



Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Dalam Usaha Kuliner Bakso Hebat Mataram Di Pekanbaru

Rabina Zales¹⁾, Siti Nurhayati²⁾, Fitri Rafianti³⁾

Universitas Pembangunan Panca Budi, Indonesia

miss.rabinz@gmail.com¹⁾

sitinurhayati@dosen.pancabudi.ac.id²⁾

fitirafianti@dosen.pancabudi.ac.id³⁾

Abstrak

Perkembangan usaha kuliner di Indonesia semakin pesat, namun masih banyak pelaku usaha yang belum memahami pentingnya pendaftaran merek sebagai instrumen perlindungan hukum. Sistem hukum Indonesia menganut prinsip first to file, yaitu hak atas merek hanya diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya. Hal ini menyebabkan usaha kuliner yang tidak melakukan pendaftaran merek berada pada posisi yang rentan terhadap peniruan, pemalsuan, maupun gugatan hukum dari pihak lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap pendaftaran merek dalam usaha kuliner, dengan mengambil studi kasus Bakso Hebat Mataram di Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah normatif yuridis dengan pendekatan kualitatif, melalui telaah terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap pendaftaran merek diwujudkan dalam bentuk perlindungan preventif melalui hak eksklusif pemakaian merek, dan perlindungan represif melalui gugatan perdata maupun tuntutan pidana terhadap pelanggaran merek. Studi kasus ini menegaskan bahwa keterlambatan atau kelalaian dalam pendaftaran merek dapat menimbulkan kerugian besar bagi pelaku usaha, baik secara hukum maupun reputasi bisnis. Oleh karena itu, pendaftaran merek perlu dipandang sebagai strategi hukum sekaligus strategi bisnis yang penting bagi keberlangsungan usaha kuliner.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Pendaftaran Merek, Usaha Kuliner, UMKM

Abstract

The rapid growth of the culinary industry in Indonesia has not been accompanied by adequate legal awareness among business owners regarding the importance of trademark registration as a form of legal protection. The Indonesian legal system adopts the first to file principle, meaning that trademark rights are granted only to the party who registers the mark first. Consequently, culinary businesses that fail to register their trademarks are vulnerable to imitation, counterfeiting, or legal disputes initiated by other parties. This study aims to analyze the forms of legal protection arising from trademark registration in the culinary sector, using Bakso Hebat Mataram in Pekanbaru as a case study. The research employs a normative juridical method with a qualitative approach, examining relevant statutory regulations and academic literature. The findings reveal that legal protection for registered trademarks is manifested in two forms: preventive protection through the exclusive right to use the mark, and repressive protection through civil lawsuits and criminal sanctions against trademark violations. The case study emphasizes that delays or negligence in registering a trademark can lead to substantial legal and reputational losses for business owners. Therefore, trademark registration should be viewed not only as a legal safeguard but also as a strategic business decision essential for the sustainability of culinary enterprises.

Key words: Legal Protection, Trademark Registration, Culinary Business, MSMEs

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, identitas merek menjadi salah satu elemen krusial dalam membangun daya saing usaha. Merek tidak hanya berfungsi sebagai simbol komersial, tetapi juga menjadi identitas hukum yang melekat pada produk atau jasa yang ditawarkan. Di sektor kuliner, kekuatan merek sangat menentukan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap suatu usaha. Namun demikian, banyak pelaku usaha kuliner di Indonesia, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang masih belum memahami pentingnya pendaftaran merek sebagai bagian dari perlindungan hukum.

UMKM memiliki peranan krusial dalam perekonomian nasional, terutama sebagai penggerak utama penciptaan lapangan kerja dan pengembangan sektor informal seperti industri kuliner. Di Indonesia, sektor UMKM berkontribusi lebih dari 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja nasional, dengan jumlah pelaku usaha yang tercatat melebihi 64 juta unit. Meskipun kontribusinya signifikan (Kemenko RI dalam Siaran Pers, 2025). Sayangnya, kesadaran hukum di kalangan pelaku UMKM kuliner masih sangat minim, termasuk dalam hal pendaftaran merek dagang, yang dapat melindungi produk mereka dari peniruan dan pemalsuan. Diantara sektor UMKM tersebut, industri kuliner merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat dan jumlah pelaku terbanyak. Sayangnya, kesadaran hukum di kalangan pelaku UMKM kuliner masih sangat minim, termasuk dalam hal pendaftaran merek dagang (Anggraeni, & Sugiarto, 2023).

