

**ANALISIS PERLINDUNGAN HAK MEREK DAN PERAN MEREK UNTUK  
MEMBANGUN CITRA BISNIS PADA SUATU USAHA**

Rizqiyah Aini Rahmawati, Amanda Fitria Najwa, Dimas Dwi Nugroho, Galih Yoserizal Iqbal  
Program Studi Hukum Universitas Tidar

Email: [ainirizqiyah80@gmail.com](mailto:ainirizqiyah80@gmail.com), [mandafn369@gmail.com](mailto:mandafn369@gmail.com), [dimas.dwi003@gmail.com](mailto:dimas.dwi003@gmail.com),  
[galihyoserizaliqbal77@gmail.com](mailto:galihyoserizaliqbal77@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perlindungan hak merek di Indonesia merupakan aspek hukum kekayaan intelektual yang dapat memberikan perlindungan hukum pada suatu usaha di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan pada data dan sumber dari buku dan jurnal terkait, bertujuan untuk menganalisis dan memahami peran merek untuk memperkuat citra bisnis pada suatu usaha. Perlindungan hukum atas pelanggaran merek dalam pasal 76 ayat 1 undang undang Republik Indonesia No 15 tahun 2001 berlaku apabila terdapat pelanggaran merek tetapi belum didaftarkan. Di sisi lain merek berperan penting sebagai representasi identitas dan kualitas produk, yang dapat membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat citra bisnis dalam pasar yang kompetitif. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman mengenai pentingnya perlindungan hak merek serta strategi yang tepat untuk memaksimalkan potensi merek dalam mendukung keberhasilan bisnis.

**kata kunci :** *Perlindungan hak merek, UU NO15/2001, Citra bisnis*

**ABSTRACT**

*Brand rights protection in Indonesia is an aspect of intellectual property law that can provide legal protection to a business in Indonesia. This research uses qualitative methods based on data and sources from related books and journals, aiming to analyze and understand the role of brands in strengthening the business image of a business. Legal protection for trademark infringement in Article 76 paragraph 1 of Law of the Republic of Indonesia No. 15 of 2001 applies if there is a trademark infringement but it has not been registered. On the other hand, brands play an important role as a representation of product identity and quality, which can build consumer trust and strengthen the business image in a competitive market. It is hoped that the results of this research will provide an understanding of the importance of protecting brand rights as well as appropriate strategies for maximizing brand potential in supporting business success.*

**Keywords:** *Brand rights protection, Law NO15/2001, Business image*

**Article History**

Received: November 2024  
Reviewed: November 2024  
Published: November 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :  
10.8734/CAUSA.v1i2.365

**Copyright : Author**

**Publish by : CAUSA**



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

**LATAR BELAKANG**

Perlindungan terhadap hak cipta, hak merek, dan aspek hukum lainnya semakin krusial, memerlukan pemahaman yang lebih mendalam serta adaptasi untuk menghadapi tantangan baru di era globalisasi. Perkembangan merek dagang di Indonesia semakin beragam, didukung oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin modern. Kemajuan ini memberikan peluang bagi berbagai merek untuk lebih dikenal luas oleh masyarakat.

Merek merupakan elemen penting dalam Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), yang berfungsi untuk mengidentifikasi barang atau produk serta mendukung kegiatan produksi, pemasaran, dan periklanan. Keberadaan merek yang berkualitas atau memiliki reputasi baik sering menjadi aset berharga dalam dunia komersial, terutama dengan meningkatnya penggunaan e-commerce. Merek tidak hanya membantu memperkuat identitas produk, tetapi juga berkontribusi dalam menentukan harga dan meningkatkan nilai produk, menjadikannya lebih bernilai di pasar.

