

IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP MEREK DAGANG AYAM GEPREK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO.20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**Anisa Magfira Taha¹, Radini, M.H.²**

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Terbuka

Email : anisamagfira2628@gmail.com¹, radini@lecturer.unri.ac.id²**Abstrak**

Perlindungan *hak kekayaan intelektual* (HKI) terhadap merek dagang ayam geprek menjadi sangat penting di tengah pertumbuhan pesat usaha kuliner di Indonesia. Merek dagang tidak hanya meliputi nama dan logo, tetapi juga elemen kreatif seperti desain kemasan dan materi promosi yang orisinal yang dilindungi oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi perlindungan HKI terhadap merek dagang ayam geprek berdasarkan Undang-Undang tersebut serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapannya. Metode yang digunakan adalah *yuridis normatif* dengan analisis deskriptif kualitatif terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hak merek memberikan dasar hukum kuat bagi pelaku usaha dalam melindungi elemen visual merek dagang ayam geprek, namun implementasinya masih terkendala oleh rendahnya kesadaran hukum, hambatan administratif, dan lemahnya penegakan hukum. Rekomendasi diberikan untuk meningkatkan sosialisasi dan penegakan hukum agar perlindungan HKI dapat berjalan optimal. **Kata Kunci:** Hak Merek, Implementasi, Kendala, Merek Dagang, Perlindungan

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

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/).

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan kompleks (Power & Reid, 2021). Salah satu aset terpenting bagi sebuah perusahaan adalah merek dagang atau *trademark*, yang berfungsi sebagai identitas unik dan penanda kualitas produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen. Merek dagang tidak hanya menjadi alat promosi semata, tetapi juga mencerminkan reputasi, kepercayaan, serta nilai ekonomi yang dimiliki oleh pemiliknya (Yas et al., 2024). Oleh karena itu, perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual (HKI) khususnya merek dagang menjadi sangat penting untuk menjamin kepastian hukum dan menjaga eksistensi bisnis di pasar yang semakin kompetitif (Khurshid et al., 2022).

Perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap merek dagang dapat dipahami sebagai upaya hukum yang diberikan kepada pemilik merek untuk menghindari penggunaan tanpa izin oleh pihak lain yang dapat merugikan pemilik asli (Irianto et al., 2024). Tanpa adanya perlindungan yang efektif, risiko terjadinya pemalsuan, peniruan, atau penyalahgunaan merek akan semakin tinggi, yang pada akhirnya dapat merusak citra perusahaan dan menimbulkan kerugian finansial yang signifikan (Entjarau, 2021). Di banyak negara, perlindungan terhadap merek dagang diatur melalui undang-undang khusus yang mengacu pada prinsip-prinsip internasional seperti *Paris Convention for the Protection of Industrial Property* dan *TRIPS Agreement* (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) yang merupakan bagian dari perjanjian WTO (World Trade Organization) (Lie & Wathan, 2023).

Merek dagang memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Sebagai simbol diferensiasi produk, merek dagang membantu konsumen dalam melakukan identifikasi dan memilih produk yang diinginkan dengan mudah (Stim, 2024). Di sisi lain, merek dagang juga berperan dalam mendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk karena perusahaan akan terus berusaha mempertahankan dan meningkatkan reputasi merek mereka. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan merek dagang tidak hanya penting bagi pelaku bisnis saja, tetapi juga bagi kepentingan konsumen dan masyarakat luas (Kurniawan et al., 2024).

Perlindungan merek dagang menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah maraknya tindakan pelanggaran seperti *counterfeiting* (pemalsuan) dan *infringement* (pelanggaran) merek yang merugikan pemilik merek asli (Namira, 2023). Fenomena ini tidak hanya terjadi di pasar domestik, tetapi juga lintas negara yang semakin terbuka akibat kemajuan teknologi dan perdagangan elektronik. Dengan adanya kemudahan akses internet, penyebaran produk tiruan dan pemalsuan menjadi lebih cepat dan sulit dikendalikan. Oleh karena itu, penegakan hukum yang kuat dan kerja sama internasional menjadi kunci utama dalam mengatasi permasalahan ini (Shafira et al., 2022).

