

# PERLINDUNGAN HUKUM BAGI MEREK TERKENAL TERHADAP PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

Pande Regina Pradnyana Putri, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: [reginapradnyana@gmail.com](mailto:reginapradnyana@gmail.com)

Putri Triari Dwijayanthi, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: [putritriari@unud.ac.id](mailto:putritriari@unud.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian dalam jurnal ini dilakukan dengan tujuan memahami perlindungan hukum atas merek terkenal terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian jurnal ini adalah penelitian normatif, dan melibatkan penggunaan studi yang memiliki dasar hukum baik dari buku maupun internet. Adapun persoalan yang diangkat adalah pengaturan mengenai perlindungan hukum dalam melindungi merek dagang terkenal yang berdasarkan Undang-Undang Merek Dagang Indonesia dan upaya hukum yang diambil oleh pemegang merek terkenal sebagai tanggapan atas pelanggaran merek dagang yang terjadi di dunia perdagangan yang melibatkan UMKM. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjadi landasan penelitian ini. Undang-undang tersebut menguraikan sejumlah hak yang dimiliki bersama oleh pemilik merek dan mereka yang mendistribusikan nama merek terkenal kepada publik. Serta menjelaskan bagaimana hukum memberikan keadilan atas pelanggaran bagi pelaku umkm mengatasnamakan merek terkenal.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Merek Dagang Terkenal, UMKM

## ABSTRACT

*The research in this journal was conducted with the aim of understanding the legal protection of well-known brands for micro, small and medium enterprises. The research method applied in this journal research is normative research, and involves the use of studies that have a legal basis from both books and the internet. The issues raised are the regulations regarding legal protection in protecting well-known trademarks based on the Indonesian Trademark Law and the legal efforts taken by well-known trademark holders in response to trademark infringements that occur in the world of trade involving MSMEs. Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications is the basis for this research. The law outlines a number of rights that are shared by brand owners and those who distribute well-known brand names to the public. And explains how the law provides justice for violations for MSME actors in the name of well-known brands.*

*Key Words: Legal Protection, Famous Trademarks, MSMEs*

## I. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Merek terkenal memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan menjadi aset penting bagi pemiliknya<sup>1</sup>. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemilik merek terkenal untuk memiliki perlindungan hukum untuk menghindari pelanggaran hak cipta seperti peniruan, pembongcengan, dan tindakan lainnya yang dapat merugikan pemilik merek

---

<sup>1</sup> Al-Fatih, S. "Analisis Keterhubungan Konsep Merek dengan Nama Domain: Kajian Kekayaan Intelektual di Indonesia". *Journal of Judicial Review*, 23(2) (2021): 257-264.

terkenal.<sup>2</sup> Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek (selanjutnya disebut UU Merek) merupakan landasan hukum merek di Indonesia yang mengatur tentang perlindungan hukum yang disediakan kepada pemegang merek terkenal. Undang-undang ini memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek terkenal terhadap perbuatan salah yang dilakukan oleh pelaku usaha, khususnya yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa disingkat sebagai UMKM yang melakukan pelanggaran hak cipta.<sup>3</sup>

Merek terkenal memiliki reputasi yang baik di pasar, dan nilai merek terkait erat dengan kualitas, keandalan, dan reputasi merek<sup>4</sup>. Pelaku UMKM mungkin berusaha memanfaatkan nama besar merek terkenal untuk mendapatkan keuntungan yang tidak sah<sup>5</sup>. Perlindungan hukum yang kuat membantu mencegah penggunaan yang tidak sah atau penyalahgunaan merek dagang terkenal dari UMKM. Tujuan melindungi merek terkenal juga merupakan perlindungan konsumen. Konsumen mempercayai merek terkenal sebagai indikator kualitas dan keaslian produk atau jasa yang mereka beli. Jika pelaku UMKM dapat dengan mudah memalsukan atau menggunakan merek terkenal, konsumen akan kehilangan kepercayaan terhadap merek tersebut dan mungkin terhalang untuk memilih produk atau layanan yang tepat.<sup>6</sup> Perselisihan antara perusahaan minuman California, *Monster Energy Company* (*Hansen Beverage Company*) dan perusahaan nasional Indonesia Andria Thamrum pemilik merek lokal *Monster*, merupakan studi kasus branding UMKM yang terjadi di Indonesia.<sup>7</sup>

