengangguran terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *INDEPENDENT: Journal of Economics*, Vol. 1, (No. 3), p.178-190. <https://doi.org/10.26740/independent.v1i3.43584>.

- Shiyam, M.A. (2020). *Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Tahu Randudongkal di Kabupaten Pemalang*. Universitas Negeri Semarang.
- Siregar, Annisa., Saidin, OK., & Leviza, Jelly. (2022). Perlindungan Hukum Hak atas Merek pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Locus Journal of Academic Literature Review, Vol. 1*, (Issue 3), p.161-169. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i3.64>.
- Sopamena, et al. (2022). Perlindungan Hukum UMKM dalam Memasuki Era Baru Pasca Pandemi. *Jurnal Sanisa, Vol. 2*, (No. 2), p.92-99. Retrieved from <https://fhukum.unpatti.ac.id/jurnal/sanisa/article/view/1211/pdf>.
- Suarjana, I.W. (2023). Peran Hak Kekayaan Intelektual dalam Membina Inovasi dan Implikasi Hukum Bagi Badan Usaha. *Jurnal Cahaya Mandalika, Vol. 4*, (No. 3), p.830-837. <https://doi.org/10.36312/jcm.v4i3.1955>.
- Sulasno., & Nabila, Uul. (2020). Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual atas UMKM Melalui Program Sabtu Minggu di Kota Serang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (AsIAN), Vol. 08*, (No. 01), p.27-30. Retrieved from <https://www.scribd.com/document/542817609/29-Article-Text-126-1-10-20201013>.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Wibowo, S. (2015). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Dagang Terdaftar dengan Penerapan Prinsip First To File terhadap Pihak Lain (Studi Kasus Putusan MA Nomor 161k/Pdt.Sus-Hki/2023). *Jurnal Hukum Caraka Justitia, Vol. 3*, (No. 2), p.127-145. <https://doi.org/10.30588/jhcj.v3i2.1675>.
- Wirayuda, Ketut Bayu., Sudiarmaka, Ketut Dewa., & Mangku, Gede Sudika. (2020). *Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, tentang Merek dan Indikasi Georafis, Terkait Adanya Peniruan Logo Merek Terdaftar di Kota Singaraja*. Universitas Pendidikan Ganesha.