

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK DAGANG: SOLUSI BAGI PELAKU UMKM DI KOTA PAREPARE

¹Rustam Magun Pikhahulan, ²St. Cheriah Rasyid, ³Mutiah Suci Madani

¹²³Institut Agama Islam Negeri Parepare

¹rustammagunpikhahulan@iainpare.ac.id, ²Sittichaeriahrasyid@iainpare.ac.id,

³mutiasucimadani@iainpare.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi perlindungan hukum terhadap merek dagang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare. UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian lokal, tetapi rendahnya kesadaran akan pentingnya pendaftaran merek dagang menjadi tantangan utama. Penelitian ini menggunakan metode normatif-empiris, dengan wawancara semi-terstruktur sebagai sumber data primer dan analisis dokumen hukum sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan utama adalah ketidaktahuan prosedur, persepsi biaya mahal, dan pandangan bahwa perlindungan merek hanya penting untuk usaha besar. Solusi yang diusulkan meliputi edukasi melalui pelatihan, pendampingan legal, dan peningkatan aksesibilitas melalui sistem e-filing yang lebih sederhana dan terjangkau. Perlindungan merek terbukti memberikan hak eksklusif, mencegah persaingan tidak sehat, dan meningkatkan daya saing produk lokal. Dukungan pemerintah melalui subsidi dan program bantuan sangat diperlukan untuk memaksimalkan potensi UMKM. Penelitian ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga hukum dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kondusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Perlindungan hukum, merek dagang, UMKM.

Abstract

This research explores legal protection for trademarks of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Parepare City. MSMEs play a vital role in the local economy, but the low awareness of the importance of trademark registration poses a significant challenge. The study employs a normative-empirical method, using semi-structured interviews as the primary data source and legal document analysis as secondary data. The findings reveal that the main obstacles are a lack of knowledge about procedures, the perception of high costs, and the view that trademark protection is only relevant for large businesses. Proposed solutions include education through training, legal assistance, and improving accessibility via simpler and more affordable e-filing systems. Trademark protection has been proven to provide exclusive rights, prevent unfair competition, and enhance the competitiveness of local products. Government support through subsidies and assistance programs is essential to maximize the potential of MSMEs. This research emphasizes the importance of collaboration among the government, business actors, and legal institutions in creating a more conducive and sustainable business ecosystem.

Keywords: Legal protection, trademark, MSMEs.

A. Pendahuluan

Berdasarkan data dari Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare pada tahun 2023 mencapai 16.370 unit (parepos.fajar.co.id, 2023). Sementara itu, laporan lain menyebutkan bahwa jumlah UMKM di kota ini diperkirakan mencapai 17.000 unit, dengan mayoritas bergerak di bidang kuliner dan jasa. Perbedaan angka tersebut mungkin disebabkan oleh perbedaan metode pengumpulan data atau periode waktu yang berbeda. Namun, secara umum, data tersebut menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam jumlah UMKM di Kota Parepare. Pertumbuhan ini didukung oleh berbagai inisiatif pemerintah, seperti kemudahan perizinan, subsidi permodalan melalui Kredit Usaha Rakyat, pelatihan kewirausahaan, dan promosi produk lokal.

Peningkatan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal. UMKM tidak hanya menjadi motor penggerak utama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat (parepos.fajar.co.id, 2023). Sebagai sektor yang mampu menyerap tenaga kerja lokal dalam jumlah besar, UMKM membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat di berbagai lapisan. Selain itu, kehadiran UMKM juga berperan dalam mendiversifikasi sumber pendapatan ekonomi kota, menciptakan

stabilitas yang lebih kuat di tengah tantangan ekonomi global. Di sisi lain, UMKM juga memiliki pengaruh besar terhadap pengembangan sektor pariwisata. Banyak produk lokal, seperti makanan khas, kerajinan tangan, dan layanan jasa, yang dihasilkan oleh UMKM telah menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Parepare.

Ketidaktahuan tentang pendaftaran merek dagang sering menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam melindungi hak kekayaan intelektual mereka. Banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya mendaftarkan merek dagang sebagai langkah strategis untuk melindungi identitas bisnis mereka. Akibatnya, mereka rentan terhadap risiko penggunaan merek oleh pihak lain tanpa izin, yang dapat merugikan secara finansial maupun reputasi. Selain itu, ketidaktahuan ini sering kali disebabkan oleh minimnya informasi atau pemahaman terkait prosedur dan manfaat pendaftaran merek dagang. Beberapa pelaku usaha menganggap prosesnya rumit, memakan waktu, atau membutuhkan biaya yang besar. Padahal, pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum yang kuat, sehingga pemilik merek memiliki hak eksklusif untuk menggunakan atau melisensikan merek tersebut. Hal ini juga membantu mencegah konflik hukum di masa depan akibat klaim merek oleh pihak lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Andi Sumarni, yang

merupakan salah satu pelaku UMKM di Kota Parepare beliau menyampaikan bahwa, sejak awal di menjual makanan dan minuman yang diolah sendiri, tidak ada pemahaman beliau tentang merek dagang (Andi Sumarni, 2024). Walaupun minuman dan makanan olahan yang beliau buat dengan olahan sendiri, tapi tidak ada rencananya untuk mendaftarkan merek dagangnya tersebut. Beliau mengkonfirmasi bahwa, selain ketidakthuan tentang merek dagang terdapat pemikiran yang beranggapan bahwa proses pendaftaran merek dagang memakan waktu yang cukup lama dan biaya yang mahal. Berdasar dari anggapan tersebut maka, produk makanan dan minuman yang dijual oleh sebagian UMKM di Kota Parepare tidak memiliki merek dagang.

