



PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT (STUDI LITERATUR DALAM PERSPEKTIF HKI)

Intan Tri Hafsari¹, Hamdani², Herry Syahbannuddin Nasution³

Sekolah Tinggi Agama Islam Panca Budi^{1,2,3}

intantrihapsari96@gmail.com¹, shmkn2018@gmail.com², herry-nasution@yahoo.co.id³

Abstrak

UMKM menyumbang lebih dari 61% PDB nasional dan menyerap 97% angkatan kerja Indonesia, namun hanya sekitar 11% yang telah mendaftarkan mereknya. Rendahnya pendaftaran merek membuat UMKM rentan terhadap peniruan dan persaingan tidak sehat yang menggerus nilai ekonomi usaha mereka. Penelitian ini bertujuan menganalisis kerangka regulasi perlindungan merek UMKM dalam perspektif HKI, mengidentifikasi hambatan pendaftaran merek, serta mengkaji penanganan perlindungan hukum merek yang telah terdaftar sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi literatur, menganalisis peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, dan dokumen resmi menggunakan model analisis Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah menyediakan perlindungan yang cukup komprehensif secara normatif, mencakup dimensi preventif berupa pendaftaran merek di DJKI dengan masa perlindungan 10 tahun yang dapat diperpanjang tanpa batas, serta dimensi represif berupa sanksi pidana penjara hingga 5 tahun, denda hingga Rp2 miliar, dan gugatan perdata melalui Pengadilan Niaga. Namun dalam implementasinya, efektivitas regulasi ini masih terhambat oleh rendahnya kesadaran hukum pelaku UMKM, keterbatasan finansial, kerumitan prosedur administratif, lemahnya ekosistem pendukung HKI di daerah, serta minimnya pendampingan pascapendaftaran. Kasus sengketa merek "Geprek Bensu" menjadi pelajaran nyata betapa krusialnya pendaftaran merek sejak awal sebagai benteng perlindungan sekaligus aset ekonomi. Merek kolektif diidentifikasi sebagai alternatif perlindungan yang lebih efisien bagi UMKM. Penelitian menyimpulkan bahwa perlindungan merek merupakan pilar fundamental pemberdayaan ekonomi UMKM yang membutuhkan penguatan edukasi hukum, penyederhanaan prosedur, perluasan subsidi, dan pendampingan pemerintah secara merata.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum; Merek; UMKM; Hak Kekayaan Intelektual (HKI); Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*

Abstract

MSMEs contribute more than 61% of national GDP and absorb 97% of Indonesia's workforce, yet only about 11% have registered their trademarks. Low trademark registration leaves MSMEs vulnerable to imitation and unfair competition that erode their economic value. This study aims to analyze the regulatory framework for MSME trademark protection from an intellectual property rights (IPR) perspective, identify the main obstacles to trademark registration, and examine the handling of legal protection for registered trademarks as an instrument of community economic empowerment. A qualitative literature-review approach was used, analyzing legislation, scientific journals, and official documents through the Miles and Huberman analysis model. The results show that Law Number 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications provides fairly comprehensive normative protection, covering a preventive dimension through registration at the Directorate General of Intellectual Property (DJKI) with a ten-year protection period that may be extended indefinitely, and a repressive dimension through criminal sanctions of up to five years' imprisonment, fines of up to IDR 2 billion, and civil suits before the Commercial Court. In practice, however, the effectiveness of this regulation is still hampered by MSME actors' low legal awareness, financial constraints, complex administrative procedures, a weak regional IPR support ecosystem, and minimal post-registration assistance. The "Geprek Bensu"

trademark dispute illustrates how crucial early registration is, both as a shield of protection and as an economic asset. Collective marks are identified as a more efficient protection alternative for MSMEs. The study concludes that trademark protection is a fundamental pillar of MSME economic empowerment that requires stronger legal education, simplified procedures, expanded subsidies, and more equitable government assistance.

Keywords: Legal Protection; Trademark; MSME; Intellectual Property Rights (IPR); Community Economic Empowerment

PENDAHULUAN

Lanskap ekonomi global tengah bertransisi menuju era ekonomi kreatif dan berbasis pengetahuan, di mana aset tak berwujud seperti Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memegang peran penting dalam membangun daya saing dan nilai tambah suatu negara. Dalam konteks ini, HKI telah melampaui perannya sebagai instrumen hukum semata dan menjadi aset strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan pembangunan berkelanjutan, di mana konsep orisinal, kreativitas, dan merek yang kuat berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai kesuksesan usaha.