Kasus usaha kuliner "Bakso Hebat Mataram" menjadi contoh konkret dari fenomena ini. Meskipun telah memiliki dua cabang dan popularitas yang cukup tinggi, usaha ini belum memiliki pendaftaran merek secara resmi. Hal ini memunculkan permasalahan ketika terdapat usaha lain dengan nama serupa, seperti "Bakso Mataram", yang beroperasi dalam wilayah yang berdekatan dan menyebabkan kebingungan di kalangan konsumen. Ketidadaan perlindungan hukum melalui pendaftaran merek membuat pemilik usaha kesulitan untuk mengklaim eksklusivitas atas nama dagangnya dan terancam kehilangan hak atas merek yang telah ia bangun selama bertahun-tahun.

Namun, sebenarnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah menetapkan landasan hukum yang tegas terkait perlindungan hak atas merek. Melalui proses pendaftaran, pemilik merek memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut serta perlindungan hukum dari tindakan peniruan, pemalsuan, maupun penggunaan tanpa izin oleh pihak lain. Dengan tidak dilakukannya pendaftaran merek, maka hak hukum tersebut tidak dapat ditegakkan, dan pemilik usaha kehilangan instrumen hukum untuk membela kepentingannya.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan kualitatif, yang berfokus pada analisis peraturan perundang-undangan dan doktrin hukum terkait urgensi pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum. Pendekatan normatif dipilih karena penelitian ini menelaah norma-norma hukum yang berlaku serta konsep teoretis yang mendasari sistem perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya mengenai merek dagang.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah berbagai ketentuan hukum yang relevan, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji teori dan pandangan para ahli hukum guna memahami prinsip-prinsip perlindungan hukum, kepastian hukum, serta hak atas kekayaan intelektual.

Analisis bahan hukum dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan metode penalaran deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari norma-norma hukum yang bersifat umum untuk diterapkan pada kasus atau fenomena yang lebih spesifik, seperti studi kasus Bakso Hebat Mataram. Melalui pendekatan ini, peneliti diharapkan dapat menafsirkan makna hukum secara

kontekstual dan menghasilkan kesimpulan normatif yang logis serta dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Perlindungan Hukum Pendaftaran Merek dalam Usaha Kuliner

Perlindungan hukum atas merek di Indonesia memiliki sifat konstitutif, artinya perlindungan hanya timbul setelah dilakukan pendaftaran. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menegaskan bahwa hak atas merek hanya diberikan kepada pihak yang mendaftarkan (*first to file system*). Vonarya (2007) menjelaskan bahwa prinsip dasar perlindungan hukum merek adalah pendaftaran, bukan penggunaan. Dengan demikian, meskipun suatu merek telah digunakan bertahun-tahun, tanpa adanya pendaftaran, pemiliknya tidak memiliki perlindungan hukum yang sah.

Dalam dunia usaha kuliner, pendaftaran merek memegang peranan penting tidak hanya untuk melindungi nama dagang, tetapi juga sebagai bentuk legitimasi usaha. Makbul et al. (2023) menegaskan bahwa pendaftaran merek merupakan pengakuan hukum sekaligus sarana perlindungan dari kerugian akibat penggunaan tanpa izin. Tanpa adanya pendaftaran, pemilik usaha tidak dapat menuntut jika ada pihak lain yang memakai atau meniru nama dagangnya.

Studi kasus *Bakso Hebat Mataram* di Pekanbaru menunjukkan posisi rawan dari usaha yang tidak mendaftarkan mereknya. Berdasarkan penelusuran di database DJKI, nama ini belum terdaftar secara resmi. Kondisi ini mencerminkan lemahnya kedudukan hukum usaha tersebut, karena sewaktu-waktu bisa muncul pihak lain yang lebih dahulu mendaftarkan nama serupa. Jika hal ini terjadi, pemilik asli kehilangan hak eksklusif untuk memakai merek yang telah ia bangun.

