



URGENSI PENDAFTARAN HAK MEREK BAGI UMKM DALAM PERSPEKTIF HUKUM HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DI WILAYAH BANJARMASIN

Amelia¹, Nur 'Azizah², Norhalisa Nabella³, Nur Jamaliyah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

Email: amelia.a2425@gmail.com, Azhnaa12@gmail.com, nabellabella207@gmail.com
leanur015@gmail.com

Received 20-11-2025 | Revised form 15-12-2025 | Accepted 08-01-2026

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting the national economy, including in Banjarmasin and Banjar Regency. However, many MSMEs remain unaware of the importance of legal protection for trademarks as part of Intellectual Property Rights. A trademark is a business identity that has economic value and serves to differentiate products or services amidst competition. This study aims to determine the urgency of trademark registration for MSMEs and the forms of legal protection obtained after a trademark is registered under Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. The research method used is an empirical method with primary data collection through interviews and observations of MSMEs, particularly fried chicken businesses in Banjar Regency and Banjarmasin City. The data obtained were analyzed using qualitative descriptive techniques. The results of the study indicate that many MSMEs have not registered their trademarks due to a lack of knowledge, limited information, concerns about costs, and the assumption that trademark registration is only necessary for large-scale businesses. In fact, trademark registration provides exclusive rights and legal protection for its owners and prevents unfair business competition. Therefore, trademark registration for MSMEs is crucial to ensure legal certainty, protect business identity, and enhance their competitiveness.

Keywords: Trademark Rights, MSMEs, Legal Protection, Intellectual Property Rights.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, termasuk di wilayah Banjarmasin dan Kabupaten Banjar. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya perlindungan hukum atas merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual. Padahal, merek merupakan identitas usaha yang memiliki nilai ekonomis serta berfungsi sebagai pembeda produk atau jasa di tengah persaingan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui urgensi pendaftaran hak merek bagi UMKM serta bentuk perlindungan hukum yang diperoleh setelah merek terdaftar berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode empiris dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku UMKM, khususnya usaha *fried chicken* di wilayah Kabupaten Banjar dan Kota Banjarmasin. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek usahanya karena kurangnya pengetahuan, minimnya informasi, kekhawatiran terhadap biaya, serta anggapan bahwa pendaftaran merek hanya diperlukan bagi usaha berskala besar. Padahal, pendaftaran merek memberikan hak eksklusif dan perlindungan hukum bagi pemiliknya serta mencegah terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Oleh karena itu, pendaftaran hak merek bagi UMKM merupakan hal yang sangat penting guna menjamin kepastian hukum, melindungi identitas usaha, dan meningkatkan daya saing UMKM.

Kata kunci: Hak Merek, UMKM, Perlindungan Hukum, Hak Kekayaan Intelektual.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian nasional tidak terlepas dari peran penting Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu pilar utama penggerak ekonomi masyarakat. UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi di berbagai daerah, termasuk di Kota Banjarmasin. Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan UMKM, masih terdapat berbagai permasalahan hukum yang dihadapi, salah satunya berkaitan dengan perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek.

Merek merupakan hak eksklusif (hak khusus) bagi pemiliknya setelah melakukan pendaftaran melalui Dirjen HKI untuk menggunakan mereknya. Selain pemilik, pihak lain tidak diperbolehkan menggunakannya tanpa izin. Selain kepada perorangan, merek dapat diberikan dengan menggunakan sistem lisensi kepada badan hukum atau beberapa orang. Perlindungan hukum terhadap hasil intelektualitas manusia seperti di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, sastra dll nya perlu diperhatikan dengan serius. Sebab karya manusia ini telah dihasilkan dengan suatu pengorbanan tenaga, pikiran, waktu bahkan biaya yang tidak sedikit. Pengorbanan demikian tentunya menjadikan karya yang dihasilkan memiliki nilai yang patut dihargai. Dalam upaya menghargai dan melindungi karya intelektual, konsep HKI lahir dengan tujuan memberikan pengakuan, penghargaan serta perlindungan bagi karya tersebut dan manfaat yang dapat dinikmati dari sudut ekonomi yaitu berperan mendorong pertumbuhan ekonomi.¹

Di Indonesia, perlindungan hukum merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini menegaskan bahwa hak atas merek hanya diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Dengan demikian, pendaftaran merek merupakan syarat utama untuk mendapatkan hak eksklusif dan perlindungan hukum dari negara. Tanpa adanya pendaftaran, pemilik merek tidak memiliki dasar hukum yang kuat apabila terjadi sengketa atau pelanggaran merek di kemudian hari.