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran sentral sebagai tulang punggung perekonomian nasional. UMKM menyumbang lebih dari 61% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, atau sekitar Rp9.580 triliun, dan menyerap tenaga kerja hingga 97% dari angkatan kerja nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM mencatat sekitar 65,5 juta unit UMKM beroperasi pada tahun 2023, mewakili 99% dari seluruh entitas bisnis di Indonesia, dan diproyeksikan mencapai sekitar 64,5 juta unit pada tahun 2024 dengan kontribusi lapangan kerja bagi lebih dari 123 juta individu (Faturrahman et al., 2025). Statistik ini memperlihatkan bahwa kondisi ekonomi Indonesia sangat bergantung pada vitalitas sektor UMKM, sehingga persoalan apa pun yang menghambat keberlangsungan usaha kecil berpotensi berdampak luas pada perekonomian nasional.

Di balik kontribusi besar tersebut, mayoritas UMKM masih menghadapi persoalan mendasar yang kerap diabaikan, yaitu rendahnya pemahaman dan perlindungan atas Hak Kekayaan Intelektual, khususnya merek dagang. Data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) menunjukkan hanya sekitar 11% UMKM yang telah mendaftarkan mereknya, sehingga mayoritas UMKM rentan terhadap peniruan, pemalsuan, dan persaingan tidak sehat, terutama di ranah digital yang mempermudah peredaran produk tiruan. Salah satu contoh nyata adalah sengketa merek kuliner "I am Geprek Bensu", yang memperlihatkan bagaimana nilai ekonomi yang seharusnya dinikmati pelaku usaha justru berpindah ke pihak lain akibat lemahnya kesadaran mendaftarkan merek sejak awal. Kondisi ini sejalan dengan larangan mengambil hak milik orang lain secara tidak sah sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa (4:29), yang menjadi landasan etis bahwa segala bentuk pemanfaatan merek orang lain tanpa izin merupakan perbuatan yang terlarang

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا ءِمَّكُمْ بِأَلْـُبَـطْلٍ ۖ إَلَّا أَن تَكُونُوا بِنَحْوِ الْجَنَّتِ تِزَاجًا مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا ءَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengambil harta satu sama lain secara tidak adil, kecuali melalui perniagaan yang didasarkan pada kesepakatan bersama. Janganlah kalian mengambil nyawa kalian sendiri; sesungguhnya Allah Maha Pengasih kepada kalian”.

Kajian terdahulu telah menyoroti persoalan ini dari berbagai sudut. Ikhsan et al. (2024) menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman masyarakat mengenai HKI menghambat perlindungan dan pengelolaan hak-hak tersebut secara efektif. Zamharir dan Faslah (2025) menemukan bahwa pelaku UMKM cenderung menganggap perlindungan kekayaan intelektual sebagai hal yang tidak penting, sehingga pendaftaran merek dagang tetap minim, dan mengidentifikasi masih kurangnya analisis komprehensif mengenai efektivitas perlindungan hukum yang ada bagi UMKM. Kajian-kajian tersebut umumnya berhenti pada simpulan

normatif "perlunya perlindungan hukum", tanpa menganalisis lebih jauh bagaimana instrumen hukum HKI dapat difungsikan sebagai alat pemberdayaan ekonomi, misalnya melalui merek kolektif atau penguatan posisi tawar UMKM dalam rantai pasok.

Tantangan tersebut semakin kompleks seiring percepatan digitalisasi. Platform e-commerce dan media sosial yang semestinya membuka akses pasar bagi UMKM justru kerap dimanfaatkan pihak tidak bertanggung jawab untuk mengedarkan produk tiruan dengan harga lebih murah karena tidak menanggung biaya riset dan pengembangan sebagaimana ditanggung UMKM asli. Kondisi ini memperlihatkan bahwa perlindungan hukum merek bukan hanya soal kepatuhan administratif, melainkan juga soal kesiapan UMKM menghadapi risiko pelanggaran HKI di ranah digital yang jauh lebih cepat dan luas jangkauannya dibandingkan pelanggaran konvensional.

Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menyatukan kajian teori pemberdayaan ekonomi masyarakat dan prinsip hukum HKI, sehingga menghasilkan kerangka analitis yang lebih utuh mengenai perlindungan merek sebagai instrumen pemberdayaan, bukan sekadar instrumen perlindungan pasif. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menghubungkan secara eksplisit antara efektivitas regulasi merek dengan indikator pemberdayaan ekonomi masyarakat, sesuatu yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian-penelitian terdahulu yang cenderung membahas perlindungan merek dan pemberdayaan UMKM secara terpisah. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis regulasi perlindungan hukum merek bagi UMKM di Indonesia dalam perspektif HKI serta efektivitasnya dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat; (2) mengidentifikasi hambatan utama UMKM dalam mendaftarkan dan mempertahankan hak merek; dan (3) menganalisis penanganan perlindungan hukum terhadap merek UMKM yang telah terdaftar. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian hukum kekayaan intelektual serta menjadi rujukan bagi pemerintah, akademisi, dan pelaku UMKM dalam upaya penguatan perlindungan merek sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis dan interpretasi teks hukum serta literatur ilmiah, bukan pengumpulan data lapangan melalui wawancara atau observasi langsung (Sugiyono, 2024; Muhaimin, 2020). Penelitian dilaksanakan selama bulan Februari–Mei 2026, dimulai dari perumusan desain penelitian, identifikasi dan pengumpulan sumber pustaka, hingga analisis dan penyusunan temuan.

Sumber data terdiri atas bahan hukum primer, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, serta ketentuan relevan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata; dan bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen resmi pemerintah terkait merek dan pemberdayaan UMKM. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran pustaka dan dokumentasi, yaitu menghimpun dan menelaah dokumen tekstual yang relevan dengan perlindungan hukum merek UMKM dan HKI.

Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman (1984), yang meliputi empat tahap: pengumpulan data, reduksi data (pemilihan dan pemadatan informasi yang relevan), penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, dan penarikan simpulan/verifikasi (Abdussamad, 2021). Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teori sebagaimana dikonsepsikan oleh Moleong (2016), yaitu membandingkan dan memvalidasi konsistensi informasi dari berbagai sumber tekstual serta mengonfirmasi temuan dengan berbagai kerangka teori yang relevan, disertai perpanjangan penelusuran pustaka untuk memastikan kedalaman dan keakuratan data (Saleh, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Strategis UMKM dan Pengaturan Merek dalam Sistem HKI

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi terhadap PDB lebih dari 61% dan penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari angkatan kerja nasional (Faturrahman et al., 2025). Meskipun kuat secara kuantitatif, kekuatan ini belum diimbangi aspek kualitatif berupa perlindungan HKI, tercermin dari rendahnya angka pendaftaran merek yang hanya 11%. Merek sebagai bagian dari sistem HKI diatur secara komprehensif dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1), merek didefinisikan sebagai tanda yang ditampilkan secara grafis untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan (Saputra et al., 2018), yang terbagi menjadi merek dagang, merek jasa, dan merek kolektif (Atmoko et al., 2023). Sistem pendaftaran menganut asas konstitutif (*first to file*), yaitu hak atas merek diperoleh melalui pendaftaran resmi di DJKI, bukan semata penggunaan (Ardian et al., 2025), dengan masa perlindungan 10 tahun yang dapat diperpanjang tanpa batas (Panjaitan, 2025).

Regulasi Perlindungan Hukum Merek UMKM dan Efektivitasnya

Berdasarkan teori perlindungan hukum Satjipto Rahardjo, regulasi merek beroperasi dalam dua dimensi. Dimensi preventif diwujudkan melalui pendaftaran merek di DJKI yang memberikan hak eksklusif dan kepastian hukum sejak awal. Dimensi represif diaktifkan setelah terjadi pelanggaran, mencakup sanksi pidana penjara hingga 5 tahun dan/atau denda hingga Rp2 miliar bagi pelaku pemalsuan merek terdaftar (Pasal 100 ayat (1); Putra, 2018), gugatan perdata ganti rugi melalui Pengadilan Niaga (Pasal 83), serta alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan (Riana, 2025).

Secara normatif, UU No. 20 Tahun 2016 telah menyediakan dasar perlindungan yang cukup kuat dan komprehensif: UMKM yang mendaftarkan mereknya memperoleh perlindungan selama 10 tahun dan dapat diperpanjang, serta memiliki dasar hukum yang jelas untuk menggugat pihak lain yang meniru atau memakai mereknya tanpa izin. Namun, efektivitasnya dalam praktik masih terhambat oleh rendahnya kesadaran hukum pelaku UMKM yang cenderung memandang merek sekadar nama dagang biasa, bukan aset kekayaan intelektual bernilai ekonomi tinggi. Keterbatasan informasi mengenai prosedur pendaftaran, persyaratan dokumen, dan biaya yang harus dikeluarkan juga masih dirasakan meskipun sistem pendaftaran elektronik melalui DJKI telah tersedia. Zamharir dan Faslah (2025) menegaskan bahwa kesenjangan antara norma hukum dan praktik implementasi masih menjadi persoalan utama, yang tercermin dari angka pendaftaran merek UMKM yang masih jauh dari memadai.