Permasalahan sengketa merek dagang antara *Monster Energy Company* (*Hansen Beverage Company*) dengan yang memiliki merek lokal bernama *Monster* di bawah kepemilikan Andria Thamrum menjadi sorotan, terutama dalam konteks menjaga hak atas kekayaan intelektual mengenai UMKM. Gugatan merek tersebut pada tahun 2015 berakhir dengan putusan majelis hakim terhadap pemilik merek asing, baik sebagai pemohon maupun penggugat. Perusahaan minuman *Monster Energy* yang berbasis di California, yang sebelumnya bernama *Hansen Beverage Company*, telah menyampaikan tuntutan ke Pengadilan Niaga di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat terhadap pemilik merek lokal *Monster* yaitu Andria Thamrun. Pemilik merek California merasa merek *Monster Energy* Amerika dan merek *Monster* lokal sangat sebanding. yang merupakan salah satu alasan dia mengajukan pengaduan. Gugatan tersebut dikatakan tidak memuaskan oleh Majelis hakim tingkat pertama. Permasalahannya masih menunggu di tingkat kasasi. Permohonan kasasi kembali ditolak pada keputusan yang dikeluarkan oleh Majelis Hakim dalam perkara dengan nomor 70/Pdt.SUS/Merek/2014/PN.Niaga Jkt.Pst, mengabulkan adanya keberatan pemilik merek lokal, dikarenakan percaya bahwa kasus permasalahan sengketa tersebut

---

<sup>2</sup> Hidayat, T. "Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada UMKM". (2022).

<sup>3</sup> Kuasa, D. A., & Disemadi, H. S. "Urgensi Pendaftaran Merek Bagi UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia". (2022).

<sup>4</sup> Alamanda, A. E. (2022). "Empowerment Community Welfare After The Pandemic In Indonesia: The Role Of Fintech". *Journal Of Judicial Review*, 24(2) (2022): 209-224. <https://doi.org/10.37253/jjr.V24i2.7223>

<sup>5</sup> Santoso, B. "Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif". (2020).

<sup>6</sup> Balqis, W. G. "Perlindungan Merek Sebagai Hak Kekayaan Intelektual: Studi Di Kota Semarang, Indonesia". *Journal Of Judicial Review*, 23(1) (2021).

<sup>7</sup> Gunawan, Y. "Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar Dan Merek Terkenal Dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum". *Iblam Law Review*, 2(2) (2022): 141-164.

terlalu dini. Majelis hakim memutuskan gugatan itu seharusnya tidak diajukan saat ini. Majelis Hakim menilai, menurut hukum acara perdata, masih terlalu dini untuk mengajukan gugatan *a quo* sehubungan dengan gugatan penggugat yang meminta penghapusan pendaftaran merek tergugat dengan nomor pendaftaran IDM000232502, oleh karena itu gugatan tersebut terlalu dini. Sebaliknya, Penggugat harus menunggu keputusan Komisi Banding Merek agar tidak terjadi tumpang tindih keputusan.

Dengan melindungi merek yang terkenal dari adanya pelanggaran, pemilik merek terkenal tidak akan mengalami persaingan tidak sehat dari pelaku UMKM yang mencoba mengeksploitasi popularitas mereknya secara ilegal. Perlindungan hukum yang efektif terhadap merek-merek terkenal mendorong para pemilik merek untuk terus berinovasi dan berinvestasi dalam pengembangan mereknya. Merek-merek terkenal sering kali merupakan hasil dari upaya bertahun-tahun untuk menciptakan dan mempromosikan merek yang unik. Jika merek terkenal menghadapi penggunaan yang tidak sah, pemilik merek mungkin tidak termotivasi untuk berinvestasi lebih banyak pada merek mereka.