Pada merek ada unsur ciptaan seperti design, logo, atau huruf Terdapat hak cipta dalam sektor seni, akan tetapi dalam hak merek bukan hak cipta dalam sektor seni yang dilindungi tetapi mereknya itu sendiri dan hak merek itu terbatas hanya pada penggunaan atau pemakaiannya pada barang-barang yang dipasarkan dan memiliki nilai ekonomis dan saat ini di kabupaten Banjar sedang ramai dan banyak UMKM yang membangun usaha di

¹ Micael Jeriko Damanik dkk., "Sosialisasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Dan Indikasi Geografis Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Medan," *Jurnal Abdimas Mutiara* 5, no. 2 (2024): 180–84.

bidang kuliner seperti *fried chicken*. Namun, kenyataannya di lapangan menunjukkan bahwa kesadaran hukum mengenai pentingnya hak kekayaan intelektual masih sering menghadapi hambatan dari pemilik usahanya sendiri maupun administratif, padahal merek yang terdaftar itu berfungsi sebagai tanda pengenal yang membedakan produk atau jasa UMKM dengan yang jasa yang lainnya serta membantu konsumen mengidentifikasi dan memilih produk dari merek tertentu. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk meneliti terkait urgensi pendaftaran hak merek bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Banjarmasin dalam perspektif hukum Hak Kekayaan Intelektual serta bentuk perlindungan hukum hak merek yang diperoleh UMKM setelah melakukan pendaftaran merek berdasarkan Undang- undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.²

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana urgensi pendaftaran hak merek bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Banjarmasin dalam perspektif hukum Hak Kekayaan Intelektual?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum hak merek yang diperoleh UMKM setelah melakukan pendaftaran merek berdasarkan Undang- undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui urgensi pendaftaran hak merek bagi UMKM.
2. Mengetahui bentuk perlindungan hukum yang diperoleh setelah merek terdaftar berdasarkan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

METODE

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah menggunakan metode penelitian empiris, yaitu metode yang dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi untuk mengumpulkan data primer. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di area Banjarmasin. Informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan serta menjelaskan kondisi nyata terkait pemahaman, kesadaran, dan

² Kristina Sanca Ngunas dan Made Gede Subha Karma Resen, *Tinjauan Yuridis Suara Sebagai Merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*, 1, no. 4 (2024).

pentingnya pendaftaran hak merek untuk UMKM dalam perspektif hukum hak kekayaan intelektual.³

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Hak Merek dalam Hukum Hak Kekayaan Intelektual

Berkembangnya dunia industri dan penggunaan iklan yang semakin meningkat guna untuk memperkenalkan produk sekaligus nama merek yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut. Peningkatan tersebut berpengaruh terhadap merek sebagai tanda pengenal akan asal sumber produsennya. Merek adalah sesuatu yang ditempelkan atau dilekatkan pada suatu produk, tetapi ia bukan produk itu sendiri. Hak merek yang efektif dapat membantu sebuah bisnis untuk memperoleh keuntungan seperti meningkatkan loyalitas pelanggan, meraih kepercayaan konsumen, serta membantu mengurangi persaingan dengan kemampuan melindungi kekayaan intelektual merek bisnis.⁴

Pengertian merek di dalam Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, memberikan definisi merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.⁵

Beberapa Undang-Undang terkait merek telah lahir setelah kemerdekaan Negara Indonesia, berikut perkembangan Undang - Undang Merek dari awal hingga yang berlaku saat ini:

1. Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan.
2. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek.
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas UU Nomor 19 tahun 1992 tentang Merek.
4. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sebagai penyesuaian dengan persetujuan WTO.⁶

³ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram Univercity Press, 2020), hlm 80, <https://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode%20Penelitian%20Hukum.pdf>.