Kondisi ini menegaskan bahwa efektivitas regulasi tidak semata ditentukan oleh keberadaan undang-undang, melainkan juga oleh tingkat aksesibilitas dan pemahaman masyarakat terhadap aturan tersebut. Dari aspek dampak ekonomi, perlindungan merek yang efektif justru memberikan dampak berlipat ganda bagi UMKM: membangun ekuitas merek jangka panjang, memperluas akses pasar, meningkatkan harga jual karena kepercayaan konsumen, serta membuka peluang lisensi dan akses pembiayaan berbasis aset tidak berwujud. Minarti (2025) menegaskan bahwa perlindungan HKI berperan penting mendukung inovasi dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dan implikasi sosial-hukumnya membantu menciptakan masyarakat yang lebih sejahtera, adil, dan inovatif, sehingga penguatan regulasi dan implementasinya menjadi agenda mendesak dalam pemberdayaan UMKM secara menyeluruh.

Program Pemerintah dalam Fasilitas HKI bagi UMKM

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham), telah meluncurkan berbagai program untuk memfasilitasi UMKM dalam melindungi HKI-nya. Program pendaftaran merek dan hak cipta yang disubsidi berkisar antara Rp500.000 hingga Rp600.000 per kelas barang/jasa, bahkan dibebaskan biayanya bagi

UMKM tertentu (Mebiso.com, 2025). Radjak et al. (2024) menemukan bahwa sosialisasi dan edukasi pemerintah sangat penting untuk mencegah pelanggaran merek dagang UMKM di tingkat daerah. Program lain berupa pembentukan klinik HKI atau pusat konsultasi gratis yang tersebar di berbagai wilayah (Kemenperin, 2020), pelatihan mengenai pendaftaran usaha dan hak merek, serta digitalisasi layanan melalui sistem e-Trademark di bawah DJKI yang memungkinkan UMKM di daerah terpencil mengakses layanan pendaftaran merek tanpa harus datang langsung ke kantor DJKI (Srijanaki & Wetarani, 2026).

Keberadaan program-program tersebut menunjukkan komitmen pemerintah dalam mendorong kesadaran hukum UMKM. Berdasarkan pemantauan Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), jumlah permohonan pendaftaran merek terus meningkat setiap tahun, mengindikasikan tren positif kesadaran masyarakat. Meskipun demikian, apabila dibandingkan dengan jumlah keseluruhan UMKM di Indonesia yang mencapai puluhan juta unit, angka pendaftaran tersebut masih tergolong rendah, sehingga jangkauan dan intensitas program pemerintah perlu terus diperluas agar benar-benar menyentuh mayoritas pelaku UMKM, khususnya di wilayah non-perkotaan.

Hambatan UMKM dalam Pendaftaran dan Perlindungan Merek

Kajian literatur mengidentifikasi lima kategori hambatan utama yang secara konsisten dihadapi UMKM dalam mendaftarkan dan mempertahankan hak mereknya, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.1

Tabel 1 1
Kategori Hambatan UMKM dalam Perlindungan Merek

Jenis Hambatan	Deskripsi Singkat
Finansial	Biaya riil pendaftaran (konsultan, penelusuran merek, perpanjangan) jauh melebihi biaya resmi yang disubsidi pemerintah, memberatkan usaha mikro bermodal minim.
Pengetahuan & Literasi Hukum	Pelaku UMKM belum memahami merek sebagai aset HKI bernilai ekonomi, sehingga menilai pendaftaran merek tidak penting.
Administratif & Teknis	Prosedur penelusuran merek, klasifikasi kelas barang/jasa, serta kesenjangan digital menyulitkan UMKM meski sistem e-Trademark telah tersedia.
Mempertahankan & Menegakkan Hak	Pemantauan pasar dan biaya litigasi di Pengadilan Niaga sering melebihi nilai ekonomis merek yang disengketakan.
Struktural & Ekosistem Pendukung	Konsultan HKI dan lembaga bantuan hukum masih terkonsentrasi di kota besar dan sulit dijangkau UMKM daerah.