Perlindungan terhadap merek dagang juga harus disesuaikan dengan dinamika perkembangan bisnis dan teknologi. Misalnya, dengan munculnya tren digitalisasi dan e-commerce, aspek perlindungan merek dalam dunia maya (online) menjadi sangat penting. Banyak kasus pelanggaran merek terjadi di platform digital, seperti penjualan produk tiruan melalui toko online atau penggunaan merek terkenal sebagai *keyword* dalam mesin pencari untuk menarik konsumen secara tidak sah. Hal ini menuntut adanya regulasi dan mekanisme perlindungan yang adaptif serta inovatif agar hak pemilik merek tetap terlindungi di era digital (Auriol et al., 2022).

Di Indonesia sendiri, perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap merek dagang diatur oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-undang ini memberikan dasar hukum yang jelas bagi pendaftaran, perlindungan, dan penyelesaian sengketa merek dagang (Muehlfeld & Wang, 2022). Dengan pendaftaran merek, pemilik memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dan dapat mengambil tindakan hukum terhadap pelanggaran. Namun, masih banyak kendala yang dihadapi, seperti rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pendaftaran merek, proses pendaftaran yang terkadang rumit, serta tantangan dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran merek (Vig, 2022).

Kesadaran masyarakat, terutama pelaku bisnis kecil dan menengah (*small and medium enterprises* atau SME), akan pentingnya perlindungan merek dagang juga menjadi faktor yang perlu ditingkatkan. SME seringkali menjadi korban pelanggaran merek karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya dalam melindungi aset intelektual mereka. Dengan adanya edukasi dan sosialisasi yang efektif, diharapkan para pelaku usaha dapat memahami betapa vitalnya merek sebagai bagian dari strategi bisnis dan bagaimana cara melindungi hak mereka secara legal (Kurniawan et al., 2024).

Perlindungan merek dagang juga berkontribusi pada peningkatan daya saing nasional di pasar global. Negara yang memiliki sistem perlindungan HKI yang kuat cenderung lebih menarik bagi investor dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi. Dalam merek dagang menjadi salah satu indikator kemajuan industri kreatif dan sektor usaha berbasis pengetahuan yang semakin dominan dalam perekonomian modern (Vaid et al., 2023).

Perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap merek dagang bukan hanya persoalan hukum semata, tetapi juga merupakan bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi dan sosial. Perlindungan ini membantu menciptakan iklim usaha yang sehat, melindungi konsumen, mendorong inovasi, serta memperkuat posisi suatu negara dalam perekonomian global. Oleh karena itu, diperlukan upaya sinergis antara pemerintah, pelaku usaha, aparat penegak hukum, serta masyarakat untuk memastikan bahwa hak kekayaan intelektual terutama merek dagang dapat terlindungi secara optimal dan berkelanjutan (Dratler Jr & McJohn, 2025).

Perkembangan industri kuliner di Indonesia yang begitu pesat, khususnya dalam bidang makanan cepat saji seperti ayam geprek, telah memicu lahirnya berbagai merek dagang baru dari para pelaku usaha. Fenomena ini menunjukkan adanya persaingan ketat dan tingginya nilai komersial dari sebuah merek dalam membentuk identitas dan loyalitas konsumen. Namun, di tengah dinamika tersebut, perlindungan terhadap *hak kekayaan intelektual* (HKI), khususnya dalam aspek merek dagang, masih menjadi tantangan besar. Banyak pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), belum memahami pentingnya melindungi merek mereka secara hukum. Terlebih lagi, sebagian besar dari mereka tidak menyadari bahwa elemen-elemen kreatif dalam merek dagang seperti logo, desain, hingga slogan yang bersifat orisinal dapat dilindungi melalui *hak merek* sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek. Di sisi lain, lemahnya penegakan hukum, birokrasi pendaftaran yang kompleks, serta keterbatasan informasi mengenai mekanisme perlindungan hukum membuat implementasi perlindungan HKI terhadap merek dagang ayam geprek menjadi kurang optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan merek bukan hanya sekadar masalah administratif, melainkan mencerminkan ketidakmerataan literasi hukum di kalangan pelaku usaha.