Oleh karena itu, pentingnya melakukan penelitian mengenai perlindungan hukum yang diberikan kepada pemilik merek terkenal terhadap pelaku UMKM dalam perspektif Undang-Undang Merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlunya pemegang merek terkenal di Indonesia mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan Indonesia saat ini, serta upaya hukum yang mungkin diambil oleh pemegang merek terkenal jika terjadi pelanggaran oleh pelaku-pelaku UMKM.

Penelitian ini sebanding dengan sejumlah penelitian lainnya, namun permasalahan yang dibahas dan ruang lingkup permasalahannya berbeda-beda. Adapun penelitian tersebut disusun oleh "Muhamad Shafwan Afif, Heru Sugiyono" pada tahun 2021 dengan judul "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia".<sup>8</sup> Karya tulis tersebut hanya membahas terkait hanya perlindungan hukum bagi para pemegang merek terkenal, namun penulisan ini memiliki hasil yang berbeda yaitu membahas perlindungan merek terkenal serta upaya hukum yang mungkin dilakukan oleh pemegang merek terkenal untuk menghentikan pelanggaran merek dagang yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Jadi, karya tulis ini membahas tentang perlindungan hukum merek terkenal namun mempunyai tujuan dan hasil yang berbeda, dengan penekanan lebih pada eksplorasi perlindungan hukum terhadap merek-merek terkenal dari UMKM dalam perspektif Undang-Undang Merek.<sup>9</sup> Maka dari itu, menjadi menarik untuk melakukan penelitian dengan merumuskan judul "Perlindungan Hukum Bagi Merek Terkenal Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah".

## 1.2 Rumusan Masalah

Penjelasan di atas dapat ditarik menjadi beberapa masalah yang dapat dijabarkan antara lain:

1. Bagaimana pengaturan terkait perlindungan merek terkenal dalam UU Merek di Indonesia?
2. Bagaimana upaya hukum yang dilakukan oleh pemegang merek dagang terkenal atas pelanggaran merek yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam perdagangan?

---

<sup>8</sup> Afif, Muhamad Shafwan, and Heru Sugiyono. "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Terkenal Di Indonesia." *Jurnal USM Law Review* 4.2 (2021): 565-585.

<sup>9</sup> Santoso, B. "Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif". (2020).

### 1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan jurnal ilmiah ini yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Merek Terkenal Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah” memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaturan hukum terkait perlindungan merek terkenal dalam UU Merek di Indonesia dan upaya hukum yang dilakukan oleh pemegang merek terkenal untuk mencegah pelanggaran merek yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam perdagangan. Urgensi penulisan jurnal ilmiah ini adalah dalam pengembangan dunia pendidikan dan seterusnya sebagai referensi untuk menambah pengetahuan masyarakat khususnya para pelaku UMKM di Indonesia.

## II. Metode Penelitian

Penelitian yang dipublikasikan pada jurnal ilmiah ini menggunakan teknik penelitian normatif, yaitu teknik melakukan penelitian berdasarkan sumber yang sah baik dari buku maupun internet.<sup>10</sup> Bahan hukum sekunder lebih banyak digunakan dalam penelitian jurnal ilmiah ini. Dimana sumber yang digunakan lebih berfokus pada buku, skripsi, artikel yang berkaitan dengan jurnal penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Merek Terkenal Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah”.