Merek memiliki peran penting dalam memperkuat citra dan identitas suatu usaha, karena merek menjadi penanda unik yang membedakan produk atau jasa sebuah bisnis dari pesaingnya. Di Indonesia, perlindungan hak atas merek diatur untuk memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dan melindungi dari penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Upaya hukum terhadap perlindungan hak merek mencakup pendaftaran merek, pengawasan, hingga penegakan hukum bagi pelanggaran merek. Dengan perlindungan yang kuat, pemilik merek dapat menjaga reputasi, mencegah kerugian, dan memastikan merek mereka menjadi aset berharga yang mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Dalam praktiknya, pelanggaran terhadap hak merek yang terdaftar sering terjadi, termasuk tindakan persaingan tidak sehat, pemalsuan, atau penggunaan merek tanpa izin, yang menjadi tantangan bagi integritas merek tertentu. Hal ini juga mendorong kepatuhan terhadap ketentuan dalam perjanjian TRIPs. Pada tahun 2001, Undang-Undang tentang Merek diperbarui dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Perubahan terbaru terjadi dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan Indikasi Geografis). Sepanjang perkembangannya, regulasi merek telah mengalami transformasi untuk memenuhi standar internasional sebagaimana diatur dalam perjanjian TRIPs, sehingga menciptakan kerangka hukum yang lebih komprehensif dan relevan dengan kemajuan hak kekayaan intelektual di era modern.

Situasi ini dapat terjadi ketika sebuah logo yang telah didaftarkan sebagai merek bersamaan dengan pihak lain yang juga mengajukan pendaftaran untuk hak kepemilikannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016, yang relevan di era globalisasi saat ini. Pengusaha mikro seharusnya mulai menyadari pentingnya memberikan nama pada usaha mereka sekaligus mendaftarkannya ke Dirjen HAKI. Tanpa pendaftaran, usaha mereka berpotensi menghadapi masalah di masa depan terkait keamanan merek produk. Persaingan yang ketat dan maraknya pembajakan nama usaha dapat menimbulkan kerugian, termasuk ketidakmampuan mengajukan gugatan di pengadilan karena mereknya tidak terdaftar. (Pangestu & Wibowo, 2022,)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif data yang digunakan berupa data hasil studi kepustakaan maupun internet serta data-data penunjang lainnya. Sebagai penggambaran pada semua data dan subjek atau objek dalam suatu penelitian dan setelahnya bisa dilakukan analisis guna dalam melakukan pemecahan masalah yang ada untuk mendapatkan informasi yang konkrit serta mendapatkan manfaat dalam ilmu pengetahuan.

## **TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui upaya hukum dan melindungi dari pelanggaran seperti pemalsuan atau penggunaan tanpa izin, serta menjaga reputasi dan nilai ekonomi merek tersebut. Perlindungan ini juga bertujuan menciptakan persaingan usaha yang sehat dan memastikan bahwa merek dagang dapat menjadi aset strategis yang mendukung keberlanjutan bisnis. Di sisi lain, merek memiliki peran vital dalam memperkuat citra bisnis, karena merek tidak hanya menjadi identitas suatu produk atau layanan, tetapi juga mencerminkan kualitas, kepercayaan, dan nilai tambah yang dapat menarik loyalitas pelanggan serta meningkatkan daya saing usaha di pasar.

## **RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana upaya hukum terhadap perlindungan hak merek di Indonesia?
2. Bagaimana peran merek untuk memperkuat citra bisnis dari suatu usaha?