Hambatan finansial menjadi kendala paling banyak disebut dalam literatur sebagai penghalang utama UMKM dalam mengakses perlindungan merek. Meskipun pemerintah telah memberikan diskon biaya pendaftaran, biaya total proses pendaftaran yang sesungguhnya, mencakup biaya konsultasi HKI, penelusuran merek, dan perpanjangan setiap 10 tahun, jauh melampaui biaya resmi yang ditetapkan (Amanda et al., 2026). Kondisi ini menciptakan ironi struktural: kelompok usaha mikro dengan produk inovatif namun modal terbatas justru paling sulit mengakses sistem perlindungan yang seharusnya paling mereka butuhkan. Apriani dan Said (2022) mengkritisi kecenderungan pemerintah yang sering memprioritaskan kepentingan bisnis besar, dan menekankan perlunya tindakan afirmatif yang lebih tegas, seperti pembebasan penuh biaya pendaftaran bagi usaha mikro atau penyediaan dana bantuan hukum khusus sengketa merek.

Hambatan pengetahuan dan literasi hukum tampak dari pandangan sebagian pelaku UMKM bahwa perlindungan HKI tidak penting, sehingga berujung pada minimnya pendaftaran merek (Zamharir & Faslah, 2025), padahal merek berperan penting membedakan kualitas dan memengaruhi pembentukan harga produk (Sumadewa et al., 2025). Keterbatasan literasi hukum ini juga membuat pelaku UMKM sering tidak menyadari bahwa tindakan pihak lain terhadap mereknya merupakan pelanggaran yang dapat dituntut, sehingga kehilangan akses terhadap perlindungan represif yang sesungguhnya telah dijamin undang-undang. Hambatan administratif berupa kompleksitas penelusuran merek, penentuan kelas barang/jasa, serta kesenjangan digital (digital divide) masih dirasakan terutama oleh

UMKM di daerah dengan infrastruktur internet terbatas, meski sistem e-Trademark telah tersedia. Hambatan mempertahankan hak merek muncul karena pemilik merek wajib memantau pasar secara aktif, sementara biaya litigasi di Pengadilan Niaga kerap melebihi nilai ekonomis sengketa bagi UMKM. Adapun hambatan struktural tampak dari terbatasnya sebaran konsultan HKI dan lembaga bantuan hukum yang masih terkonsentrasi di kota besar, sehingga sulit dijangkau UMKM di daerah (Betlehn & Samosir, 2018; Hamdani et al., 2024). Solusi yang dapat ditawarkan mencakup penguatan subsidi dan pendampingan hukum bagi usaha mikro, integrasi edukasi HKI ke dalam program pemberdayaan UMKM yang sudah berjalan, penyederhanaan antarmuka sistem e-Trademark agar lebih ramah pengguna, serta pembentukan lembaga mediasi sengketa merek yang terjangkau dan sederhana bagi UMKM.

Penanganan Perlindungan Hukum terhadap Merek UMKM yang Sudah Terdaftar

Bagi UMKM yang telah mendaftarkan mereknya, tantangan berikutnya adalah memastikan perlindungan tersebut efektif dalam praktik. Analisis literatur mengidentifikasi tiga celah utama: kesenjangan kapasitas hukum (legal capacity gap), di mana pelaku UMKM kesulitan memanfaatkan instrumen hukum yang tersedia karena keterbatasan pengetahuan; kesenjangan akses keadilan (access to justice gap), akibat tingginya biaya dan kompleksitas litigasi; serta kesenjangan penegakan hukum (enforcement gap), karena keterbatasan kapasitas aparat penegak hukum dalam menangani kasus pelanggaran merek UMKM.

Pemilik merek terdaftar juga wajib secara aktif memantau pasar, baik fisik maupun digital, untuk mendeteksi kemungkinan pelanggaran, karena merek yang tidak digunakan selama tiga tahun berturut-turut berisiko dihapuskan atas permohonan pihak lain. Ketika pelanggaran terdeteksi, pemilik merek UMKM sering dihadapkan pada pilihan berat antara membiarkan mereknya ternodai atau menempuh jalur hukum yang memerlukan biaya, waktu, dan tenaga tidak sedikit, di mana biaya litigasi kerap melebihi nilai ekonomis merek yang dipersengketakan.