## III. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Pengaturan Terkait Perlindungan Merek Terkenal Dalam UU Merek Di Indonesia

Perlindungan hukum bagi merek dagang terkenal sangat penting untuk mencegah tindakan pelanggaran hak cipta seperti peniruan, pemboncengan, dan tindakan lainnya yang dapat merugikan pemilik merek terkenal. UU Merek memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek terkenal terhadap pelaku usaha, khususnya UMKM melakukan pelanggaran hak cipta.<sup>11</sup>

Penggunaan yang tidak sah atau penyalahgunaan merek dagang terkenal oleh UMKM dapat merusak citra merek dan membingungkan konsumen. Perlindungan hukum terhadap merek dagang terkenal juga melibatkan perlindungan terhadap konsumen. Konsumen mempercayai merek terkenal sebagai indikator kualitas dan keaslian produk atau layanan yang mereka beli. Ketika merek-merek terkenal disalahgunakan, konsumen mungkin akan mengalami kesulitan dalam membedakan produk asli dengan produk palsu. Ini dapat merugikan konsumen dan juga mengganggu pasar yang sehat.<sup>12</sup> Dengan memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi merek yang terkenal, pemilik merek mendapatkan manfaat ekonomi jangka panjang. Merek-merek terkenal sering kali merupakan hasil dari upaya dan investasi bertahun-tahun dalam pengembangan merek. Perlindungan hukum yang kuat mendorong pemilik merek untuk terus berinovasi dan berinvestasi dalam merek mereka tanpa takut akan pelanggaran hak cipta.

Undang-undang ini mengatur dasar hukum yang kuat bagi pemilik merek terkenal untuk menjaga mereknya dari penggunaan yang tidak disetujui oleh UMKM dan pihak lain. Undang-undang ini memberi pemilik merek terkenal kemampuan untuk

---

<sup>10</sup> Muhaimin. “Metode Penelitian Hukum”. *Mataram: Mataram University Press.* (2020).

<sup>11</sup> Mayana, R. F. “Perlindungan Merek Non Tradisional Untuk Produk Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek, Indikasi Geografis Dan Perspektif Perbandingan Hukum”. (2017).

<sup>12</sup> Serlia, D. “Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat”. (2021).

menuntut pelanggaran merek yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Meskipun UU Merek memberikan dasar hukum yang kuat, masih ada beberapa tantangan dalam melindungi merek terkenal dari pelaku UMKM. Beberapa UMKM mungkin tidak memiliki pemahaman yang cukup sehubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, dan hal tersebut bisa mengakibatkan pelanggaran hak cipta tanpa disadari. Selain itu, proses hukum juga dapat memakan waktu dan biaya, yang dapat menjadi hambatan bagi pemilik merek terkenal, terutama ketika menghadapi UMKM dengan sumber daya terbatas.<sup>13</sup> Untuk mengatasi tantangan ini, penting untuk meningkatkan edukasi dan kesadaran hukum di kalangan UMKM. Pemilik UMKM perlu memahami pentingnya menghormati hak kekayaan intelektual orang lain dan konsekuensinya jika melanggar. Selain itu, mekanisme alternatif penyelesaian sengketa dapat dipertimbangkan untuk mengurangi biaya dan waktu dalam menyelesaikan kasus pelanggaran merek.

Merek dagang terkenal memiliki peranan penting dalam perekonomian dan masyarakat. Perlindungan hukum yang efektif bagi merek terkenal dari pelaku UMKM sangatlah penting untuk menjaga integritas merek, melindungi konsumen, mendorong inovasi, dan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat. Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016 memberikan landasan yang kuat, namun edukasi, kesadaran hukum, dan mekanisme penyelesaian sengketa juga memiliki peran krusial dalam memastikan perlindungan yang optimal bagi merek terkenal dari ancaman UMKM.<sup>14</sup>

Perlindungan hukum ini seringkali menemui sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman mengenai hukum kekayaan intelektual di kalangan UMKM. Banyak UMKM yang mungkin tidak menyadari bahwa penggunaan merek yang mirip atau meniru merek terkenal dapat melanggar hukum. Ketiadaan pengetahuan ini dapat mengakibatkan pelanggaran hak cipta secara tidak sengaja, yang pada akhirnya merugikan baik pemilik merek terkenal maupun UMKM tersebut.<sup>15</sup>

Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan merek terkenal, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengedukasi dan meningkatkan pemahaman tentang hukum kekayaan intelektual di kalangan UMKM. Edukasi ini bisa meliputi informasi tentang bagaimana menghindari pelanggaran merek, pentingnya menciptakan merek sendiri dan berinovasi, serta konsekuensi hukum dari pelanggaran merek. Program edukasi ini bisa dilakukan melalui kerjasama antara pemerintah, asosiasi industri, dan lembaga pendidikan. Dengan demikian, UMKM dapat lebih memahami nilai dari merek terkenal dan pentingnya menciptakan merek yang unik dan berbeda.<sup>16</sup>

Selain edukasi, penegakan hukum yang efektif juga sangat penting. Penegakan hukum yang kuat dan konsisten terhadap pelanggaran merek dapat memberikan efek jera dan mencegah pelanggaran di masa depan. Namun, penegakan hukum ini harus dilakukan dengan cara yang tidak memberatkan UMKM. Misalnya, pemberian sanksi bisa disesuaikan dengan skala usaha dan kemampuan UMKM tersebut. Proses hukum

---

<sup>13</sup> Santoso, B. "Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif". (2020).

<sup>14</sup> Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar. *Penerbit Widina*. (2022).

<sup>15</sup> Siregar, A., Saidin, O. K., & Leviza, J. "Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah". (2022): 161-169

<sup>16</sup> Santoso, B. "Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif". (2020): 205-221

yang cepat dan efisien juga penting agar kasus pelanggaran merek tidak berlarut-larut dan menguras waktu serta sumber daya.<sup>17</sup>

Dalam hal penyelesaian sengketa, mekanisme alternatif seperti mediasi atau arbitrase bisa menjadi solusi yang efisien. Mekanisme ini dapat membantu menyelesaikan sengketa merek dengan lebih cepat dan biaya yang lebih rendah dibandingkan proses pengadilan. Ini sangat membantu bagi UMKK yang mungkin memiliki sumber daya terbatas. Selain itu, mekanisme ini juga bisa memberikan solusi yang lebih bersifat win-win bagi kedua pihak.

Kerjasama dengan asosiasi usaha dan UMKK juga sangat penting dalam proses edukasi dan pencegahan pelanggaran merek. Asosiasi usaha bisa membantu menyebarkan informasi tentang hukum merek dan pentingnya menghormati hak kekayaan intelektual. Mereka juga bisa membantu mengidentifikasi praktik pelanggaran merek di awal sehingga dapat diatasi sebelum berkembang menjadi masalah yang lebih besar.

Di sisi lain, regulasi mengenai merek juga perlu terus diperbarui untuk mengatasi tantangan yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan tren pasar. Regulasi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan ini akan membantu dalam menyediakan perlindungan yang lebih efektif dan relevan untuk merek terkenal. Dengan demikian, upaya untuk melindungi merek terkenal di Indonesia harus melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah, UMKK, asosiasi usaha, dan lembaga pendidikan. Edukasi dan peningkatan kesadaran hukum, penegakan hukum yang efektif, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien merupakan kunci dalam menjaga integritas merek terkenal. Ini tidak hanya akan melindungi hak pemilik merek, tetapi juga membantu menjaga kepercayaan konsumen serta mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan cara ini, dapat tercipta lingkungan bisnis yang sehat dan kompetitif, di mana hak kekayaan intelektual dihargai dan dilindungi secara efektif.