Kasus serupa juga terjadi pada industri kuliner Wingko Babat di Semarang. Menurut Vonarya (2007), sebagian besar produsen Wingko Babat belum melakukan pendaftaran merek karena keterbatasan biaya serta rendahnya tingkat kesadaran hukum. Kondisi ini menimbulkan munculnya berbagai produk dengan nama yang hampir sama, sehingga membingungkan konsumen dan berpotensi menimbulkan sengketa merek. Situasi tersebut menegaskan bahwa pendaftaran merek memiliki fungsi strategis sebagai upaya perlindungan hukum dan keberlanjutan usaha, bukan sekadar prosedur administratif. Sejalan dengan hal ini, Ismaidar dan Annur (2023) menyatakan bahwa politik hukum nasional berperan sebagai arah kebijakan dalam pembentukan hukum yang menjamin keadilan serta perlindungan bagi seluruh warga negara, termasuk pelaku usaha. Dengan demikian, sistem perlindungan merek di Indonesia menjadi instrumen penting dalam mewujudkan kepastian hukum dan rasa keadilan dalam kegiatan ekonomi.

Oleh karena itu, penerapan perlindungan hukum terhadap pendaftaran merek dalam usaha kuliner tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga berdampak praktis. Pelaku usaha yang mendaftarkan mereknya memperoleh hak eksklusif, kepastian hukum, serta posisi tawar yang kuat dalam menghadapi persaingan. Sebaliknya, pelaku usaha yang mengabaikan pendaftaran menghadapi risiko kehilangan identitas dagang, tidak memiliki dasar hukum untuk menggugat, dan rentan dimanfaatkan oleh pihak lain yang lebih dulu mendaftarkan.

2. Konsekuensi Hukum bagi Usaha Kuliner yang Belum Mendaftarkan Merek

Usaha kuliner yang tidak mendaftarkan mereknya, seperti yang mungkin terjadi pada Bakso Hebat Mataram, akan menghadapi serangkaian konsekuensi hukum dan operasional yang signifikan. Konsekuensi ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. Tidak Adanya Perlindungan Hukum Eksklusif:

- 1) Tidak Memiliki Hak Monopoli: Berdasarkan prinsip *first to file* dalam UU Merek, merek yang tidak terdaftar tidak memiliki hak eksklusif. Ini berarti pemilik usaha tidak memiliki hak monopoli untuk menggunakan merek tersebut di pasar. Siapapun dapat menggunakan merek yang sama atau serupa untuk produk sejenis tanpa konsekuensi hukum dari pemilik merek asli.
- 2) Kerentanan Terhadap Peniruan dan Pemalsuan: Tanpa pendaftaran, merek sangat

rentan ditiru atau dipalsukan oleh pihak lain. Pihak ketiga dapat mendaftarkan merek yang sama atau sangat mirip, dan secara hukum, merek yang terdaftar tersebutlah yang akan diakui sebagai pemilik sah. Pemilik merek asli yang tidak terdaftar tidak memiliki dasar hukum untuk menuntut atau menghentikan tindakan peniruan tersebut.

- 3) Tidak Dapat Mengajukan Gugatan Hukum: Jika terjadi pelanggaran hak merek (peniruan, pemalsuan, atau penggunaan tanpa izin), pemilik merek yang tidak terdaftar tidak dapat mengajukan gugatan perdata untuk ganti rugi atau penghentian penggunaan merek, maupun tuntutan pidana. Hal ini karena perlindungan hukum represif hanya diberikan kepada merek yang telah terdaftar (Gunawan, & Putra, 2023).

b. Risiko Kehilangan Merek dan Reputasi:

- 1) Merek Dapat Diambil Alih Pihak Lain: Pihak lain dengan itikad tidak baik dapat mendaftarkan merek yang sudah dikenal dan digunakan oleh usaha kuliner yang belum terdaftar. Setelah merek tersebut terdaftar atas nama pihak ketiga, pemilik usaha asli justru bisa dituntut karena menggunakan merek yang "sudah terdaftar" milik orang lain. Ini berpotensi menyebabkan kehilangan identitas usaha yang telah dibangun.
- 2) Kerusakan Reputasi dan Kepercayaan Konsumen: Jika merek dipalsukan atau ditiru dengan kualitas produk yang lebih rendah, reputasi merek asli akan rusak di mata konsumen. Konsumen yang kecewa dengan produk palsu mungkin akan mengasosiasikan pengalaman buruk tersebut dengan merek asli, menyebabkan penurunan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

c. Hambatan dalam Pengembangan dan Ekspansi Usaha:

- 1) Kesulitan dalam Waralaba atau Lisensi: Usaha kuliner yang ingin mengembangkan bisnisnya melalui sistem waralaba atau lisensi akan menghadapi kesulitan besar jika mereknya tidak terdaftar. Merek yang terdaftar adalah aset penting yang memberikan nilai jual dan kepastian hukum dalam perjanjian waralaba atau lisensi.
- 2) Keterbatasan Akses Pembiayaan dan Investasi: Investor atau lembaga keuangan cenderung lebih percaya pada usaha yang memiliki legalitas lengkap, termasuk merek terdaftar. Merek yang terdaftar dapat dianggap sebagai aset tak berwujud yang bernilai ekonomi, sehingga meningkatkan daya tarik usaha di mata calon investor.
- 3) Kesulitan Pemasaran dan Branding: Tanpa merek terdaftar, upaya pemasaran dan *branding* menjadi kurang efektif dan berisiko. Investasi dalam promosi merek yang tidak terlindungi dapat sia-sia jika merek tersebut kemudian diambil alih atau dipalsukan.

d. Status Hukum Usaha yang Tidak Jelas:

- 1) Dianggap Ilegal atau Tidak Diakui: Pada dasarnya, usaha apapun yang tidak didaftarkan legalitas usahanya (termasuk merek) secara hukum tidak dapat diakui keberadaannya atau dianggap ilegal. Usaha tersebut tidak akan mendapatkan perlindungan di mata hukum (Makbul, et al., 2023). Ini dapat menimbulkan masalah dalam perizinan usaha, kepatuhan pajak, dan operasional lainnya.

Secara keseluruhan, tidak mendaftarkan merek menempatkan usaha kuliner pada posisi yang sangat rentan, mengancam keberlangsungan, reputasi, dan potensi pertumbuhannya.

3. Perbandingan dengan Usaha Kuliner Lain yang Sudah Mendaftarkan Merek

- a. Bagi pelaku usaha di sektor kuliner, memiliki merek yang telah terdaftar memberikan jaminan kepastian serta perlindungan hukum dari negara. Dengan adanya pendaftaran merek, tindakan seperti peniruan, pembajakan, dan pemalsuan dapat diminimalkan atau ditindak secara hukum. Selain itu, kepemilikan merek terdaftar juga memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku usaha, karena menjadi simbol reputasi, identitas usaha, serta jaminan atas kualitas produk dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen

(Gunawan, & Putra, 2023).