Kasus sengketa merek "I am Geprek Bensu" antara Benny Sudjono selaku pendaftar merek dan Ruben Onsu menjadi ilustrasi nyata pentingnya pendaftaran merek sejak awal usaha dikembangkan. Kasus ini menunjukkan bahwa sertifikat merek terdaftar memberikan landasan hukum yang jauh lebih kuat dibandingkan klaim penggunaan semata, sekaligus membuktikan bahwa merek merupakan aset ekonomi bernilai signifikan, tercermin dari besarnya nilai sengketa yang mencapai ratusan juta rupiah. Temuan ini selaras dengan Prameswari (2021) yang menyatakan bahwa hak merek merupakan salah satu upaya perlindungan paling efektif bagi industri UMKM karena memberikan kepastian hukum sekaligus meningkatkan daya saing produk di pasar. Berdasarkan analisis atas mekanisme yang ada, efektivitas penanganan perlindungan merek UMKM yang telah terdaftar masih dibayangi kesenjangan kapasitas hukum, akses keadilan, dan penegakan hukum sebagaimana diuraikan sebelumnya, sehingga diperlukan program pendampingan hukum berkelanjutan pascapendaftaran, penyederhanaan prosedur sengketa merek UMKM, serta pengembangan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif yang lebih ramah bagi pelaku usaha kecil.

Merek Kolektif sebagai Alternatif Perlindungan Hukum dan Ekonomi

Merek kolektif, sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016, adalah merek yang digunakan bersama oleh beberapa pelaku usaha untuk barang/jasa berkarakteristik sama guna membedakannya dari produk sejenis (Rachmawati et al., 2026). Skema ini memberikan hak eksklusif kepada kelompok/asosiasi pemiliknya sekaligus menekan biaya pendaftaran dan promosi karena ditanggung secara kolektif. Merek kolektif juga memperkuat identitas dan kepercayaan konsumen serta memperluas akses pasar nasional maupun global (H & Reykasari, 2025), menjadikannya alternatif yang lebih efisien khususnya bagi UMKM berskala mikro dengan keterbatasan sumber daya untuk mendaftarkan merek secara individual.

Keterkaitan Perlindungan Hukum Merek dengan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Temuan penelitian ini mengungkap hubungan timbal balik dan berlapis antara perlindungan hukum merek dan pemberdayaan ekonomi masyarakat pada tiga dimensi, bukan sekadar hubungan kausal searah. Pertama, dimensi legal-ekonomi: merek yang terlindungi secara hukum merupakan aset ekonomi bernilai ganda, yaitu nilai protektif yang

melindungi identitas dan pasar usaha dari peniruan, serta nilai generatif yang menghasilkan nilai tambah melalui ekuitas merek, kepercayaan konsumen, peluang lisensi yang dapat mendatangkan royalti, dan akses pembiayaan berbasis aset tidak berwujud (Verawati, 2022). Merek terdaftar juga membuka pintu kerja sama bisnis dengan mitra yang mensyaratkan legalitas merek, sehingga berkontribusi langsung pada peningkatan kapasitas ekonomi pelaku UMKM.

Kedua, dimensi sosial-kelembagaan: perlindungan merek berkontribusi pada terciptanya ekosistem usaha yang sehat, berkeadilan, dan kondusif bagi inovasi. Ketika merek UMKM mendapatkan perlindungan memadai, pelaku usaha termotivasi untuk terus berinovasi karena yakin hasil karyanya tidak mudah dicuri pihak lain, yang pada gilirannya mendorong peningkatan kualitas produk dan jasa yang bermanfaat bagi konsumen dan perekonomian nasional (Minarti, 2025). Ketiga, dimensi strategis-kebijakan: perlindungan merek perlu diintegrasikan sebagai pilar wajib bukan tambahan semata dalam kebijakan pemberdayaan UMKM yang komprehensif, bersanding dengan penguatan modal usaha, peningkatan kemampuan SDM, perluasan akses pasar, dan bantuan teknologi digital. Apabila pilar perlindungan HKI ini diabaikan, keberhasilan empat pilar pemberdayaan lainnya akan tetap rapuh karena kurangnya jaminan hukum atas identitas dan aset intelektual usaha. Dengan demikian, perlindungan hukum merek merupakan pilar fundamental yang menopang efektivitas pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui UMKM secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap merek UMKM di Indonesia telah memiliki dasar hukum yang jelas melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan hak eksklusif bagi pemilik merek terdaftar untuk melindungi usahanya dari peniruan dan persaingan tidak sehat. Meskipun secara normatif regulasi ini sudah kuat dan komprehensif, mencakup dimensi preventif melalui pendaftaran serta dimensi represif melalui sanksi pidana dan gugatan perdata, efektivitasnya dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat belum optimal karena rendahnya tingkat pendaftaran merek dan kurangnya pemahaman UMKM mengenai pentingnya perlindungan hukum tersebut.