Permasalahan pendaftaran merek dagang menjadi tantangan utama bagi pelaku UMKM di Kota Parepare. Banyak pelaku usaha yang kurang menyadari pentingnya merek dagang sebagai bentuk perlindungan hukum atas identitas produk atau jasa mereka. Ketidaktahuan ini sering kali diperburuk oleh anggapan bahwa proses pendaftaran merek dagang rumit, mahal, dan memakan waktu lama. Akibatnya, banyak UMKM yang beroperasi tanpa perlindungan hukum yang memadai, sehingga rentan terhadap risiko seperti pencurian merek, peniruan produk, atau perselisihan hukum. Banyak pelaku usaha yang belum menyadari pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum atas identitas produk atau jasa mereka. Ketidaktahuan ini sering kali diperburuk oleh anggapan bahwa proses pendaftaran merek dagang rumit, mahal, dan memakan waktu lama. Akibatnya, banyak UMKM yang beroperasi tanpa perlindungan hukum

yang memadai, sehingga rentan terhadap risiko seperti pencurian merek, peniruan produk, atau perselisihan hukum.

Perlindungan hukum terhadap merek dagang merupakan elemen vital dalam mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, merek dagang menjadi salah satu aset strategis yang tidak hanya memberikan identitas, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa (Huda & Jannah, 2021a). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang kurang memahami pentingnya pendaftaran merek dagang sebagai bentuk perlindungan hukum atas hak kekayaan intelektual mereka. Ketidaktahuan ini sering kali mengakibatkan risiko seperti pelanggaran hak cipta, penggunaan merek tanpa izin, hingga pencurian identitas produk yang dapat merugikan pelaku usaha. Selain itu, tidak adanya perlindungan hukum terhadap merek dagang membuat UMKM rentan terhadap perselisihan hukum, yang tidak hanya memengaruhi reputasi, tetapi juga keberlanjutan usaha mereka.

Dalam Islam, perlindungan terhadap merek dagang merupakan bagian dari menjaga hak kepemilikan (*haqq al-milkiyyah*) dan mewujudkan keadilan (*al-'adalah*) dalam aktivitas ekonomi. Merek dagang dianggap sebagai hasil kreativitas yang dilindungi dari penjiplakan, sesuai prinsip larangan penipuan (*gharar*) dan perbuatan zalim (*dhulm*). Islam juga mengajarkan pentingnya kejujuran (*as-shidq*) dalam perdagangan, sehingga pelaku usaha wajib menjaga integritas mereknya. Selain itu, perlindungan ini mendorong kemaslahatan (*maslahah*) dengan

memastikan hak produsen dan konsumen terpenuhi. Dalam hukum Islam, menjaga merek dagang adalah bagian dari amanah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab.

Pemerintah dan institusi terkait diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi tentang pentingnya merek dagang serta mempermudah proses pendaftaran merek bagi pelaku UMKM, mengingat proses administrasi yang sering dianggap rumit dan memakan biaya. Di Kota Parepare, UMKM memainkan peran signifikan dalam perekonomian lokal, sehingga memberikan perlindungan hukum terhadap merek dagang mereka merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Dengan memahami dan menerapkan perlindungan hukum, UMKM di Parepare tidak hanya mampu mempertahankan identitas mereka, tetapi juga menciptakan inovasi produk yang lebih berkelanjutan. Upaya ini dapat dilakukan melalui pendekatan edukasi, pelatihan, serta pendampingan dalam proses pendaftaran merek dagang. Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap merek dagang tidak hanya menjadi solusi untuk masalah hukum yang ada, tetapi juga pendorong utama bagi kemajuan UMKM di Kota Parepare dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

Perlindungan hukum terhadap merek dagang merupakan elemen fundamental dalam mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare, khususnya dalam menghadapi tantangan era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin dinamis. Merek dagang bukan hanya sekadar simbol atau nama, melainkan aset strategis yang menjadi

identitas suatu produk atau jasa di tengah pasar yang kompetitif. Melalui merek dagang, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan konsumen, menciptakan loyalitas, dan memperluas jangkauan pasar (Nelsa & Hasanah, 2023). Namun, kesadaran pelaku UMKM di Kota Parepare terhadap pentingnya pendaftaran merek dagang sebagai bentuk perlindungan hukum atas hak kekayaan intelektual mereka masih tergolong rendah.

Ketidakhahaman ini berpotensi merugikan UMKM, baik secara hukum maupun ekonomi. Dalam banyak kasus, pelaku UMKM menghadapi ancaman pencurian identitas produk, plagiarisme merek, atau penggunaan nama tanpa izin oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab (Rusmadina et al., 2023). Akibatnya, reputasi usaha mereka dapat terancam, yang pada gilirannya memengaruhi keberlanjutan usaha. Selain itu, tanpa perlindungan hukum yang memadai, UMKM juga sulit bersaing dengan merek-merek besar yang telah memiliki posisi kuat di pasar. Proses pendaftaran merek dagang sering kali dianggap rumit dan mahal, sehingga menjadi hambatan bagi sebagian pelaku usaha kecil untuk melindungi merek mereka secara legal (Melo et al., 2023).

Pendaftaran merek dagang adalah langkah penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare untuk melindungi identitas bisnis mereka. Namun, berbagai masalah masih dihadapi, mulai dari kurangnya kesadaran hingga hambatan administratif. Untuk itu, diperlukan pendekatan proaktif dari pemerintah dan pihak terkait dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya perlindungan hukum merek dagang. Edukasi, sosialisasi, dan

pendampingan yang terintegrasi dapat membantu UMKM memahami manfaat jangka panjang dari pendaftaran merek dagang. Dengan perlindungan hukum yang kuat, UMKM di Kota Parepare dapat lebih percaya diri mengembangkan produk mereka, meningkatkan daya saing, dan menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Hal ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga mempersiapkan UMKM untuk menghadapi tantangan pasar global.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif-empiris. Pendekatan normatif dalam penelitian hukum menekankan pada kajian dokumen atau bahan hukum yang bersifat teoritis (Yanova et al., 2023). Fokus utamanya adalah pada norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, doktrin, atau asas hukum. Pendekatan normatif digunakan untuk mengkaji perlindungan hukum terhadap merek dagang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, khususnya yang relevan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan empiris dalam penelitian hukum mengacu pada pengumpulan data langsung dari lapangan untuk memahami bagaimana hukum diimplementasikan atau diterapkan dalam praktik (Yanova et al., 2023). Pendekatan empiris dilakukan untuk memahami implementasi perlindungan hukum tersebut dalam praktik sehari-hari di Kota Parepare.