### **3.2 Upaya Hukum Yang Dilakukan Oleh Pemegang Merek Dagang Terkenal Atas Pelanggaran Merek Yang Dilakukan Oleh Pelaku UMKK Dalam Perdagangan**

Merek dagang memainkan peran sentral dalam dunia bisnis modern, dan merek terkenal memiliki nilai ekonomi yang signifikan serta menjadi aset berharga bagi pemiliknya. Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi merek terkenal menjadi esensial guna mencegah pelanggaran hak cipta, termasuk peniruan dan pemboncengan, yang dapat merugikan pemegang merek dagang tersebut. Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 di Indonesia sebagai landasan hukum memberikan perlindungan bagi pemilik merek terkenal. Terutama dalam konteks persaingan bisnis yang terkait UMKK, inisiatif hukum yang dilakukan oleh pemilik merek terkenal terhadap pelaku UMKK yang melakukan pelanggaran merek memiliki implikasi signifikan dalam perdagangan.

Merek terkenal memiliki reputasi yang terbangun di pasar, dan citra merek yang kuat erat terhubung dengan kualitas dan keandalan. UMKK mungkin mencoba memanfaatkan reputasi ini untuk keuntungan pribadi dengan menghasilkan produk palsu atau meniru merek terkenal secara tidak sah. Perlindungan hukum yang kuat menjadi kebutuhan mendesak untuk mencegah UMKK melakukan penggunaan ilegal

---

<sup>17</sup> Verawati, D. E. "Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur". (2020): 122-132

atau penyalahgunaan merek terkenal.<sup>18</sup> Merek terkenal tidak hanya melindungi pemiliknya dari tindakan hukum, namun konsumen juga terlindungi. Konsumen memandang merek terkenal sebagai penanda kualitas dan keaslian produk atau layanan. Kepercayaan konsumen terhadap merek dan barang yang mereka beli mungkin akan dirugikan oleh UMKM yang menggunakan merek terkenal secara ilegal. Selain itu, pelanggaran merek dapat menciptakan ketidakseimbangan dalam persaingan, karena pemilik merek terkenal harus bersaing dengan produk atau layanan ilegal yang mengatasnamakan merek mereka.

Landasan hukum pelestarian merek terkenal di Indonesia adalah UU Merek. Undang-undang ini memberikan pemilik merek terkenal satu-satunya kewenangan untuk mempertahankan mereknya dari pelanggaran yang dilakukan pihak ketiga, bahkan pelaku UMKM. Perlindungan ini mencakup larangan penggunaan merek serupa yang dapat menimbulkan kebingungan di pasar. Pemilik merek terkenal memiliki berbagai pilihan upaya hukum terhadap pelaku UMKM yang melanggar merek mereka. Ini meliputi mengirim surat peringatan, mediasi, negosiasi, dan bahkan pengajuan gugatan hukum di pengadilan. Melalui upaya ini, pemilik merek terkenal dapat menuntut kompensasi, meminta ganti rugi, atau mengamankan larangan penggunaan merek yang melanggar.<sup>19</sup>

Melalui studi kasus nyata, kita dapat melihat bagaimana pemilik merek terkenal mengambil langkah hukum terhadap pelanggaran merek yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Studi ini bisa memberikan wawasan tentang bagaimana proses hukum dilakukan, apakah upaya tersebut efektif dalam mencegah pelanggaran merek, dan bagaimana implikasinya terhadap pemilik merek, konsumen, dan pelaku UMKM.

Pemegang merek terkenal biasanya memulai dengan upaya yang lebih lunak, seperti mengirim surat peringatan kepada pelaku UMKM yang diduga melanggar merek. Surat ini berfungsi sebagai pemberitahuan tentang adanya pelanggaran dan permintaan untuk menghentikan penggunaan merek tersebut. Langkah ini penting karena banyak pelaku UMKK mungkin tidak menyadari bahwa mereka telah melanggar hak kekayaan intelektual. Surat peringatan ini juga memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk mengoreksi tindakannya tanpa harus melalui proses hukum yang panjang dan mahal. Jika surat peringatan tidak diindahkan atau negosiasi gagal, pemegang merek terkenal dapat mempertimbangkan langkah hukum yang lebih serius, seperti mediasi atau pengajuan gugatan hukum di pengadilan. Mediasi menawarkan cara untuk menyelesaikan sengketa dengan cara yang lebih aman dan kurang konfrontatif. Di sisi lain, pengajuan gugatan hukum di pengadilan merupakan langkah terakhir yang seringkali memakan waktu dan sumber daya yang signifikan.<sup>20</sup>