## PEMBAHASAN

### **Bagaimana upaya hukum terhadap perlindungan hak merek di Indonesia**

Merek merupakan salah satu anggota dari kekayaan intelektual, kekayaan intelektual diberikan perlindungan oleh UU No 15/2001 mengenai Merek. Salah satu penjaminan terhadap persaingan usaha dan juga meningkatkan pelayanan bagi para konsumen adalah dengan adanya peran merek. Salah satu pendaftaran merek ini dilakukan dengan tidak adanya plagiasi dari barang lain dan didaftarkan dengan itikad baik tanpa ada keinginan untuk melakukan pemalsuan terhadap ciri cirinya. Dengan cara ini menjadi upaya untuk melindungi suatu merek dari suatu perusahaan dagang tertentu. Di dalam undang-undang No 15/2001 di dalamnya terdapat upaya dalam memberikan perlindungan hukum untuk setiap seseorang yang mempunyai hak pemegang merek tersebut. Adanya sistem first to file di Indonesia yang menjadikan seseorang yang mendaftarkan pertama kali adalah yang menjadi pemegang hak tersebut. Upaya yang dapat dilakukan adalah upaya preventif dimana upaya ini disebut juga dengan upaya pencegahan dimana upaya ini menegaskan pada pengawasan dalam memakai merek merek tersebut. Dan di Indonesia adanya pengaturan bahwa merek yang akan didaftarkan tidak boleh ada yang mengandung suatu unsur agama, yang bertentangan dengan undang-undang, tidak adanya perbedaan dengan suatu produk yang lain, mengandung unsur agama dan juga sudah menjadi milik dari masyarakat umum.

Selanjutnya ada unsur represif dimana unsur represif ini adalah unsur untuk menyelesaikan suatu kasus yang sudah terjadi, upaya ini berlaku jika suatu pelanggaran merek namun mereknya belum didaftarkan tapi sudah mendapatkan perlindungan hukum yang diatur dalam pasal 76 ayat 1 undang-undang merek yang dimaksud sebagai seseorang yang mengajukan gugatan kepada pihak yang lainnya yang menggunakan suatu ciri tertentu terhadap miliknya diberikan perlindungan hukum. Merek adalah suatu ciri yang diberikan untuk sebagai pembeda dari barang yang lainnya, dengan ciri-ciri tertentu seperti logo, warna dan juga huruf-huruf dan juga gambar yang di campur dengan unsur-unsur lain. Perlindungan merek bisa didapatkan dengan cara mendaftarkan terlebih dahulu suatu ciri tertentu tersebut dan kemudian didaftarkan sehingga dapat memperoleh hak terhadap merek tersebut. Namun untuk mendaftarkan perlindungan merek harus dilakukan pendaftaran lebih dahulu dan mendapatkan hak terhadap merek tersebut. Dalam mendapatkan hak terhadap merek tidak dibatasi dalam pengajuannya. Dapat dilakukan juga dengan beberapa orang atau perseorangan. Dalam hal jangka waktu, dalam perlindungan hak merek jangka waktu dapat diberikan secara permanen namun pemegang hak merek harus memperpanjang hak merek 2 bulan sebelum merek tersebut habis jangka waktunya. Suatu sengketa yang diputus dalam pengadilan niaga dapat dilakukan upaya hukum kasasi agar dapat mempercepat penyelesaian sengketa.

Dalam hal adanya tuntutan pidana terhadap suatu merek dapat dilakukan pelaporan pidana melalui delik aduan namun dengan prinsip bahwa perilaku tersebut sangat merugikan pemegang merek tersebut dan harus melaporkan dahulu terhadap penyidik sebelum adanya proses tuntutan (Adolf, 2006). Perlindungan merek tidak hanya diatur dalam undang-undang nasional saja, namun undang-undang merek juga diatur dalam undang-undang hukum internasional. Dikarenakan pentingnya peraturan mengenai perlindungan bagi kekayaan intelektual.

Beberapa peraturan tentang merek yang ada di Indonesia

1. PP RI No 22/2018 mengenai pendaftaran merek secara internasional
2. UU No 20/2016 tentang keterkaitan peraturan pada merek.
3. PP RI No 90/2019 tentang komisi banding merek
4. PP RI No 28/2009 tentang jenis serta tarif penerimaan negara yang tidak merupakan pajak yang diberlakukan di Kemenkumham
5. PP RI No 24/1993 tentang kelas produk untuk mendaftarkan merek
6. Keputusan Dirjen HKI No HKI-02.KI.06.01/17 tentang ketetapan format pada formulir permohonan pendaftaran merek
7. PP RI No 67/2016 tentang pendaftaran merek

Namun dari banyaknya peraturan yang mengenai hak merek belum ada sanksi yang diatur terhadap pelaku pelanggaran sehingga dengan hal ini para pelaku yang melakukan plagiasi atau melakukan suatu tindakan yang tidak sesuai dengan undang undang yang berlaku tidak merasa jera jika melakukan tindakan plagiasi terhadap hak merek (Falarungi, Thalib & Pasamai, 2020).