Sumber data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM di Kota Parepare, pejabat Dinas Koperasi dan UMKM, serta pihak terkait, seperti konsultan merek. Data sekunder berasal dari literatur hukum, jurnal, buku, peraturan perundang-undangan, dokumen resmi, serta laporan yang relevan dengan perlindungan hukum terhadap merek dagang. Data primer dikumpulkan

melalui wawancara semi-terstruktur dengan panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya (Jonandi Effendi, 2018). Teknik ini memungkinkan penggalian informasi yang mendalam dan fleksibel. Observasi lapangan juga dilakukan untuk memahami konteks operasional pelaku UMKM di Kota Parepare. Data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumen, termasuk analisis peraturan, dokumen hukum, dan laporan terkait perlindungan merek dagang.

Data dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif. Analisis deskriptif-kualitatif adalah metode analisis data yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena berdasarkan data kualitatif yang telah dikumpulkan, seperti wawancara, dokumen, atau observasi (Adiyanta, 2019). Metode ini tidak hanya memaparkan data, tetapi juga memberikan interpretasi terhadap data tersebut untuk menemukan pola, tema, atau makna tertentu. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi diinterpretasikan secara sistematis untuk menemukan pola-pola atau tema yang relevan dengan perlindungan hukum terhadap merek dagang bagi pelaku UMKM. Analisis terhadap data sekunder dilakukan untuk menghubungkan temuan empiris dengan kerangka hukum yang ada, serta untuk menilai kesesuaian dan implementasi kebijakan perlindungan merek dagang di Kota Parepare.

C. Pembahasan/ Hasil Penelitian

1. Kerangka Hukum Perlindungan Merek Dagang di Indonesia

Perlindungan merek dagang di Indonesia didasarkan pada kerangka hukum yang berfungsi untuk melindungi hak eksklusif pemilik merek serta memberikan kepastian

hukum bagi pelaku usaha. Kerangka hukum ini mencakup berbagai peraturan, undang-undang, dan lembaga yang berperan dalam pendaftaran, perlindungan, dan penegakan hukum atas pelanggaran merek dagang. Dasar hukum utama

perlindungan merek di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek). UU ini menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dan mempertegas mekanisme perlindungan, pendaftaran, serta penyelesaian sengketa terkait merek dagang. Dalam undang-undang ini, merek diartikan sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, seperti gambar, nama, kata, huruf, angka, kombinasi warna, atau kombinasi unsur-unsur tersebut, yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa (Maulana, 2020).

Undang-undang merek memberikan landasan hukum bagi perlindungan merek sebagai kekayaan intelektual yang berperan penting dalam dunia perdagangan. Menurut Pasal 1 ayat (1) UU Merek, merek adalah tanda yang dapat berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang berfungsi untuk membedakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh satu pihak dari pihak lain (Dewi et al., 2020). Prinsip "first to file" yang diatur dalam Pasal 3 menegaskan bahwa hak merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Ini menunjukkan pentingnya pendaftaran sebagai langkah preventif untuk memperoleh perlindungan hukum. Ahli hukum kekayaan intelektual, Huala Adolf, menyatakan bahwa pendaftaran merek memberikan hak eksklusif yang tidak hanya melindungi pemilik merek dari pelanggaran, tetapi juga memberikan kepastian hukum dalam bisnis (Matompo, 2020).

Perlindungan merek dagang di Indonesia merupakan bagian penting

dari upaya menciptakan ekosistem bisnis yang sehat, memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek, sekaligus memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha (Dina Eka Shofiana et al., 2023). Kerangka hukum perlindungan merek dagang bertujuan melindungi reputasi merek, mencegah persaingan usaha tidak sehat, dan mendorong inovasi serta kreativitas. Pelanggaran merek diatur dalam Pasal 100 UU Merek, yang menyebutkan bahwa penggunaan tanpa izin atas merek terdaftar dapat dikenakan pidana penjara hingga lima tahun dan/atau denda maksimal Rp 2 miliar. Pendekatan hukum ini memperlihatkan upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum yang kuat terhadap pemilik merek (Raihana, Syafruddin, et al., 2023).

UU Merek memberikan definisi merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, baik berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, kombinasi warna, maupun kombinasi elemen-elemen tersebut, yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa dari satu pelaku usaha dengan yang lain (Syah et al., 2023). Hak eksklusif atas merek hanya diberikan kepada pemilik merek yang telah mendaftarkannya melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), sehingga pendaftaran menjadi langkah vital dalam memperoleh perlindungan hukum. Menurut pakar hukum kekayaan intelektual, Prof. Ahmad M. Ramli, Pendaftaran merek tidak hanya memberikan perlindungan hukum, tetapi juga menciptakan nilai ekonomi bagi pemilik merek. Dalam konteks perdagangan global, perlindungan merek yang kuat merupakan elemen kunci untuk bersaing secara internasional (Azizah et al., 2023).

Pendaftaran merek adalah

langkah penting untuk memperoleh perlindungan hukum. Merek dagang harus didaftarkan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Pendaftaran memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek untuk menggunakan mereknya dalam kegiatan perdagangan (Widiaswari, 2020). Hal ini juga memungkinkan pemilik merek untuk mengambil tindakan hukum terhadap pihak lain yang menggunakan merek tersebut tanpa izin. Proses pendaftaran merek diatur dengan jelas dalam UU Merek, mulai dari pengajuan permohonan, pemeriksaan formalitas, pemeriksaan substantif, hingga pengumuman publik. Apabila tidak ada keberatan dari pihak lain, merek akan disahkan dan diberikan sertifikat. Hak eksklusif ini berlaku selama 10 tahun dan dapat diperpanjang (Nasir, 2020).