- b. Contoh dari Studi Kasus Wingko Babat: Berdasarkan hasil penelitian, dari delapan merek *wingko babat* yang dipasarkan di Jalan Pandanaran, Semarang, hanya dua merek yang telah memiliki sertifikat merek, yaitu STOOM MINI dan KM MUTIARA. Kedua produsen, yakni Koospindiharjo (pemilik merek STOOM MINI) dan Sri Hartati (pemilik merek KM MUTIARA), mengungkapkan bahwa kepemilikan sertifikat merek memberikan rasa aman dan ketenangan dalam menjalankan usaha mereka. Sertifikat tersebut juga memudahkan pembuktian hak kepemilikan atas merek yang digunakan, sehingga mereka tidak perlu khawatir jika di kemudian hari muncul pihak yang menggugat penggunaan merek tersebut. Sebaliknya, sertifikat merek justru menjadi alat perlindungan hukum yang dapat digunakan untuk menuntut pihak lain yang secara tidak sah menggunakan atau meniru merek yang sama, yang berpotensi merugikan konsumen setia mereka (Vonarya, 2007).
- c. Contoh Sengketa Akibat Lemahnya Perlindungan Merek: Kasus Geprek Benu sengketa antara Geprek Benu dan I Am Geprek Benu menjadi contoh nyata bagaimana lemahnya perlindungan merek dapat menimbulkan masalah serius. Dalam kasus ini, "I Am Geprek Benu" telah mendaftarkan mereknya terlebih dahulu pada tahun 2017, sedangkan Ruben Onsu baru mengajukan pendaftaran "Geprek Benu" pada 2018. Akibatnya, pengadilan hingga tingkat Mahkamah Agung memutuskan bahwa hak atas merek tersebut dimiliki oleh I Am Geprek Benu, sementara pendaftaran Ruben Onsu dibatalkan.
Wulan Roma Tua et al. (2020) menegaskan bahwa putusan tersebut selaras dengan prinsip *first to file* yang bersifat mutlak di Indonesia serta menekankan pentingnya itikad baik dalam proses pendaftaran merek. Keterlambatan dalam melakukan pendaftaran dapat menimbulkan kerugian hukum maupun reputasi, khususnya bagi pelaku UMKM seperti Bakso Hebat Mataram yang berpotensi kehilangan identitas usahanya. Sejalan dengan itu, Siregar et al. (2023) menyatakan bahwa penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui musyawarah menjadi cara efektif untuk menjaga hubungan sosial dan mewujudkan keadilan yang lebih berimbang. Pendekatan ini juga dapat diterapkan dalam penyelesaian sengketa merek agar fokusnya tidak hanya pada pihak yang menang atau kalah, tetapi pada pemulihan hak dan reputasi pelaku usaha.
- d. Sejalan dengan itu, Sembiring et.,al. (2025) menekankan bahwa edukasi, sosialisasi, dan kemudahan akses layanan menjadi kunci penting agar pelaku usaha memahami urgensi perlindungan merek sejak awal. Dengan demikian, sengketa merek seperti kasus Geprek Benu dapat menjadi pelajaran berharga bagi UMKM lain untuk lebih proaktif dalam melindungi identitas usahanya melalui pendaftaran merek.

4. Hambatan UMKM dalam Praktik Pendaftaran Merek

- a. Kurangnya Pemahaman dan Sosialisasi: Kurangnya pemahaman pelaku usaha di sektor kuliner mengenai konsep merek dan prosedur pendaftarannya, ditambah dengan minimnya kegiatan penyuluhan serta sosialisasi dari pihak terkait, menjadi faktor utama yang menyebabkan banyak pelaku usaha tidak memperoleh informasi memadai mengenai pentingnya pendaftaran dan perlindungan merek (Gunawan, & Putra, 2023). Hal ini diakibatkan karena ketidaktahuan mahasiswa mengenai kewajiban legalitas usaha pada saat usaha tersebut dibangun dan dijalankan, selain itu ketidaktahuan mengenai syarat dan prosedur pendaftaran merek juga menjadi kendala (Makbul, et al., 2023).
- b. Biaya pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya untuk merek, sering dianggap cukup tinggi oleh pelaku usaha di sektor kuliner. Kekhawatiran ini muncul karena sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pengetahuan yang jelas mengenai rincian dan besaran biaya yang harus dikeluarkan dalam proses pendaftaran merek. Akibatnya, persepsi bahwa biaya pendaftaran merek mahal menjadi salah satu faktor penghambat bagi mereka untuk melakukan perlindungan hukum atas merek usahanya (Gunawan, & Putra, 2023). Dalam studi kasus wingko babat, biaya permohonan pendaftaran yang berkisar antara Rp.450.000,- sampai dengan Rp.1.500.000,- dan

ditambah dengan biaya-biaya pelengkap lainnya dirasa terlalu berat bila dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh mereka (Vonarya, 2007).