Pemegang merek terkenal harus mempertimbangkan berbagai faktor sebelum mengambil tindakan hukum. Pertimbangan ini termasuk biaya hukum, waktu, dampak pada reputasi merek, dan hubungan bisnis dengan pelaku UMKK. Selain itu, ada aspek moral dan etika yang juga harus dipertimbangkan, terutama ketika berhadapan dengan pelaku UMKM yang mungkin tidak sengaja melanggar merek.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. "Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis : Studi Merek Bossini". (2020).

<sup>19</sup> Siregar, A., Saidin, O. K., & Leviza, J. "Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah". (2022).

<sup>20</sup> Dewantara, R., Ganindha, R., & Putri, C. C. "Pengembangan Potensi Produk Pondok Pesantren Melalui Pendampingan Hukum Hak Kekayaan Intelektual". (2023)

<sup>21</sup> Gunawan, Y. "Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar Dan Merek Terkenal Dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum". *Iblam Law Review*, 2(2) (2022): 141-164

Dalam beberapa kasus, tindakan hukum oleh pemegang merek terkenal dapat dilihat sebagai tindakan agresif atau intimidatif, terutama jika pelaku UMKM adalah usaha kecil dengan sumber daya terbatas. Oleh karena itu, pemegang merek terkenal perlu menyeimbangkan kebutuhan perlindungan hukum dengan pertimbangan etis dan reputasi. Strategi yang bijaksana seringkali melibatkan dialog dan mediasi sebagai cara pertama untuk menyelesaikan konflik. Studi kasus nyata menunjukkan bahwa tindakan hukum dapat efektif dalam mencegah pelanggaran merek dan memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada pemegang merek. Namun, studi kasus juga mengungkapkan bahwa proses hukum sering kali kompleks dan dapat memiliki dampak negatif baik pada pemegang merek maupun pelaku UMKM. Proses ini dapat mengganggu operasi bisnis, merugikan reputasi, dan mempengaruhi hubungan antara pemegang merek dan komunitas UMKM.

Perlindungan hukum bagi merek terkenal dari pelanggaran oleh pelaku UMKM memiliki urgensi yang signifikan dalam menjaga integritas merek, kepercayaan konsumen, dan persaingan bisnis yang adil. UU Merek menetapkan kerangka hukum yang signifikan untuk membela perusahaan-perusahaan terkenal dari tindakan pelanggaran oleh UMKM.<sup>22</sup> Dengan perlindungan hukum yang efektif, pemilik merek terkenal akan terstimulasi untuk terus berinovasi dan berinvestasi dalam pengembangan merek mereka, sementara konsumen dapat yakin akan kualitas produk atau layanan yang mereka beli. Studi mendalam mengenai perlindungan hukum terhadap merek terkenal dalam konteks pelaku UMKM dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi hukum, pemilik merek, dan pemerintah untuk menjaga lingkungan bisnis yang sehat dan beretika.<sup>23</sup>