Selain itu, kerangka hukum ini juga melibatkan perlindungan terhadap pelanggaran merek. UU Merek memberikan landasan untuk menindak tegas pelanggaran merek, seperti penggunaan merek yang identik atau menyerupai tanpa izin, yang dapat membingungkan konsumen. Pemilik merek dapat mengajukan gugatan secara perdata untuk meminta ganti rugi atau memproses pelanggaran melalui jalur pidana. Sanksi pidana atas pelanggaran merek meliputi denda dan penjara, sebagaimana diatur dalam UU Merek (Tumanggor et al., 2022). UU ini mengatur mekanisme pendaftaran, perlindungan, dan penegakan hukum atas pelanggaran merek dagang. Menurut Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Freddy Harris, Perlindungan merek dagang yang kuat tidak hanya melindungi pemiliknya tetapi juga konsumen dari potensi kebingungan dan kerugian akibat

produk palsu (Milyardi, 2022).

Indonesia merupakan anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) dan telah meratifikasi perjanjian *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS), yang mewajibkan negara anggota untuk memberikan perlindungan terhadap merek dagang sesuai standar internasional (Raihana, Lina, et al., 2023). Di tingkat regional, Indonesia turut terlibat dalam *ASEAN Framework Agreement on Intellectual Property Cooperation* untuk memperkuat perlindungan hak kekayaan intelektual di kawasan. Di sisi lain, peran lembaga seperti DJKI sangat penting dalam implementasi kerangka hukum ini. DJKI tidak hanya mengurus pendaftaran merek, tetapi juga memfasilitasi mediasi dan penyelesaian sengketa merek. Selain itu, Mahkamah Agung dan Pengadilan Niaga memiliki yurisdiksi dalam menyelesaikan kasus pelanggaran merek dan sengketa kekayaan intelektual (Melo et al., 2023).

Kerangka hukum perlindungan merek dagang di Indonesia terus berkembang untuk menyesuaikan diri dengan dinamika perdagangan global. Pemerintah juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pendaftaran merek sebagai bagian dari upaya perlindungan kekayaan intelektual (Nelsa & Hasanah, 2023). Dengan kerangka hukum yang kuat, diharapkan pemilik merek dapat menjalankan usahanya dengan lebih aman, dan iklim bisnis di Indonesia menjadi lebih kompetitif serta kondusif. Menurut Agus Sardjono, pakar hukum kekayaan intelektual dari Universitas Indonesia, menyoroti peran penting pendaftaran merek dalam memberikan kepastian hukum. Ia menyatakan bahwa Merek dagang adalah aset tak berwujud yang

dapat meningkatkan nilai perusahaan. Proses pendaftaran merek di DJKI menjadi krusial untuk menjamin hak eksklusif dan mengurangi risiko perselisihan hukum (Pramono et al., 2023).

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa meskipun kerangka hukum perlindungan merek dagang di Indonesia sudah cukup kuat, pelaksanaannya masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu masalah utama adalah kurangnya kesadaran pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) tentang pentingnya mendaftarkan merek mereka (Anshary et al., 2024a). Banyak pelaku UKM yang tidak memahami manfaat pendaftaran merek untuk melindungi produk mereka dari peniruan atau pemalsuan. Akibatnya, mereka rentan terhadap klaim dari pihak lain yang lebih dulu mendaftarkan merek serupa.

Kasus pelanggaran merek masih sering terjadi, terutama di sektor makanan dan minuman, serta produk elektronik. Produk palsu atau imitasi sering kali menggunakan merek terkenal untuk menarik konsumen, yang tidak hanya merugikan pemilik merek tetapi juga membahayakan konsumen karena kualitas produk yang tidak terjamin (Wibowo, 2023). Data dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) menunjukkan peningkatan jumlah laporan pelanggaran merek setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), pada tahun 2023, DJKI menerima 35 laporan pengaduan terkait pelanggaran hak kekayaan intelektual, termasuk merek dagang (Udytama & Mei Antari, 2023).

Kasus-kasus sengketa merek dagang yang mencuat ke publik, seperti sengketa antara Gojek dan Tokopedia

dengan PT Terbit Financial Technology terkait nama "GoTo", menunjukkan bahwa pelanggaran merek masih menjadi isu signifikan di Indonesia. Kasus lain yang menyoroti masalah ini adalah sengketa antara Ruben Onsu dan Benny Sujono mengenai merek "Geprek Bensu", yang menyoroti pentingnya pendaftaran dan perlindungan merek dagang. Salah satu kasus menonjol adalah sengketa antara PT Wilmar Padi Indonesia dan PT Lumbung Padi Indonesia (LPI). PT LPI melaporkan PT Wilmar Padi Indonesia atas dugaan penggunaan merek dagang "PETANI INDONESIA HEBAT" tanpa izin, dengan klaim kerugian mencapai Rp5,5 triliun (Rusmadina et al., 2023).

2. Tantangan dan Solusi Perlindungan Merek Dagang bagi UMKM di Kota Parepare

Berdasarkan data yang diambil dari PAREPOS.FAJAR.CO.ID, data terkini menunjukkan jumlah UMKM di Kota Parepare diperkirakan mencapai 17.000. hampir seluruhnya bergerak di bidang kuliner dan jasa. Dalam rangka mendorong pertumbuhan UMKM, pemerintah kota Parepare dan pemerintah pusat telah memberikan berbagai bentuk dukungan. Dukungan mulai dari kemudahan perizinan, subsidi permodalan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan kewirausahaan, serta promosi produk lokal. Beberapa unit kerja pemerintah yang terlibat aktif dalam pengembangan UMKM di Parepare adalah Dinas Ketenagakerjaan, UMKM dan Koperasi, serta Balai Latihan Kerja (parepos.fajar.co.id, 2023).