Faktor yang menghambat adanya upaya perlindungan hukum terhadap suatu pelanggaran merek adalah tidak adanya informasi terhadap pelaku usaha dikarenakan proses pendaftaran hak merek yang memakan banyak waktu yaitu 3 bulan untuk mendaftarkan merek, dan adanya kesulitan bagi para pelaku usaha untuk mengetahui kapan waktu kadaluarsa mereknya sehingga saat ingin mendaftarkan mereknya (Dirdjosisworo, 2006) , merek tersebut sudah didaftarkan oleh orang lain. Para pemegang hak merek sulit untuk melihat pelanggaran dikarenakan banyaknya merek yang tidak didaftarkan dan mencantumkan identitas (Balqis, & Santosob 2020). Pengawasan terhadap merek dirasa kurang, direktorat jenderal pajak sering mendaftarkan merek yang sudah ada sebelumnya.

### **Bagaimana manfaat merek dalam membangun citra bisnis dari suatu usaha**

Merek adalah salah satu hal yang penting dalam membangun citra dari suatu bisnis dimana pada bidang perdagangan merek digunakan sebagai strategi dari pemasaran yang dianggap kuat dan efektif, dimana merek dapat membuat produk yang satu dengan yang lainnya berbeda dan memiliki nilai yang beda dengan adanya suatu merek. Dalam hal ini konsumen dapat membedakan antara produk yang satu dengan yang satunya. Dan adanya perbedaan ini membuat suatu produk dapat memiliki perbedaan walaupun berada di kelas yang sama. Merek dapat didaftarkan oleh pemilik guna mendapatkan lindungan hukum yang diberikan oleh negara, setelah merek didaftarkan tentu saja orang lain tidak boleh untuk memiliki merek yang sama. Dikarenakan merek hanya bisa digunakan oleh si pendaftar merek. Sehingga merek ini memiliki peran yang cukup penting dalam dunia perdagangan yang berfungsi sebagai pembeda antara identitas jasa dan produk. Merek juga dinilai sebagai bentuk kreatifitas pemilik yang dapat dihargai dengan materi sehingga bernilai ekonomi yang memberikan keuntungan bagi pemiliknya. Dikarenakan pentingnya merek dalam bidang ekonomi maka negara memberikan perlindungan dengan adanya Undang Undang Merek, yang memberikan perlindungan bagi yang mempunyai merek dan sudah mendaftarkan merek untuk menguasai, menggunakan, dan mengambil suatu kemanfaatan yang timbul dari merek tersebut.

Merek juga dapat dikatakan sebagai aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan dimata investor membutuhkan suatu perlindungan hukum maka danya merek yang ada di luar dan dalam negeri. Dirjen HKI Departemen hukum dan hak asasi manusia dan menjalin kerja sama bersama (Husnulwati,2020) Japan international company agency yang dijelaskan mengenai fungsi dari pemakaian merek yaitu sebagai tanda untuk mengenali dan memberikan perbedaan terhadap hasil produksi yang dilakukan oleh seseorang atau dilakukan secara bersama sama dengan badan hukum atau produsen lainnya, merek juga berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan, merek berfungsi sebagai jaminan terhadap konsumen bahwa produk yang dibuat merupakan produk yang bagus, dan merek juga dapat menunjukkan barang tersebut berasal dari daerah mana (Firmansyah, 2019).

Dalam beberapa hal penting merek berfungsi sebagai suatu bentuk pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dan akan memberikan citra yang baik terhadap perusahaan kedepannya. Dikarenakan merek akan membuat para pembeli merasakan kepuasan terhadap produk atau jasa yang diberikan sehingga konsumen akan menggunakan produk dan memakai jasa di kemudian hari dan akan memberitahukan orang lain terhadap kepuasan yang didapatkan dari merek tertentu. Dengan adanya minat konsumen yang banyak maka akan mendatangkan banyak investor yang percaya terhadap merek tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa merek akan memberikan manfaat bagi produsen konsumen dan investor juga yang dijelaskan oleh anang firmansyah dimana merek memberikan manfaat seperti konsumen dapat memberikan rekomendasi terhadap orang lain untuk membeli dan menggunakan jasa tertentu yang akan meningkatkan penjualan (Ariani, 2020).