Perlindungan terhadap *hak kekayaan intelektual* (HKI) dalam sektor kuliner, khususnya usaha ayam geprek, menjadi semakin penting seiring dengan pertumbuhan bisnis makanan cepat saji yang pesat di Indonesia. Banyak pelaku usaha yang mengandalkan merek dagang sebagai identitas bisnis, namun belum memahami bahwa elemen visual, desain logo, hingga materi promosi yang bersifat orisinal dapat masuk dalam lingkup perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek. Di tengah kesenjangan pemahaman hukum dan lemahnya penegakan regulasi, muncul berbagai persoalan terkait bagaimana perlindungan tersebut diimplementasikan serta kendala apa saja yang muncul dalam praktiknya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana implementasi perlindungan *hak kekayaan intelektual* terhadap merek dagang ayam geprek menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek? (2) Apa saja kendala yang dihadapi dalam perlindungan *hak kekayaan intelektual* terhadap merek dagang ayam geprek di Indonesia berdasarkan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek?

Tujuan dari penelitian ini disusun untuk memberikan arah yang jelas dalam proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan kesimpulan berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan. Selain itu, tujuan penelitian ini juga mencerminkan kontribusi ilmiah yang ingin dicapai, baik dalam aspek teoritis maupun praktis dalam bidang hukum kekayaan intelektual. Adapun tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana implementasi perlindungan *hak kekayaan intelektual* terhadap merek dagang ayam geprek berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek, khususnya dalam perlindungan elemen visual, logo, dan karya promosi yang bersifat orisinal. (2) Untuk mengidentifikasi dan mengkaji berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam menerapkan perlindungan HKI terhadap merek dagang ayam geprek, baik dari sisi regulasi, pemahaman hukum, maupun kendala administratif.

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi secara akademik, tetapi juga berdampak secara praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan. Dengan menggali lebih dalam implementasi hukum yang berlaku, penelitian ini menjadi referensi penting dalam memperkuat perlindungan hukum atas kekayaan intelektual dalam sektor kuliner lokal yang saat ini terus berkembang. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian hukum di bidang *hak kekayaan intelektual*, khususnya dalam penerapan Undang-Undang Hak merek untuk melindungi merek dagang di industri kuliner. (2) Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha ayam geprek dan UMKM lainnya dalam memahami dan menerapkan perlindungan HKI secara efektif, serta dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh

pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha kecil.

Penelitian mengenai *hak kekayaan intelektual* pada dasarnya telah banyak dilakukan, namun sebagian besar studi tersebut lebih berfokus pada perlindungan merek dalam industri kreatif secara umum atau pada bisnis skala besar. Penelitian-penelitian sebelumnya belum secara spesifik mengkaji dinamika dan kendala perlindungan HKI pada usaha kuliner lokal seperti ayam geprek, yang merupakan bisnis dengan karakteristik unik, cepat berkembang, namun rentan terhadap pelanggaran merek. Selain itu, studi tentang hubungan antara Undang-Undang Hak merek dan perlindungan merek dagang masih tergolong terbatas. Belum banyak riset yang membedah secara tuntas bagaimana UU Hak merek dapat memberikan payung hukum atas elemen-elemen visual dan promosi dalam sebuah merek dagang ayam geprek, padahal aspek tersebut memiliki nilai komersial yang tinggi dan menjadi daya tarik utama konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan pendekatan normatif-yuridis yang fokus dan mendalam.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya melindungi identitas usaha lokal yang berkembang pesat, seperti ayam geprek, dari potensi pembajakan dan penggunaan tanpa izin oleh pihak lain. Di era digital dan persaingan pasar yang semakin terbuka, merek bukan sekadar nama atau simbol, tetapi representasi nilai dan kualitas dari sebuah produk. Ketika perlindungan terhadap merek ini lemah, maka pelaku usaha rentan mengalami kerugian baik secara ekonomi maupun reputasi. Perlindungan HKI melalui *hak merek* terhadap aspek visual dan orisinalitas dari suatu merek dagang menjadi penting untuk menjaga eksistensi bisnis dan mendorong inovasi. Apalagi di tengah rendahnya literasi hukum di kalangan pelaku UMKM, maka perlu adanya penelitian yang membahas implementasi hukum secara praktis agar bisa dijadikan pedoman. Penelitian ini juga penting sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing industri kreatif dan kuliner nasional yang saat ini menjadi salah satu sektor andalan dalam pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia.