Berdasarkan data diatas pertumbuhan UMKM di Kota Parepare mengalami perkembangan yang positif karena mendapat dukungan dari

Pemerintah. Akan tetapi, disisi lain yang menjadi tantangan bagi pelaku UMKM maupun Pemerintah adalah terkait dengan perlindungan merek dagang dari pelaku UMKM yang ada di Kota Parepare. Data yang didapat dari bapak Ridwan Basso (Usaha Warung Kopi) menyatakan bahwa, kurangnya pengetahuan tentang pentingnya perlindungan merek membuat kami belum memprioritaskan itu, apalagi fokus kami lebih pada operasional harian (Ridwan Basso (Usaha Warung Kopi), 2024). Selain itu beliau menyampaikan bahwa, banyak UMKM yang merasa merek mereka belum cukup besar untuk dilindungi, jadi mereka menunda-nunda.

Hasil wawancara dari dengan bapak Ilham Yusuf (Usaha Souvenir), beliau menyampaikan bahwa kami merasa perlindungan merek tidak begitu penting karena usaha ini masih kecil, tapi kami khawatir jika nanti ada yang meniru produk kami (Ilham Yusuf (Usaha Souvenir), 2024). Beliau juga menyampaikan, ada rasa takut jika kami tidak mendaftarkan merek, tetapi waktu yang dibutuhkan untuk proses pendaftaran terasa lama dan membingungkan.

Berdasarkan dari dua keterangan responden diatas dapat disimpulkan bahwa tantangan perlindungan hukum bagi merek dagang UMKM di Kota Parepare adalah sebagai berikut:

- 1) Kurangnya pengetahuan tentang pentingnya perlindungan merek dagang bagi pelaku UMKM
- 2) Pelaku UMKM merasa bahwa usaha mereka belum pantas untuk dilindungi sehingga tidak perlu didaftarkan
- 3) Pelaku UMKM beranggapan bahwa pendaftaran merek dagang memakan waktu yang cukup lama dan membutuhkan biaya yang

mahal.

Berdasarkan pada tiga poin tantangan perlindungan merek dagang bagi pelaku UMKM di Kota Parepare diatas maka, yang dibuthkan adalah Solusi terhadap tantangan tersebut. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM tentang pentingnya perlindungan merek dagang dapat diatasi melalui tiga pendekatan utama: edukasi, pendampingan, dan aksesibilitas. Pertama, edukasi menjadi langkah awal yang penting. Pemerintah dan lembaga terkait dapat mengadakan seminar, pelatihan, dan webinar untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai manfaat perlindungan merek dagang, seperti melindungi identitas produk, meningkatkan daya saing, dan mencegah pemalsuan (Anshary et al., 2024b).

Kedua, pendampingan personal harus diperkuat. UMKM sering kali kesulitan dalam proses administrasi dan biaya pendaftaran merek. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan langsung dari konsultan bisnis atau lembaga hukum untuk membantu proses pendaftaran merek dagang secara efektif dan efisien. Ketiga, aksesibilitas terhadap informasi dan layanan pendaftaran merek harus diperluas. Platform digital dapat dimanfaatkan untuk menyediakan layanan pendaftaran merek dagang yang mudah diakses, termasuk informasi tentang biaya, prosedur, dan manfaatnya (Anshary et al., 2024b). Program subsidi atau diskon biaya pendaftaran juga dapat diterapkan untuk mendorong UMKM yang memiliki keterbatasan finansial.

Philip Kotler dalam Marketing Management menekankan bahwa merek dagang tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga

membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen (Sheilindry, 2021). Perlindungan merek memungkinkan UMKM untuk meningkatkan nilai produk dan memperluas pasar dengan kepercayaan yang lebih besar dari konsumen. Menurut Susantono, pentingnya perlindungan merek dagang bertujuan untuk melindungi hak kekayaan intelektual. Dia berpendapat bahwa kebijakan proaktif pemerintah melalui penyederhanaan prosedur pendaftaran merek dagang sangat penting untuk mendukung UMKM memahami dan memanfaatkan perlindungan hukum. Oleh karena itu, dukungan Pemerintah Kota Parepare sangat penting untuk mengatasi permasalahan ketidaktahuan terkait perlindungan merek dagang dari pelaku UMKM di Kota Parepare.

Pelaku UMKM sering kali merasa bahwa usaha mereka masih terlalu kecil atau belum cukup signifikan untuk mendapatkan perlindungan merek dagang. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, setiap pihak yang memiliki niat untuk menggunakan merek dalam kegiatan perdagangan berhak mendaftarkan merek dagangnya, tanpa memandang skala usaha. Perspektif hukum ini menunjukkan bahwa pendaftaran merek tidak dibatasi oleh ukuran usaha, melainkan didasarkan pada niat pemilik untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan komersial (Hendra et al., 2023).

Menurut Suyud Margono, perlindungan merek merupakan langkah strategis yang penting bagi semua pelaku usaha, termasuk UMKM. Merek dagang memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya, mencegah pihak lain menggunakan merek yang sama atau serupa yang dapat

membingungkan konsumen (Diana et al., 2024). Selain itu, merek dagang memiliki nilai ekonomi karena dapat menjadi aset bisnis yang berharga, misalnya sebagai jaminan untuk mendapatkan pembiayaan. Dengan demikian, persepsi bahwa usaha kecil tidak memerlukan perlindungan adalah keliru. Bahkan, perlindungan sejak awal berdirinya usaha sangat disarankan untuk melindungi keberlanjutan usaha di masa mendatang (Wardah et al., 2023).