⁴ Dean Kermite dkk., *Hak Merek untuk Memperkuat Citra Bisnis*, t.t., hlm 111.

⁵ Dwi Atmoko, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMEGANG HAK MEREK MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS," *Jurnal Hukum Sasana* 5, no. 1 (2019): 75–86, <https://doi.org/10.31599/sasana.v5i1.93>.

⁶ Raissa Diva Kirana dan, Hernawan Hadi, "PEMAHAMAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH TERHADAP URGENSI PENERAPAN HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL TERKAIT MEREK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (Studi di Dinas

Kemudian, kini Undang-Undang Merek telah di rubah menjadi UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang juga telah diberlakukan. UU Merek ini di perbaharui menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan perlindungan masyarakat di bidang merek yang semakin bertambah luas.

Berdasarkan Undang-Undang, hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh pemerintah kepada pemilik merek yang telah terdaftar selama periode tertentu, dengan ketentuan bahwa penggunaan merek tersebut dapat juga dilakukan oleh pihak lain. Dalam pasal 35 ayat (1) dari Undang-Undang Merek, merek yang terdaftar mendapatkan perlindungan selama 10 tahun yang dimulai dari waktu pendaftaran dan periode tersebut dapat diperpanjang. Perlindungan terhadap merek sangatlah krusial, tidak hanya berfungsi sebagai aset yang menguntungkan bagi para pebisnis (pemilik merek), tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen dari penipuan yang berkaitan dengan kualitas produk. Konsumen akan merasa dirugikan apabila sebuah merek yang dianggap memiliki kualitas tinggi ternyata juga diproduksi oleh pihak lain dengan standar kualitas yang rendah.

Dalam pasal 4 Undang-Undang Merek disebutkan bahwa merek tidak bisa didaftarkan jika pemohon memiliki itikad buruk. Merek juga tidak dapat didaftarkan jika ada elemen yang bertentangan dengan undang-undang yang berlaku. Indonesia melakukan perubahan terhadap Undang-Undang Merek yang awalnya disusun pada tahun 1992 menjadi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997, lalu negara ini menetapkan Undang-Undang Merek pada tahun 2001. Selanjutnya, beberapa aturan dalam UU Hak Cipta Tahun 2000 dan UU Merek Tahun 2001 dinyatakan sudah tidak relevan dan memerlukan perbaikan, sehingga lahirlah Undang-Undang Hak Cipta Tahun 2014 dan Undang-Undang Merek Tahun 2016.⁷

B. Urgensi Pendaftaran Hak Merek bagi UMKM

Urgensi yang dimaksud lebih menghusus mengenai pendaftaran sebuah merek yang menjadi kewajiban supaya mendapatkan hak atas merek. Sesuai dengan Pasal 3 UU Nomor 20 tahun 2016 mengenai Merek serta Indikasi Geografis yang menyebutkan “hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar”. Tanpa pendaftaran sebuah merek, negara tak memberi hak atas merek ke pemilik merek. Artinya, tidak akan ada

Koperasi dan UMKM Surakarta),” *Jurnal Privat Law* 7, no. 1 (2019): 118, <https://doi.org/10.20961/privat.v7i1.30138>.

⁷ Uswatun Hasanah dkk., “PERSPEKTIF PENJUAL CAPPUCINO CINCAU TENTANG HAK MEREK DI KECAMATAN BANJARMASIN SELATAN,”.. pp. 6, no. 2 (t.t.).

perlindungan hukum jika seandainya merek itu diplagiat oleh pihak lainnya. Oleh karena itu, pendaftaran merek seharusnya dilakukan dengan segera mungkin untuk menghindari apabila terjadi kesamaan merek dengan pihak lain yang belum mendaftarkan mereknya. Bagi UMKM, permohonan pendaftaran merek dapat diajukan ke Kanwil Kementerian Hukum dan HAM yang ada pada tiap daerahnya.⁸