#### **4. Kesimpulan**

Merek terkenal memiliki nilai ekonomi dan aset berharga bagi pemiliknya, sehingga perlindungan hukum terhadapnya penting untuk mencegah pelanggaran hak cipta dan mempertahankan integritas merek. Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016 di Indonesia mengatur landasan kuat bagi perlindungan merek terkenal, terutama dari pelaku UMKM yang mungkin melanggar hak cipta. Merek terkenal merefleksikan reputasi di pasar, namun UMKM kadang mencoba memanfaatkannya secara tidak sah. Perlindungan hukum kuat penting untuk menghentikan praktik tersebut dan mencegah penggunaan ilegal merek terkenal oleh UMKM. Perlindungan hukum juga melibatkan perlindungan konsumen, karena merek terkenal menjadi penanda kualitas produk atau layanan. Pelanggaran merek oleh UMKM dapat membingungkan konsumen dan merusak citra merek, yang merugikan konsumen dan mengganggu pasar yang sehat. UU Merek memberi pemilik merek terkenal hak eksklusif untuk melindungi merek mereka. Pemilik memiliki pilihan upaya hukum, seperti surat peringatan, mediasi, negosiasi, atau gugatan di pengadilan, untuk menanggapi pelanggaran merek oleh UMKM. Perlindungan hukum bagi merek terkenal melibatkan pendidikan, kesadaran, dan penegakan hukum yang kuat. Ini memiliki dampak luas, termasuk mendorong inovasi dari pemilik merek, melindungi konsumen, dan memelihara persaingan adil dalam bisnis. Perlindungan hukum bagi

---

<sup>22</sup> Verawati, D. E. "Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur". (2020).

<sup>23</sup> Yustisiabel. "Perlindungan Merek Produk UMKM: Konstruksi Hukum & Peran Pemerintah". (2023).

merek terkenal dari pelanggaran oleh UMKM memiliki urgensi dan dampak besar dalam menjaga kelangsungan merek dan bisnis yang etis.<sup>24</sup>

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Muhaimin. "Metode Penelitian Hukum". *Mataram: Mataram University Press*. (2020).  
OK, H., Saidin. "Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual". *Jakarta: Raja Grafindo Persada*. (2015).  
Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. "Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar". *Penerbit Widina*. (2022).

### Jurnal

- Al-Fatih, S. "Analisis Keterhubungan Konsep Merek dengan Nama Domain: Kajian Kekayaan Intelektual di Indonesia". *Journal of Judicial Review*, 23(2) (2021): 257-264.  
Alamanda, A. E. (2022). "Empowerment Community Welfare After The Pandemic In Indonesia: The Role Of Fintech". *Journal Of Judicial Review*, 24(2) (2022): 209-224. <https://doi.org/10.37253/Jjr.V24i2.7223>.  
Balqis, W. G. "Perlindungan Merek Sebagai Hak Kekayaan Intelektual: Studi Di Kota Semarang, Indonesia". *Journal Of Judicial Review*, 23(1) (2021).  
Dewantara, R., Ganindha, R., & Putri, C. C. "Pengembangan Potensi Produk Pondok Pesantren Melalui Pendampingan Hukum Hak Kekayaan Intelektual". (2023).  
Gunawan, Y. "Penyelesaian Sengketa Merek Terdaftar Dan Merek Terkenal Dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum". *Iblam Law Review*, 2(2) (2022): 141-164.  
Hidayat, T. "Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada UMKM". (2022): 431-447.  
Kuasa, D. A., & Disemadi, H. S. "Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia". (2022).  
Mayana, R. F. "Perlindungan Merek Non Tradisional Untuk Produk Ekonomi Kreatif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek, Indikasi Geografis Dan Perspektif Perbandingan Hukum". (2017). <https://doi.org/10.23920/jbmh.v2n1.3>  
Santoso, B. "Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif". (2020): 205-221.  
Serlia, D. "Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat". (2021): 66-76.  
Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. "Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis : Studi Merek Bossini". (2020): 291-300.  
Siregar, A., Saidin, O. K., & Leviza, J. "Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah". (2022): 161-169.  
Sunggono, B. "Metodologi Penelitian Hukum". *Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada*. (2007).  
Verawati, D. E. "Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur". (2020): 122-132.  
Yustisiabel. "Perlindungan Merek Produk UMKM: Konstruksi Hukum & Peran Pemerintah". (2023).

### Peraturan Perundang-undangan

- Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.  
Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta.

---

<sup>24</sup> OK, H., Saidin. "Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual". *Jakarta: Raja Grafindo Persada*. (2015).