Kondisi ini berkaitan erat dengan hambatan finansial, pengetahuan dan literasi hukum, administratif dan teknis, kesulitan mempertahankan hak merek, serta lemahnya ekosistem pendukung HKI di daerah. Mekanisme penanganan perlindungan bagi merek yang telah terdaftar, baik preventif maupun represif, pada dasarnya sudah tersedia secara jelas, namun pemanfaatannya masih dibayangi kesenjangan kapasitas hukum, akses keadilan, dan penegakan hukum, sehingga sangat bergantung pada kesadaran dan inisiatif pelaku UMKM itu sendiri. Kasus sengketa merek "Geprek Bensu" menegaskan pentingnya pendaftaran merek sejak dini. Apabila dimanfaatkan secara optimal, disertai penguatan alternatif seperti merek kolektif, perlindungan merek dapat menjadi instrumen nyata dalam meningkatkan nilai ekonomi usaha dan mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Pertama, pelaku UMKM disarankan meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya perlindungan hukum merek dengan memprioritaskan pendaftaran sejak awal usaha berjalan, serta aktif mengikuti sosialisasi dan pelatihan HKI agar mampu melindungi usahanya secara mandiri. Kedua, pemerintah dan pemangku kepentingan terkait sektor UMKM disarankan menyederhanakan prosedur pendaftaran, memperluas bantuan biaya, meningkatkan sosialisasi hingga ke daerah, serta memperkuat program pendampingan pascapendaftaran agar perlindungan merek dapat berjalan lebih efektif. Ketiga, peneliti selanjutnya disarankan mengembangkan penelitian ini melalui pendekatan empiris di lapangan untuk mengetahui kondisi nyata UMKM terkait perlindungan merek, serta mengkaji lebih dalam efektivitas kebijakan pemerintah dan dampak langsung perlindungan merek terhadap peningkatan ekonomi UMKM.