Mengingat masih banyak UMKM yang belum mendaftarkan merek terhadap usaha atau produknya, yang mana dikemudian hari akan sangat membantu bagi pengusaha yang mendaftarkan merek terhadap produknya dibidang pembuktian apabila jika ada masalah dikemudian hari bahwa ialah pemilik pertama dari merek tersebut dan bisa mencegah terjadinya kecurangan terhadap hak merek. Dalam pelaksanaan pendaftaran merek seringkali juga masih banyak yang terlibat dalam persaingan usaha yang tidak jujur, karena berusaha dalam bidang yang sama menyebabkan saling menjatuhkan lawannya dengan cara meniru, mencuri ide, maupun hal lain yang dapat merugikan pihak lain yang mengarah pada pelanggaran hukum.⁹

Selain itu, manfaat dari pendaftaran merek itu sendiri yaitu para pelaku usaha mendapat perlindungan hukum dan kepastian hukum, sebagai penanda identitas produk, sebagai pembeda dengan produk lain, mendapatkan hak eksklusif merek dari negara, dan melindungi pembajakan atau penggunaan tanpa hak yang menyebabkan persaingan tidak jujur. Perbuatan itu sangat merugikan pemilik merek, karena akibat dari persaingan tidak jujur seperti pemalsuan dan peniruan merek terkenal akan mengurangi omzet penjualan sehingga mengurangi keuntungan yang sangat diharapkan dari mereknya yang sudah terkenal tersebut, karena konsumen menganggap bahwa merek yang dulu dipercaya memiliki mutu yang baik ternyata sudah mulai turun kualitasnya.¹⁰ Adapun pentingnya mendaftarkan merek yaitu:

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

⁸ Nadasyifa Salsabila Ramadhani dkk., "Analisis Urgensi Pendaftaran Hak Merek dalam Perlindungan Hukum untuk Menjamin Persaingan Usaha yang Sehat di Indonesia," *Jurnal Hukum Nusantara* 1, no. 3 (2025), <https://onlinejournal.penacceleration.com/index.php/jhn/article/view/228/156>.

⁹ Happy Yulia Anggraeni dan Annisatul Lutfiyah Sugiarto, "URGENSI PENDAFTARAN MEREK TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL DI ERA EKONOMI DIGITAL," *Jurnal Ilmu Hukum THE JURIS* 7, no. 1 (2023), <http://ejournal.stih-awanglong.ac.id/index.php/juris/article/view/750/541>.

¹⁰ Annisa Siregar dkk., "Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *Locus Journal of Academic Literature Review*, 18 Juli 2022, 162, <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i3.64>.

Bagi perusahaan atau pelaku usaha yang tidak mendaftarkan merek pada produk barang atau jasanya, maka akan berdampak pada perlindungan hukum barang atau jasa tersebut, tidak ada keamanan dalam berinvestasi, kurang loyal konsumen terhadap barang tanpa merek, kesulitan dalam pemasaran dan promosi serta akan kesulitan dalam penegakan hak.¹¹

Oleh karena itu, pentingnya pendaftaran Kekayaan Intelektual terkhusus di sejumlah bidang Kekayaan Intelektual yang mengharuskan melaksanakan pendaftaran merek guna memperoleh perlindungan hukum bagi penciptanya. Dengan berkembangnya sistem teknologi saat ini mengakibatkan sejumlah sektor yang tidak sedikit memakai sistem daring. Selain lebih mudah dan tidak memerlukan waktu yang lama, sistem daring ini dianggap praktis sebab mampu dilaksanakan dimana saja dan kapan saja. Sistem ini bekerjasama antara Dirjen Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI dengan badan internasional yang khusus mengelola dan mengadministrasikan kesepakatan bersama antara negara di bidang Kekayaan Intelektual yaitu WIPO (*World Intellectual Property Organization*). Dengan Dirjen kekayaan Intelektual ini dapat mempermudah masyarakatat UMKM untuk mendaftarkan hak merek dagangnya masing – masing dengan sistem eletronik online.¹²