Kebaruan utama (*novelty*) dari penelitian ini adalah fokus analisisnya yang menggabungkan pendekatan perlindungan merek dagang ayam geprek melalui perspektif Undang-Undang Hak merek, bukan hanya Undang-Undang Merek seperti pada studi-studi sebelumnya. Penelitian ini menawarkan pemahaman baru bahwa elemen-elemen kreatif non-nama dalam merek dagang seperti desain logo, ilustrasi kemasan, dan materi promosi yang orisinal dapat dan seharusnya mendapatkan perlindungan melalui rejim *copyright*. Dengan demikian, penelitian ini memperluas cakupan perlindungan HKI yang bisa diakses oleh pelaku usaha, serta membuka peluang penguatan strategi hukum yang lebih menyeluruh dan multifaset dalam membentengi aset intelektual mereka. Selain itu, penelitian ini menyajikan solusi berbasis hukum normatif yang langsung mengacu pada praktik dan kasus konkret di industri kuliner lokal, sehingga memberikan kontribusi yang aplikatif bagi pengembangan kebijakan publik di bidang perlindungan HKI.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *yuridis normatif*, yaitu pendekatan yang bertumpu pada studi kepustakaan dengan menganalisis berbagai peraturan perundang-undangan yang relevan serta literatur hukum yang mendukung dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji norma hukum yang mengatur perlindungan *hak kekayaan intelektual* terhadap merek dagang ayam geprek berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek. Fokus analisis diarahkan pada ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan perlindungan karya cipta, khususnya yang memiliki unsur visual dan orisinal seperti logo, desain, dan elemen pemasaran yang digunakan dalam merek dagang. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, seperti undang-undang, peraturan pemerintah, dan dokumen hukum lainnya, serta bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, artikel hukum, dan dokumen-

dokumen akademik yang relevan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif dengan tujuan menggambarkan secara sistematis dan mendalam mengenai implementasi norma hukum yang berlaku serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam praktik perlindungan merek dagang ayam geprek di Indonesia. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perlindungan HKI dalam kuliner lokal yang berkembang pesat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implementasi Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap Merek Dagang Ayam Geprek Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek

Perkembangan industri kuliner Indonesia, khususnya bisnis ayam geprek, menunjukkan dinamika yang sangat menarik. Dengan popularitas yang semakin meluas, ayam geprek bukan lagi sekadar makanan, tetapi juga telah menjadi *branding* yang kompetitif dan bernilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, perlindungan atas hak kekayaan intelektual (*intellectual property rights*) yang melekat pada merek dagang menjadi sangat penting.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek merupakan payung hukum utama yang mengatur perlindungan karya cipta, termasuk unsur visual dan desain yang melekat pada merek dagang. Dalam bisnis ayam geprek, elemen-elemen seperti logo, desain kemasan, dan nama merek merupakan aset intelektual yang harus dilindungi untuk mencegah pembajakan dan peniruan yang merugikan (Sarabdeen & Ishak, 2024).