- c. Prosedur yang Rumit dan Lama: Prosedur pendaftaran merek dirasa terlalu lama dan persyaratannya rumit (Vonarya, 2007). Meskipun Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual telah memperkenalkan sistem elektronik daring, menyederhanakan proses bagi individu UMKM untuk mendaftarkan hak merek mereka masing-masing (Krisnamurti, 2021), namun masih ada asumsi bahwa prosedur pendaftaran HKI memerlukan waktu yang terlalu lama atau rumit (Makbul, et al., 2023).
- d. Kendala dalam aspek ini disebabkan oleh terbatasnya alokasi anggaran serta kurangnya tenaga ahli di bidang Hak Kekayaan Intelektual (HKI), terutama yang berfokus pada pendaftaran merek. Kondisi tersebut berdampak pada minimnya kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya perlindungan merek bagi pelaku usaha sektor kuliner. Akibatnya, informasi yang diterima pelaku usaha sering kali tidak lengkap, tidak akurat, dan kurang jelas, sehingga kesadaran mereka terhadap pentingnya perlindungan hukum atas merek masih rendah (Gunawan, & Putra, 2023).
- e. Tidak Merasa Perlu: Beberapa pelaku usaha sektor kuliner menganggap pendaftaran merek bukanlah hal yang utama, sebab selama para konsumen mampu mengenali produknya dengan baik dan proses perdagangan pelaku usaha sektor kuliner tetap terjaga dengan baik. Maka hal ini dirasa sudah cukup tanpa harus mendaftarkan merek produknya (Gunawan, & Putra, 2023).

Upaya Mengatasi Hambatan:

- a. Penyuluhan dan Sosialisasi: Pemerintah dapat mengadakan penyuluhan dan sosialisasi, serta memberikan fasilitas pembiayaan untuk pendaftaran merek (Gunawan, & Putra, 2023).
- b. Fasilitas Pembiayaan: Dirjen KI memberikan perlakuan khusus bagi industri ekonomi kreatif dalam mendukung industri ekonomi kreatif untuk mendaftarkan merek yakni dengan memberikan perbedaan harga registrasi yang lebih murah dibandingkan dengan pelaku usaha umum (& Samosir, 2018).
- c. Kerjasama Antar Lembaga: Kerja sama antara Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Ditjen KI) Kementerian Hukum dan HAM dengan Kementerian Koperasi dan UMKM bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, serta pemanfaatan sistem Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya dalam bidang merek dagang, di kalangan pelaku ekonomi kreatif. Kolaborasi ini juga diarahkan untuk mewujudkan ekosistem ekonomi kreatif yang berorientasi pada HKI, sekaligus memperkuat koordinasi dan sinergi antarinstansi dalam mendukung perlindungan dan pengembangan usaha berbasis kekayaan intelektual (Betlehn & Samosir, 2018).
- d. Pendaftaran Merek Kolektif: Pendaftaran merek kolektif industri ekonomi kreatif dapat menyederhanakan penyelesaian permintaan pendaftaran, menghemat biaya, waktu, dan tenaga bagi para pengusaha khususnya pelaku ekonomi kreatif (Betlehn & Samosir, 2018).

Pembahasan ini menekankan bahwa pendaftaran merek memiliki peranan penting bagi pelaku usaha kuliner, tidak hanya sebagai bentuk perlindungan hukum, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing di pasar. Namun demikian, masih terdapat berbagai kendala yang perlu diselesaikan melalui sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Susilo, Rafianti, dan Fitrianto (2025) yang menggarisbawahi bahwa keberhasilan penegakan hukum tidak semata ditentukan oleh keberadaan regulasi, melainkan juga oleh tingkat kesadaran hukum masyarakat dalam menerapkannya. Dalam ranah usaha kuliner, rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pendaftaran merek menjadi salah satu faktor utamanya.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perlindungan hukum terhadap pendaftaran merek dalam usaha kuliner dengan studi kasus *Bakso Hebat Mataram* di Pekanbaru, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Perlindungan Hukum dalam Pendaftaran Merek

Pendaftaran merek merupakan langkah fundamental yang memberikan perlindungan hukum eksklusif kepada pemilik usaha. Indonesia menganut prinsip first to file, yaitu hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Hal ini berarti merek yang tidak didaftarkan tidak memiliki kekuatan hukum untuk melindungi pemiliknya, meskipun telah lama digunakan dalam perdagangan. Pendaftaran merek juga menempatkan pelaku usaha pada posisi yang lebih kuat karena memiliki bukti autentik berupa sertifikat merek yang dapat dipergunakan dalam perjanjian bisnis, kontrak lisensi, maupun penyelesaian sengketa hukum.