Penelitian ini dilakukan pada beberapa pemilik usaha UMKM yang beralamat di jalan manarap tengah (lama) dan jalan pemurus pada kabupaten banjar. kalimantan selatan. Dalam wawancara ini peneliti menanyakan ke pemilik usaha *fried chicken* “menurut anda sebagai pelaku usaha, apakah penting untuk mendaftarkan merek?” menurut beberapa informan selaku pemilik usaha mereka menjawab bahwa “pendaftaran merek itu penting untuk melindungi melindungi usaha, tetapi karena usaha masih tergolong kecil dan masih berada diwilayah tidak padat penduduk, maka kami sementara waktu tidak mendaftarkan merek kami terlebih dahulu, jika sudah berkembang dan memiliki banyak cabang, mungkin kami akan mendaftarkan merek usaha kami.”. Beberapa pemilik usaha UMKM memberikan jawaban yang tidak jauh berbeda seperti yang sudah disebutkan jawaban sebelumnya. Selain itu peneliti kemudian menanyakan “menurut anda selaku pemilik usaha, apa saja kendala atau hambatan yang anda rasakan sehingga anda sampai saat ini tidak mendaftarkan merek usaha anda?” beberapa informan kemudian menyebutkan berbagai kendala yakni “mendaftarkannya kemana? Tidak tau syarat-syaratnya, khawatir biayanya mahal, waktunya lama?”

¹¹ Ramadhani dkk., “Analisis Urgensi Pendaftaran Hak Merek dalam Perlindungan Hukum untuk Menjamin Persaingan Usaha yang Sehat di Indonesia.”

¹² Gunawan Gunawan dan Egi Rizki Maulana Putra, “Perlindungan Dan Pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM Di Desa Cililin,” *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 891–98, <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2732>.

Dalam hal ini peneliti menarik beberapa kesimpulan dari beberapa informan terhadap pendaftaran merek usaha, yaitu: 1) Informan tidak mengetahui dimana tempat pendaftaran merek usaha, 2) Informan tidak mengetahui syarat dalam pendaftaran merek, 3) Informan khawatir biaya pendaftaran mahal, 4) Informan berfikir saat mendaftarkan merek usaha sangat memerlukan waktu yang panjang. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan selaku pemilik usaha UMKM, ditemukan bahwa terdapat persepsi yang keliru mengenai skala usaha dan urgensi dalam perlindungan hukum. Pemilik usaha kebanyakan menganggap bahwa pendaftaran merek baru menjadi penting apabila usahanya sudah berskala besar dan memiliki banyak cabang. Padahal, secara yuridis, siapapun yang mendaftarkan merek pertama kali akan mendapatkan hak eksklusif, terlepas dari seberapa besar skala usahanya saat itu. Hal ini sangat krusial bagi beberapa pemilik usaha UMKM untuk mencegah pihak lain mencuri identitas merek dan memanfaatkan celah keuntungan di masa depan.

C. Perlindungan Hukum Hak Merek bagi UMKM

Perlindungan hukum merupakan suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia. Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.¹³

Dalam setiap gerakan bisnis, pasti akan menemukan adanya persaingan yang timbul akibat dari kegiatan bisnis tersebut. Persaingan tersebut bukan hanya persaingan yang berasal dari jenis barang, keunggulan barang, kualitas barang, dan strategi pemasaran barang seperti pada umumnya. Namun, persaingan dari kegiatan usaha atau bisnis tersebut sudah sampai pada tahap menyinggung proteksi merek dari produk atau barang yang dihasilkan. Pelaku usaha saat ini berlomba-lomba untuk mendaftarkan merek usahanya atas setiap produk atau barang, supaya memperoleh perlindungan hukum atas merek yang diberikan oleh negara.¹⁴ Merek memiliki peran yang penting di berbagai bidang. Tidak hanya dibidang bisnis dan perdagangan, kegiatan sosial pun ikut merasakan akan pentingnya merek. Merek merupakan suatu aset yang tidak teridentifikasi secara fisik

¹³ Hana Krisnamurti, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK BAGI PELAKU USAHA KECIL," *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum* 20, no. 4 (2021): 58–68, <https://doi.org/10.32816/paramarta.v20i4.134>.