Perusahaan harus dapat memberikan perlakuan yang baik terhadap merek sehingga dapat membangun citra perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan suatu peningkatan penjualan dan citra perusahaan semakin kuat dengan menggunakan cara menciptakan kesan yang dapat disampaikan kepada konsumen agar konsumen selalu mengingat merek tersebut, melakukan sebuah promosi yang dapat membangun citra merek tersebut sehingga konsumen tertarik untuk membeli dan setia terhadap produk tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Perlindungan hak merek di Indonesia berperan krusial dalam memberikan kepastian hukum kepada pemilik merek serta mencegah pelanggaran seperti pemalsuan, persaingan tidak sehat, dan penggunaan tanpa izin. Dengan adanya perlindungan ini, pemilik merek dapat menjaga reputasi produk dan nilai ekonomisnya, menjadikan merek sebagai aset strategis dalam pengembangan bisnis.

Merek memiliki peran penting dalam membangun citra positif bagi suatu bisnis, karena tidak hanya berfungsi sebagai penanda identitas produk, tetapi juga mewakili kepercayaan, kualitas, dan inovasi. Keberadaan merek yang kuat memungkinkan perusahaan meningkatkan loyalitas konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meraih keunggulan kompetitif di tengah ketatnya persaingan. Namun, meskipun aturan hukum mengenai perlindungan merek telah tersedia Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek penerapannya masih menghadapi berbagai kendala, terutama bagi pelaku UMKM. Banyak pengusaha kecil belum menyadari pentingnya melakukan pendaftaran merek secara resmi, sehingga rentan terhadap masalah seperti pembajakan, sengketa hukum, dan hilangnya hak perlindungan terhadap merek mereka di masa depan.

Kesadaran akan pentingnya perlindungan hak merek perlu ditingkatkan, terutama di kalangan pelaku UMKM. Selain itu, Pemerintah perlu meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi dalam proses pendaftaran merek, melalui layanan digital yang lebih terintegrasi dan biaya yang terjangkau seperti kolaborasi antara pemerintah, asosiasi bisnis, dan pelaku usaha perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem perlindungan hak merek yang kondusif dan mendukung pertumbuhan usaha di Indonesia.

Regulasi terkait perlindungan hak merek perlu terus disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan dinamika pasar global, termasuk pengawasan ketat terhadap pelanggaran merek di platform digital dan Pelaku usaha harus lebih proaktif dalam mendaftarkan merek dagang mereka ke Direktorat Jenderal HAKI untuk menghindari potensi sengketa di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adolf, H. *Hukum Perdagangan Internasional*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, CV. Penerbit Qiara media, Surabaya, 2019
- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 2(2), 205- 221
- Dirdjosisworo, S. (2006). *Pengantar Hukum Dagang Internasional*, Bandung: PT. Rafika Aditama
- Dorothea Wahyu Ariani, "Pengantar Bisnis", PT Gramedia, Tangerang, 2020
- Falarungi, W., Thalib, H., & Pasamai, S. (2020). Penegakan Hukum Terhadap Penjualan Pakaian Merek Palsu Di Pasar Senteral Kota Makassar. *Journal of Lex Philosophy (JLP)*, 1(2), 151- 162.
- Pangestu, N. P., & Wibowo, B. S. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK MEREK DAN KONSUMEN TERHADAP BARANG TIRUAN DI E-COMMERCE. *JURNAL HUKUM, POLITIK DAN ILMU SOSIAL (JHPIS)*, 1(2).
- Sri Husnulwati, *Pemanfaatan Merek Untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Jurnal Media Wahana Ekonomika, Volume 9 Nomor 1, April 2020