REFERENSI

- abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rappana, Ed.; Cet 1). Cv. Syakir Media Press.
- Abidahsari, I., Pratama, T. H., Oktavina, M. A., & Tunru, S. (2021). *Hukum Terhadap Industri Umkm Latar Belakang*. 959–970.
- Amanda, Hajati, M., & Irwansyah, T. (2026). Kesadaran Pendaftaran Hak Merek Pada Umkm (Studi Kasus Usaha Mebel Dan Makanan Ringan. *Indonesian Journal Of Islamic Jurisprudence, Economic And Legal Theory*, 66–79.
- Apriani, N., & Said, R. W. (2022). *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia*. 03.
- Ardian, S., Lanontji, M., & Anggriyani, R. (2025). First To File Principle And Trademark Rights Disputes In Indonesian Legislation Review. *Jurnal Hukum Kenegaraan Dan Politik Islam*, 5(1), 429–451.
- Atmoko, D., Cendhayanie, Rara Amalia, Dirgantini, Marissa Kemala, & Purbowati, L. (2023). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Cetakan 1). Pt Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Bahasoan, Awal Nopriyanto, S, Nur Qamariah, Wahdaniah, B, I., & Azis, Maghfirah Sari. (2024). Transformasi Digital Pada Umkm: Penggerak Pertumbuhan Ekonomi Dan Inklusi Di Negara Berkembang. *Jurnal Indragiri: Penelitian Multidisiplin*, 5(1), 9–19.
- Balqis, Wizna G., & Santoso, B. (2020). *Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif* (Vol. 2, Pp. 205–221).
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia*. 3(1), 3–11.
- Faturrahman, Subhan, E. S., & Shoalihin. (2025). *Pengembangan Umkm Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. 3(3), 990–1008.
- H, M. A. R., & Reykasari, Y. (2025). *Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Dalam Pemberdayaan Umkm Di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang*. 3(20), 58–65.
- Hamdani, & Manurung, Julpan Hartanto S. (2026). *Pengantar Ilmu Perundang-Undangan* (T. Media, Ed.; Cet. 1). Penerbit Tahta Media Group.
- Hamdani, Rasmiaty, M., & Farida, I. (2024). *Pengantar Hukum Indonesia* (Kelik Endro Suryono, Ed.; Cet. 1). Penerbit Tahta Media Group.
- Ikhsan, N. M., Rusminingsih, D., Priyanto, A., & Setiawan, F. (2024). *Pendampingan Pendaftaran Hak Cipta Dan Hak Merek*. 2(2), 55–61.
- Indrawati, S., Santoso, A. B., & Sasmita, A. R. (2020). *Perlindungan Hukum Merek Pada Produk Usaha Kecil Di Kabupaten Kebumen*. 2(20), 57–63.
- Kemenperin. (2020). *Buku Panduan Kekayaan Intelektual*.
- Mebiso.Com. (2025). *Apakah Pendaftaran Merek Gratis? Ini Fakta Dan Tipsnya*. Mebiso.Com. <https://Mebiso.Com/Wiki/Apakah-Pendaftaran-Merek-Gratis/>
- Minarti, T. (2025). Hak Kekayaan Intelektual Dan Inovasi Perlindungan Hukum Untuk Pengembangan Ekonomi. *Perahu (Penerangan Hukum): Jurnal Ilmu Hukum*, 13(1), 22–29.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram University Press.
- Nurdahniar, I. (N.D.). *Analisis Penerapan Prinsip Perlindungan Langsung Dalam Penyelenggaraan Pencatatan Ciptaan*. 2018, 231–251.
- Panjaitan, P. T. (2025). *Penerapan Asas First To File Sebagai Perlindungan Hukum Merek Dalam Sengketa Tiktok Ltd*. 4.
- Prameswari, T. A. (2021). *Hak Merek Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Industri Umkm*. 3(2), 97–104.
- Putra, Erik Dwi. (2018). *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Dagang Terhadap Plagiarisme Menurut Uu No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*. Vi(10), 195–202.
- Rachmawati, A. D., Permata, R. R., & Rafianti, L. (2026). *Dinamika Pengaturan Merek Kolektif Terhadap Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah Dalam Perspektif Kepastian Hukum*. 9(1), 89–104.
- Radiano, E. (2023). Interpretasi Modern Tentang Teori Dan Filosofis Penelitian. *Kritis*, Xxxii(1), 56–74.

- Radjak, F., Lahaling, H., & Beddu, S. (2024). *Merek Umkm , Aset Bangsa : Langkah Tegas Pemerintah Memperkuat Perlindungan Hukum*. 179–187.
- Ri, B. (2016). *Uu Ri No. 20 Tahun 2016*.
- Riana, A. (2025). *Legal Protection For Workers With Disabilities In Indonesia: Satjipto Rahardjo's Perspective On Legal Protection*. 5(2).
- Saleh, S. (2023). *Mengenal Penelitian Kualitatif Panduan Bagi Peneliti Pemula (Cet 1)*. Penerbit Agma.
- Saputra, Putu Agus Yana, Windari, Ratna Artha, & Adnyani, Ni Ketut Sari. (2018). Implementasi Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Terhadap Clothing Di Kota Singaraja. *Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha*, 1(2), 165–174.
- Srijanaki, Ni Putu Galih, & Wetarani, Ni Putu Karnhura. (2026). Inovasi Digitalisasi Pelayanan Kekayaan. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 9(1), 62–70.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Kosntruktif)* (S. Y. Suryandari, Ed.; Ke-3). Penerbit Alfabeta.
- Sumadewa, I Nyoman Yoga, Hasbullah, Febriana, W., & Noviansyah. (2025). Pentingnya Desain Kampanye Merek Dalam Meningkatkan Kesadaran Dan Loyalitas Konsumen. *Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business (Riggs)*, 4(1), 497–506.
- Supriyadi. (2016). Community Of Practitioners : Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan Antar Pustakawan. *Lentera Pustaka*, 2(2), 83–93.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Qosim Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/Jq.V1i1.60>
- Verawati, D. E. (2022). Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 5(2), 122–132. <https://doi.org/10.30996/Abdikarya.V5i2.7250>
- Wijaya, Hans Mahaputra Yudha, & Dara, P. (2024). *Perlindungan Hukum Terkait Merek Usaha Mikro Kecil*. 1(2), 106–121.
- Zamharir, T. A., & Faslah, R. (2025). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Dalam Perspektif UU No . 20 Tahun 2016 Pada UMKM*. 2(4), 2577–2583.