¹⁴ Masrifah Masrifah dan Rani Apriani, "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual (KI) Jenis Merek Dagang PADA Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 2.D (2025): 169–77.

atau tidak berwujud. Maksudnya, meskipun keberadaan merek tersebut hanyalah tanda yang tidak nyata, namun memiliki nilai dan pengaruh yang sangat dominan bagi kelangsungan ekonomi pemilik merek maupun gaya hidup konsumen.¹⁵ Perlindungan hanya diberikan kepada merek terdaftar saja, karena menurut Pasal 35 UU Nomor 20 Tahun 2016, hak atas merek adalah hak yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum atau menggunakannya.¹⁶

Sebelum mendaftarkan merek, pelaku usaha pemilik merek harus terlebih dahulu mengajukan permohonan pendaftaran merek kepada menteri. Disampaikan oleh pengajuan atau kuasanya kepada menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia. Permohonan diajukan dengan memenuhi syarat-syarat sebagai kelengkapan yang ditentukan dalam undang-undang. Adapun syarat dan ketentuan tata cara permohonan yang ada dalam pasal 4 UU Nomor 20 tahun 2016, yaitu:

1. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau nonelektronik dalam bahasa Indonesia;
2. Dalam Permohonan sebagaimana yang dimaksud diatas harus mencantumkan:
 - 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.
3. Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
4. Permohonan dilampiri dengan label Merek dan bukti pembayaran biaya.
5. Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
6. Dalam hal Merek berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut.
7. Dalam hal Merek berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.

¹⁵ Krisnamurti, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK BAGI PELAKU USAHA KECIL."

¹⁶ Nursyahid Nursyahid, "PERLINDUNGAN HUKUM PEMILIK MEREK TERDAFTAR BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI SUMATERA BARAT," *Unes Journal of Swara Justisia* 4, no. 1 (2020): 62–73, <https://doi.org/10.31933/ujsj.v4i1.152>.

8. Permohonan wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pendaftarannya.¹⁷

Setelah merek terdaftar, para pelaku usaha UMKM memperoleh perlindungan hukum berupa hak eksklusif atas penggunaan merek tersebut dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Negara memberikan pengakuan hukum yang dibuktikan dengan sertifikat merek, sehingga pihak lain dilarang menggunakan merek yang sama atau memiliki persamaan pada pokoknya tanpa izin. Perlindungan ini bersifat preventif untuk mencegah terjadinya pelanggaran, serta represif melalui penegakan hukum apabila terjadi sengketa merek.

D. Hasil Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang di fokuskan pada pemilik usaha *fried chicken* yang ada di kabupaten banjar. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di kabupaten banjar tepatnya di jalan manarap tengah (lama) dan jalan Pemurus dalam, ditemukan bahwa banyak pemilik usaha *fried chicken* yang belum mendaftarkan merek dagang nya melalui Dirjen HKI karena kurangnya informasi dan literasi serta pemahaman yang didapat oleh pemilik usaha UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah duraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa pendaftaran hak merek memiliki urgensi yang sangat penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai wilayah, termasuk wilayah Kota Banjarmasin. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas dan pembeda produk atau jasa, tetapi juga merupakan aset kekayaan intelektual yang memiliki nilai ekonomis serta memberikan perlindungan hukum bagi pemilknya. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, hak merek hanya diperoleh setelah merek tersebut terdaftar, dan apabila merek tersebut belum/tidak terdaftar maka pelaku UMKM tidak memiliki dasar hukum yang kuat apabila terjadi pelanggaran atau sengketa hak merek.

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM khususnya usaha *fried chicken* di wilayah Banjarmasin tepatnya di Kabupaten Banjar, yang belum mendaftarkan merek usahanya. Hal ini disebabkan karena rendahnya tingkat kesadaran dan pengetahuan hukum para pelaku usaha terkait informasi dan prosedur pendaftaran merek, kekhawatiran mengenai biaya, serta perspektif masyarakat yang menganggap bahwa pendaftaran merek hanya bagi usaha yang berskala besar. Padahal, pendaftaran merek memberikan hak eksklusif, kepastian dan perlindungan hukum apabila terjadi tindakan peniruan dalam persaingan usaha tidak sehat.

¹⁷ Aniyah Salsabila dkk., *Tinjauan Hukum Tata Cara dan Mekanisme dalam Proses Pendaftaran Hak Merek*, 1 (t.t.).