Selain memberikan perlindungan hukum, pendaftaran merek juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Merek terdaftar dapat menjadi aset tidak berwujud (intangible asset) yang dapat dievaluasi, dijadikan dasar perjanjian waralaba, lisensi, bahkan diagunkan ke lembaga keuangan. Dengan demikian, merek tidak sekadar simbol dagang, tetapi juga instrumen bisnis strategis yang mampu meningkatkan daya saing UMKM di era global.

2. Konsekuensi Hukum Apabila Merek Tidak Didaftarkan

Usaha kuliner yang tidak mendaftarkan mereknya akan menghadapi konsekuensi hukum dan operasional yang cukup berat. Pertama, kehilangan hak eksklusif, sehingga pemilik usaha tidak dapat melarang pihak lain untuk menggunakan merek yang sama atau serupa. Kedua, kerentanan terhadap praktik peniruan dan pemalsuan, di mana pihak lain dengan mudah dapat mendaftarkan merek tersebut terlebih dahulu dan diakui sebagai pemilik sah. Ketiga, pemilik merek yang tidak terdaftar tidak dapat mengajukan gugatan hukum, baik perdata maupun pidana, karena perlindungan represif hanya berlaku untuk merek yang telah terdaftar.

Lebih lanjut, konsekuensi lain adalah risiko kehilangan reputasi dan kepercayaan konsumen. Jika merek ditiru dengan kualitas produk lebih rendah, maka konsumen akan mengaitkan kekecewaan tersebut dengan merek asli. Hal ini berdampak langsung pada loyalitas pelanggan. Selain itu, usaha yang tidak mendaftarkan mereknya akan mengalami hambatan serius dalam pengembangan usaha, misalnya kesulitan membuat kontrak lisensi atau waralaba, keterbatasan akses pembiayaan, serta ketidakjelasan status hukum usaha.

Kasus *Wingko Babat* di Semarang dan *Geprek Bensu* di Jakarta membuktikan bahwa pendaftaran merek adalah faktor penentu dalam sengketa hukum. Produsen *Wingko Babat* yang telah mendaftarkan mereknya merasa lebih tenang karena memiliki dasar hukum yang jelas, sementara yang tidak mendaftar merasa rentan terhadap gugatan. Begitu pula dengan *Geprek Bensu*, di mana Mahkamah Agung memenangkan pihak yang lebih dahulu mendaftarkan merek, meskipun pemilik usaha lain merasa sebagai pencetus asli. Hal ini menegaskan bahwa hukum Indonesia tidak melindungi sekadar “pemakaian” merek, tetapi hanya “pendaftaran” merek.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha Kuliner (UMKM maupun Usaha Besar)

- Pelaku usaha perlu meningkatkan kesadaran hukum dengan menjadikan pendaftaran merek sebagai prioritas sejak awal pendirian usaha.
- Pendaftaran merek harus dipandang sebagai investasi jangka panjang, bukan sekadar beban administrasi.
- Dengan merek terdaftar, pelaku usaha dapat mengembangkan model bisnis melalui lisensi, waralaba, dan kerjasama dengan investor, serta menjaga reputasi merek dari risiko peniruan.

2. Bagi Pemerintah dan Regulator (DJKI, Kemenkop, dan Kemenkumham)

- Pemerintah perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi hukum mengenai pentingnya