Terkait dengan permasalahan UMKM yang sering menganggap bahwa proses pendaftaran merek dagang terlalu rumit, memakan waktu lama, dan membutuhkan biaya tinggi. Pendaftaran merek di Indonesia telah mengalami kemajuan signifikan dalam hal efisiensi dan kemudahan prosedur, khususnya melalui penerapan sistem digital (Budiman et al., 2021). Perubahan ini bertujuan untuk mendukung pelaku usaha, termasuk UMKM, agar lebih mudah melindungi merek dagang mereka. Salah satu terobosan penting adalah penerapan e-filing yang diatur dalam Peraturan Menteri Hukum dan HAM No. 67 Tahun 2016. Sistem e-filing memungkinkan pelaku usaha untuk mendaftarkan merek mereka secara daring tanpa perlu datang langsung ke kantor Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Proses ini mempercepat penyelesaian administrasi karena semua tahapan dapat dilakukan secara elektronik, mulai dari pengisian formulir hingga pembayaran biaya pendaftaran. Selain itu, penerapan sistem digital ini secara langsung mengurangi biaya operasional yang sebelumnya dibutuhkan, seperti biaya transportasi atau dokumen cetak (Udytama & Mei Antari, 2023). Dalam

konteks ini, sistem e-filing juga meningkatkan transparansi dan akurasi data karena semua informasi terintegrasi dalam satu platform. Langkah ini merupakan wujud komitmen pemerintah untuk mendorong pelaku usaha, khususnya UMKM, agar lebih sadar akan pentingnya perlindungan merek. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku usaha kini memiliki akses lebih mudah untuk melindungi identitas dan daya saing produk mereka di pasar.

Menurut Susantono, persepsi biaya tinggi muncul karena kurangnya informasi mengenai subsidi dan pendampingan yang tersedia untuk UMKM. Oleh karena itu, pemerintah daerah atau asosiasi usaha harus menyediakan program bantuan hukum atau subsidi biaya pendaftaran merek dagang bagi pelaku UMKM. Tanpa pendaftaran merek dagang, UMKM berisiko kehilangan identitas merek mereka atau terjebak dalam sengketa hukum yang jauh lebih mahal (Putri Dwi Rahayu et al., 2024). Pasal 27 ayat (1) Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM mengamanatkan bahwa pemerintah, baik pusat maupun daerah, wajib memberikan pendampingan kepada UMKM, termasuk dalam aspek legalitas usaha. Kemudian dalam Pasal 61 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa pemerintah dapat memberikan keringanan biaya pendaftaran merek bagi kelompok tertentu, termasuk UMKM.

Oleh karena itu sebagai Solusi bagi UMKM di Kota Parepare, pemerintah daerah atau asosiasi usaha perlu menyediakan program bantuan hukum atau subsidi biaya pendaftaran merek dagang. Langkah ini bertujuan untuk

melindungi hak kekayaan intelektual UMKM, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang No. 13 Tahun 2016 tentang Kekayaan Intelektual. Prof. Sudaryatmo menegaskan bahwa pendaftaran merek bukan hanya soal administrasi, tetapi juga bentuk perlindungan hukum untuk keberlanjutan usaha. Dengan demikian, penyediaan subsidi atau pendampingan adalah langkah strategis untuk memberdayakan UMKM, menciptakan keadilan ekonomi, dan mendorong daya saing mereka di pasar (Agusta, 2021).

3. Perlindungan Hukum terhadap Merek Dagang dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Dalam pandangan hukum ekonomi syariah, merek dagang memiliki nilai strategis sebagai bentuk amanah (*trust*) yang diemban oleh pelaku usaha (Maryandi, 2019). Amanah ini melibatkan tanggung jawab moral dan hukum untuk melindungi merek dagang dari penyalahgunaan yang dapat merugikan pihak lain. Menurut Prof. Muhammad Syafi'i Antonio, merek dagang tidak hanya mencerminkan identitas komersial tetapi juga mencerminkan integritas pengusaha dalam menjaga nilai-nilai syariah, seperti kejujuran (*sidq*) dan keadilan (*'adl*) (Yusniar, 2022).

Merek dagang merupakan salah satu elemen strategis dalam dunia bisnis modern. Tidak hanya sebagai identitas perusahaan, merek dagang juga menjadi simbol reputasi, kepercayaan, dan nilai suatu produk atau jasa di mata konsumen. Dalam konteks hukum ekonomi syariah, perlindungan terhadap merek dagang tidak hanya dilihat dari aspek legalitas, tetapi juga dari nilai keadilan, kebermanfaatannya, dan prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya (Huda & Jannah, 2021a).

Dalam Islam perlindungan merek dagang relevan dengan larangan melakukan tindakan yang mengarah pada kecurangan (*tadlis*) atau manipulasi. Jika seseorang menggunakan merek dagang tanpa izin, tindakan tersebut termasuk dalam kategori ghasab atau mengambil hak orang lain secara tidak sah, yang jelas dilarang dalam Islam (Musyarri, 2022). Selain itu, perlindungan merek dagang juga memastikan kompetisi yang sehat di pasar, yang sesuai dengan prinsip hisbah dalam Islam. Hisbah menekankan pentingnya pengawasan untuk menjaga keadilan dalam perdagangan.

Hukum ekonomi syariah menekankan pentingnya menjaga masalah (kemaslahatan umum) dalam setiap aktivitas ekonomi. Perlindungan merek dagang dapat dilihat sebagai bagian dari upaya menciptakan masalah ini. Menurut Dr. Ahmad Azhar Basyir, perlindungan terhadap merek dagang harus didasarkan pada prinsip-prinsip berikut (Huda & Jannah, 2021):

- 1) Prinsip Amanah dan Tanggung Jawab
Perlindungan merek dagang

D. Kesimpulan

1. Kerangka hukum perlindungan merek dagang di Indonesia dirancang untuk memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek, melindungi identitas produk, dan meningkatkan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Dasar hukum utama adalah Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menggantikan UU sebelumnya dan mempertegas prinsip "*first to file*." Pendaftaran merek melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) memberikan perlindungan hukum, nilai ekonomi, dan mencegah

mencerminkan amanah yang diemban oleh pengusaha untuk menjaga kualitas dan keaslian produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini relevan dengan hadis Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa seorang pedagang yang jujur dan terpercaya akan ditempatkan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada di akhirat.