Dengan demikian, pendaftaran hak merek bagi UMKM merupakan langkah strategis yang harus dilakukan sejak dini untuk melindungi identitas usaha, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menjaga keberlangsungan dan daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari pemerintah dan instansi terkait, khususnya Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, dalam memberikan sosialisasi dan pendampingan agar pelaku UMKM memiliki kesadaran hukum dan kemudahan akses dalam mendaftarkan merek usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Raissa Diva Kirana, dan, Hernawan Hadi. "PEMAHAMAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH TERHADAP URGENSI PENERAPAN HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL TERKAIT MEREK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (Studi di Dinas Koperasi dan UMKM Surakarta)." *Jurnal Privat Law* 7, no. 1 (2019): 118. <https://doi.org/10.20961/privat.v7i1.30138>.
- Anggraeni, Happy Yulia, dan Annisatul Lutfiyah Sugiarto. "URGENSI PENDAFTARAN MEREK TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL DI ERA EKONOMI DIGITAL." *Jurnal Ilmu Hukum THE JURIS* 7, no. 1 (2023). <http://ejournal.stih-awanglong.ac.id/index.php/juris/article/view/750/541>.
- Atmoko, Dwi. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMEGANG HAK MEREK MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS." *Jurnal Hukum Sasana* 5, no. 1 (2019): 75–86. <https://doi.org/10.31599/sasana.v5i1.93>.
- Damanik, Micael Jeriko, Maltus Hutagalung, Dikki Saputra Saragih, dan Robinson Sipahutar. "Sosialisasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Dan Indikasi Geografis Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Medan." *Jurnal Abdimas Mutiara* 5, no. 2 (2024): 180–84.
- Gunawan, Gunawan, dan Egi Rizki Maulana Putra. "Perlindungan Dan Pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM Di Desa Cililin." *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 891–98. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2732>.
- Hasanah, Uswatun, Hidayatul Husna, Dini Awwalia, Muhammad Noor Ridani, dan Muhammad Haris. "PERSPEKTIF PENJUAL CAPPUCINO CINCAU TENTANG HAK MEREK DI KECAMATAN BANJARMASIN SELATAN." . . pp. 6, no. 2 (t.t.).
- Kermite, Dean, Denis Mercury, dan Enge Christina. *Hak Merek untuk Memperkuat Citra Bisnis*. t.t.
- Krisnamurti, Hana. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMALSUAN MEREK BAGI PELAKU USAHA KECIL." *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum* 20, no. 4 (2021): 58–68. <https://doi.org/10.32816/paramarta.v20i4.134>.

- Masrifah, Masrifah, dan Rani Apriani. “Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual (KI) Jenis Merek Dagang PADA Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11, no. 2.D (2025): 169–77.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram Univercity Press, 2020. <https://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode%20Penelitian%20Hukum.pdf>.
- Ngunas, Kristina Sanca, dan Made Gede Subha Karma Resen. *Tinjauan Yuridis Suara Sebagai Merek dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. 1, no. 4 (2024).
- Nursyahid, Nursyahid. “PERLINDUNGAN HUKUM PEMILIK MEREK TERDAFTAR BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI SUMATERA BARAT.” *Unes Journal of Swara Justisia* 4, no. 1 (2020): 62–73. <https://doi.org/10.31933/ujsj.v4i1.152>.
- Ramadhani, Nadasyifa Salsabila, Latifah Nur Pratiwi, dan Qisthi Fauziyyah Sugianto. “Analisis Urgensi Pendaftaran Hak Merek dalam Perlindungan Hukum untuk Menjamin Persaingan Usaha yang Sehat di Indonesia.” *Jurnal Hukum Nusantara* 1, no. 3 (2025). <https://onlinejournal.penacceleration.com/index.php/jhn/article/view/228/156>.
- Salsabila, Aniyah, Abdul Qahar, dan Hasnan Hasbi. *Tinjauan Hukum Tata Cara dan Mekanisme dalam Proses Pendaftaran Hak Merek*. 1 (t.t.).
- Siregar, Annisa, Ok. Saidin, dan Jelly Leviza. “Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah.” *Locus Journal of Academic Literature Review*, 18 Juli 2022, 161–69. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i3.64>.