- pendaftaran merek kepada pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner. Sosialisasi harus dilakukan secara berkelanjutan dengan bahasa sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat kecil.
- b. Perlu adanya penyederhanaan prosedur pendaftaran melalui sistem digital yang lebih transparan dan efisien, serta memperluas akses layanan DJKI ke daerah-daerah.
 - c. Pemerintah juga dapat memberikan subsidi biaya pendaftaran atau program khusus “pendaftaran merek UMKM” dengan tarif ringan, sehingga hambatan biaya tidak lagi menjadi alasan bagi pelaku usaha untuk tidak mendaftarkan mereknya.
3. Bagi Akademisi dan Praktisi Hukum
- a. Akademisi dan praktisi hukum diharapkan berperan aktif memberikan pendampingan hukum bagi UMKM dalam memahami prosedur pendaftaran merek.
 - b. Perguruan tinggi dapat mengembangkan program pengabdian masyarakat dengan tema perlindungan HKI, sehingga mahasiswa hukum maupun bisnis dapat terlibat langsung membantu UMKM.
 - c. Praktisi hukum (advokat, notaris, konsultan HKI) sebaiknya membuka akses layanan konsultasi yang lebih terjangkau bagi pelaku usaha kecil.
4. Bagi Asosiasi UMKM dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)
- a. Asosiasi UMKM dapat membantu anggotanya melakukan pendaftaran kolektif untuk menekan biaya, waktu, dan tenaga.
 - b. LSM di bidang hukum dapat berperan sebagai fasilitator untuk menjembatani pelaku usaha dengan pemerintah maupun lembaga keuangan dalam rangka memperkuat perlindungan merek.
5. Upaya Kolaboratif
- a. Perlindungan merek tidak bisa hanya dibebankan kepada individu pelaku usaha. Perlu adanya sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, organisasi UMKM, lembaga keuangan, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan sadar hukum.
 - b. Konsep ekonomi kreatif berorientasi HKI harus digalakkan, sehingga produk kuliner lokal tidak hanya dikenal di dalam negeri tetapi juga mampu bersaing di pasar internasional dengan dukungan merek yang terlindungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, H. Y., & Sugiarto, A. L. (2023). Urgensi Pendaftaran Merek Terhadap Makanan Tradisional Di Era Ekonomi Digital. *The Juris*, 7(1), 250-256.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia. *Jurnal Law and Justice*, 3(1), 3-11.
- Gunawan, G., & Putra, E. R. M. (2023). 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(1), 891-898.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia. [IPEF Ministerial Meeting Resmi Ditutup, Pertemuan Lanjutan Segera Dilakukan untuk Mendorong Manfaat Nyata bagi Indonesia dan Kawasan Indo-Pasifik - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia](#)
- Krisnamurti, H. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Bagi Pelaku Usaha Kecil. *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum*, 20(4), 58-68.
- Ismaidar, I., & Annur, R. M. (2023). Politik Hukum Dalam Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 6126-6134.
- Makbul, M., Makhrus, M., & Fathaniyah, L. (2023). Upaya peningkatan kesadaran hukum melalui pendaftaran merek bagi pelaku usaha kecil menengah berbasis mahasiswa. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 47-55.



- Pemerintah Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999. [UU No. 8 Tahun 1999](#)
- Pemerintah Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016. [UU No. 20 Tahun 2016](#)
- Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. (2023). *Metode Penelitian Hukum (Normatif dan Empiris)*. Penerbit Widina.
- Sembiring, G. M. R., Tarigan, W. W., Tarigan, C. Y., & Fitrianto, B. (2025). PERLINDUNGAN DAN PEMANFAATAN HKI OLEH UMKM. *Quantum Juris: Jurnal Hukum Modern*, 7(3).
- Siregar, A. R. M., Fikri, R. A., Siregar, M. A., & Amini, N. (2023, April). Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan Sebagai Alternatif dalam Menyelesaikan Sengketa yang Terjadi Antar Masyarakat. In *Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)* (pp. 489-495).
- Susilo, J., & Rafianti, F. (2025). Peran Serikat Pekerja dalam Pembuatan Perjanjian Kerja Bersama: Tinjauan atas Praktik di Sumatera Utara. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 4(3), 154-159.
- Tua, W. R., Roito, B. C., Suryana, T. M. F., Akbar, K. N., Rahmawati, A. A., & Solapari, N. (2025). Sengketa Perlindungan Hak Cipta Merek Dagang: Studi Kasus Perselisihan Antara Geprek Benu vs I am Geprek Benu. *Wathan: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1), 31-51.
- Vonarya, V. (2007). *PERLINDUNGAN HUKUM ATAS MEREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001 TENTANG MEREK (STUDI TERHADAP PRODUK MAKANAN KHAS-WINGKO BABAT DI KOTA SEMARANG)* (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).