2) Prinsip Larangan Dlarar (Kerugian)

Dalam syariah, setiap tindakan yang dapat merugikan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, dilarang. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek dagang menjadi penting untuk mencegah pihak lain dari tindakan pelanggaran yang dapat menimbulkan kerugian ekonomi dan moral.

3) Prinsip Transparansi dan Keadilan

Hukum ekonomi syariah menuntut adanya transparansi dalam transaksi bisnis. Perlindungan terhadap merek dagang membantu menciptakan transparansi ini dengan memastikan bahwa konsumen mendapatkan produk asli sesuai dengan ekspektasi mereka.

2. Solusi terhadap pelanggaran merek dagang di Kota Parepare dapat dilakukan melalui edukasi, pendampingan, dan aksesibilitas. Edukasi dapat dilakukan dengan kegiatan pelatihan dan seminar pelanggaran seperti peniruan atau penggunaan tanpa izin. Dengan kerangka hukum yang kuat dan dukungan pemerintah, diharapkan perlindungan merek dagang dapat menciptakan ekosistem bisnis yang sehat, meningkatkan daya saing, dan mendukung keberlanjutan usaha di tengah tantangan perdagangan global.

memberikan pemahaman tentang manfaat perlindungan merek, seperti melindungi identitas produk dan meningkatkan daya saing. Selain itu, pendampingan oleh konsultan atau lembaga hukum membantu UMKM menjalani proses administrasi dengan lebih mudah. Pemerintah Kota Parepare harus melakukan sosialisasi terkait sistem digital seperti e-filing yang mempermudah pendaftaran merek secara daring, mengurangi biaya, dan meningkatkan transparansi. Pemerintah juga diharapkan menyediakan subsidi atau program bantuan untuk mendukung UMKM dalam melindungi hak kekayaan

intelektual mereka.

3. Perlindungan hukum terhadap merek dagang dalam perspektif hukum ekonomi syariah bukan hanya soal legalitas, tetapi juga soal moralitas dan keadilan. Dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah seperti amanah, keadilan, dan transparansi, perlindungan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pemilik merek tetapi juga bagi masyarakat secara umum. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini demi terciptanya ekosistem bisnis yang sehat dan beretika sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Referensi

- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(4). <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>
- Agusta, M. (2021). Perlindungan Atas Merek Dagang Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *DATIN LAW JURNAL*, 2(1).
- Andi Sumarni. (2024, November 13). *Hasi Wawancara Pada Tanggal 13 September 2024*.
- Anshary, M. R., Isradjuningtiyas, A. C., & Lekosono, A. B. (2024a). Kajian Terhadap Upaya Perlindungan Hukum Preventif terhadap Merek Dagang di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *HUMANIORUM*, 1(4). <https://doi.org/10.37010/hmr.v1i4.33>
- Anshary, M. R., Isradjuningtiyas, A. C., & Lekosono, A. B. (2024b). Kajian Terhadap Upaya Perlindungan Hukum Preventif terhadap Merek Dagang di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *HUMANIORUM*, 1(4). <https://doi.org/10.37010/hmr.v1i4.33>
- Azizah, L. N., Suparnyo, S., & Alladuniah, M. A. (2023). KESADARAN HUKUM DALAM MENDAFTARKAN MEREK TENUN TROSO DI DESA TROSO MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS. *Jurnal Suara Keadilan*, 23(2). <https://doi.org/10.24176/sk.v23i2.9504>
- Budiman, A., Nurwati, N., & Lukmanul hakim, A. (2021). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK DAGANG PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) PANGAN DI KABUPATEN BOGOR. *DE'RECHTSSTAAT*, 7(1). <https://doi.org/10.30997/jhd.v7i1.4183>
- Dewi, I. C., Palar, M. R. A., & Amirulloh, M. A. (2020). HARMONISASI PENGATURAN PERLINDUNGAN LOGO MENURUT HUKUM MEREK DAN HAK CIPTA DALAM PERSPEKTIF PERBANDINGAN DI INDONESIA DAN THAILAND. *Rechtidee*, 15(2). <https://doi.org/10.21107/ri.v15i2.8257>
- Diana, L. M., Dewi, S. U., & Jaya, F. H. (2024). Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Merek Dagang. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.31334/jks.v6i2.3554>
- Dina Eka Shofiana, Yahya Ashari, Herin Mawarti, & Chandra Sukma A. (2023). Pendampingan Pembuatan Hak Kekayaan Intelektual Peserta Krenova Kabupaten Jombang. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 3(1). <https://doi.org/10.33086/snpm.v3i1.1291>
- Hendra, M., Sitanggang, S. S., Naibaho, S. A., & Octavia, V. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMILIK MEREK TERDAFTAR PADA SENGKETA DAGANG PEREBUTAN

- MEREK (STUDI KASUS PUTUSAN PENGADILAN NOMOR: 57/PDT.SUS-MEREK/2019/PN NIAGA). *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 5(1). <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v5i1.2671>
- Huda, N., & Jannah, R. (2021a). PERLINDUNGAN HAK MEREK DAGANG MENURUT HUKUM ISLAM. *SUHUF*, 24.
- Huda, N., & Jannah, R. (2021b). PERLINDUNGAN HAK MEREK DAGANG MENURUT HUKUM ISLAM. *SUHUF*, 24.
- Iham Yusuf (Usaha Souvenir). (2024, November 14). *Hasil Wawancara 14 September 2024*.
- Jonandi Effendi, J. I. (2018). Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris. Depok : Prenandamedia Goup.
- Maryandi, Y. (2019). SANKSI PELANGGARAN HAK CIPTA MENURUT HUKUM PIDANA ISLAM DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA. *Tahkim (Jurnal Peradaban Dan Hukum Islam)*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/tahkim.v2i2.5113>
- Matompo, O. S. (2020). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL ATAS PEMBAJAKAN DI INDONESIA. *Legal Standing : Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1). <https://doi.org/10.24269/ls.v2i1.2941>
- MAULANA, A. F. (2020). Perlindungan Hukum Merek Dagang Dan Merek Kolektif Tenun Ikat Troso Menurut Undang-Undang Merek Dan Indikasi Geografis. *Skripsi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang*.
- Melo, I. J., Mesra, R., & Saroinsong, S. J. R. (2023). Kajian Sosiologi Hukum terhadap Peredaran Merek Dagang di Indonesia. *JURNAL PARADIGMA : Journal of Sociology Research and Education*, 4(2). <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v4i2.7925>
- Milyardi. (2022). Upaya Hukum yang Dilakukan oleh Penerima Lisensi Merek Dagang dari Pelanggaran Lisensi di Indonesia. *Jurnal Notarius*, 1(2).
- Musyari, F. A. (2022). Konsepsi Hak Cipta Ditinjau dari Distribusi Kekayaan Menurut Teori Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 3(2). <https://doi.org/10.56370/jhlg.v3i2.182>
- Nasir, T. K. (2020). Perlindungan Merek Aqua Terhadap Pelanggaran Kata Aqua oleh Produk Air Mineral Kemasan Lain. *National Conference on Law Studies*, 2(1).
- Nelsa, F., & Hasanah, U. (2023). Penyelesaian Sengketa Rahasia Dagang Di Indonesia Ditinjau. *Al' Adl: Jurnal Hukum*, 15(2).
- parepos.fajar.co.id. (2023, December 4). UMKM Tumbuh, Perekonomian Kota Parepare Meningkatkan. <https://Parepos.Fajar.Co.Id/2023/12/Umkm-Tumbuh-Perekonomian-Kota-Parepare-Meningkat/>, 1.
- Pramono, D., Wijaya, G. A., & Zulkarnain, A. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK YANG SAH AKIBAT MARAKNYA PEMALSUAN MEREK. *SUPREMASI: Jurnal Pemikiran, Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Hukum Dan Pengajarannya*, 18(1). <https://doi.org/10.26858/supremasi.v18i1.45334>
- Putri Dwi Rahayu, Amelia, Elvyani Permatasari, Firnando Sinaga, Windi Edriani, & Mustaqim. (2024). ANALISA KASUS SENKETA PLAGIASI MEREK DAGANG MS GLOW DAN PS GLOW DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO 20 TAHUN 2016. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 1(2). <https://doi.org/10.61787/jnx1py97>
- Raihana, R., Lina, L., Nasution, AK., & Adri, M. (2023). Eksistensi Pengaturan Hak Cipta di Indonesia. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5).
- Raihana, Syafruddin, Welli, D., & Sugiharto. (2023). Analisis Yuridis Pengaturan Tentang Hak Cipta Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2).
- Ridwan Basso (Usaha Warung Kopi). (2024, November 14). *Hasil Wawancara 14 September 2024*.
- Rusmadina, F. P., Kurniawan, & Wisudawan, I. G. A. (2023). Implementasi Perlindungan Hukum Merek Dagang Bagi UMKM. *Commerce Law*, 3(2). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i2.3256>
- Sheilindry, I. (2021). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang. *Simbur Cahaya*, 28(2). <https://doi.org/10.28946/sc.v28i2.1317>
- Syah, F., Firmanto, A. A., Matinouva, R. A., & Sari, N. (2023). Penyuluhan Urgensi Aspek Hukum Merek Packaging dan Kesehatan Pada UMKM di Bandar Lampung (Produk Olahan Singkong). *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 6(10). <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i10.12058>
- Tumanggor, D. B., Saidin, O., Leviza, J., & Sukarja, D. (2022). Kepastian Hukum Perlindungan Merek

- Dagang Terkenal Dalam Persaingan Industri Consumer Goods (Study Kasus Gudang Garam VS Gudang Baru). *Engineering and Technology International Journal*, 4(03). <https://doi.org/10.55642/eatij.v4i03.248>
- Udytama, I. W. W., & Mei Antari, K. (2023). AKIBAT HUKUM BAGI PELAKU USAHA LESLIE AURIC YANG TIDAK MENDAFTARKAN HAK MEREK DAGANG DALAM KEGIATAN USAHA. *Jurnal Yustitia*, 17(2). <https://doi.org/10.62279/yustitia.v17i2.1129>
- Wardah, S. W., Rinanda Patra Mei Tanjung, & Sri Wahyuni. (2023). SOSIALISASI PENTINGNYA PENDAFTARAN HAK MEREK DAGANG BAGI UMKM DI DESA SUNGAI LUAR, KEC. BATANG TUAKA, KAB. INDRAGIRI HILIR-RIAU. *Jurnal Karya Abdi*, 4(1). <https://doi.org/10.32520/karyaabdi.v4i1.2507>
- Wibowo, S. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK DAGANG TERDAFTAR DENGAN PENERAPAN PRINSIP FIRST TO FILE TERHADAP PIHAK LAIN (STUDI KASUS PUTUSAN MA NOMOR 161K/PDT.SUS-HKI/2023). *Jurnal Hukum Caraka Justitia*, 3(2). <https://doi.org/10.30588/jhcj.v3i2.1675>
- Widiaswari, R. A. (2020). Perlindungan Kue Tradisional Bali dalam Perspektif Kekayaan Intelektual. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(3). <https://doi.org/10.24843/jmhu.2020.v09.i03.p09>
- Yanova, M. hendri, Komarudin, P., & Hadi, H. (2023). Metode Penelitian Hukum: Analisis Problematika Hukum Dengan Metode Penelitian Normatif Dan Empiris. *Badamai Law Journal Magister Hukum Universitas Lambung Mangkurat*, 8(2).
- Yusniar, Y. (2022). Tinjauan Kepemilikan Merek dalam Perspektif Islam. *Jurnal Mediasas : Media Ilmu Syari'ah Dan Ahwal Al-Syakhsyiyah*, 5(1). <https://doi.org/10.58824/mediasas.v5i1.374>