Hak kekayaan intelektual adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pencipta atau pemegang hak atas hasil karya intelektualnya, untuk jangka waktu tertentu. Dalam lingkup merek dagang ayam geprek, HKI tidak hanya mencakup *trademark* (merek dagang secara formal), tetapi juga karya cipta berupa desain grafis, logo, ilustrasi, dan elemen estetika lain yang bersifat orisinal dan melekat pada merek.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 secara spesifik mengatur perlindungan hak merek, yang memberikan hak eksklusif kepada pencipta atas karya cipta yang berbentuk karya seni rupa terapan seperti logo dan desain kemasan. Hal ini berbeda dengan Undang-Undang Merek yang mengatur aspek nama dan simbol dagang secara lebih luas, namun keduanya saling melengkapi dalam memberikan perlindungan HKI (Bently et al., 2022).

Implementasi Perlindungan Hak merek pada Merek Dagang Ayam Geprek yaitu sebagai berikut: (Bonnet & Teuteberg, 2023)

1. Pendaftaran Hak merek sebagai Langkah Awal Perlindungan Formal

Pendaftaran hak merek adalah langkah utama yang harus dilakukan untuk mengamankan perlindungan hukum atas elemen kreatif dalam merek dagang ayam geprek. Pendaftaran memberikan bukti legal formal sebagai dasar untuk menuntut pelanggaran.

Proses pendaftaran hak merek dilakukan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DGIP) di bawah Kementerian Hukum dan HAM. Pemilik usaha harus menyerahkan dokumen berupa formulir pendaftaran dan bukti karya cipta (misalnya file digital logo atau desain kemasan). Biaya pendaftaran biasanya relatif terjangkau, namun proses administrasi memerlukan waktu yang tidak sebentar, sekitar beberapa minggu sampai beberapa bulan.

Setelah proses pemeriksaan administratif dan substantif, pemohon akan mendapatkan sertifikat hak merek yang berlaku selama masa hidup pencipta ditambah 70 tahun. Sertifikat ini sangat penting sebagai alat bukti kuat dalam penyelesaian sengketa di pengadilan.

Pendaftaran hak merek memudahkan penegakan hukum karena dapat dijadikan bukti otentik kepemilikan atas karya cipta. Hal ini sangat berguna untuk melindungi logo, desain kemasan, dan elemen visual lain dari peniruan atau penyalahgunaan oleh pihak lain.

Meski sudah ada prosedur resmi, pelaku usaha terutama UMKM seringkali mengalami kesulitan teknis dan administratif. Kurangnya pengetahuan tentang pentingnya hak merek, serta kendala biaya dan waktu, sering membuat mereka enggan mendaftarkan karya cipta mereka.

2. Hak Eksklusif Pemegang Hak merek dan Implikasinya dalam Bisnis Ayam Geprek

Hak merek memberikan hak eksklusif kepada pencipta atau pemegang hak, yang menjadi pilar utama perlindungan karya cipta dalam merek dagang ayam geprek.

Hak merek memberikan hak untuk menggunakan, memperbanyak, mengumumkan, dan mengedarkan karya cipta tersebut. Pelaku usaha lain dilarang menggunakan karya tersebut tanpa izin tertulis, terutama untuk kepentingan komersial.

Dalam bisnis ayam geprek yang sangat kompetitif, perlindungan hak eksklusif atas logo dan desain kemasan dapat mencegah peniruan yang menyebabkan kebingungan konsumen dan kerugian finansial. Misalnya, jika ada usaha lain yang menggunakan logo atau desain kemasan yang sangat mirip, konsumen bisa tertukar sehingga merugikan pelaku usaha asli.

Selain itu, hak eksklusif ini juga memungkinkan pelaku usaha mengatur lisensi, waralaba, atau kerja sama bisnis yang melibatkan penggunaan merek dagang dan karya cipta tersebut, sehingga menambah potensi penghasilan.

3. Penegakan Hak dan Penyelesaian Sengketa: Pilar Keadilan dan Perlindungan

Perlindungan hak merek tidak hanya bergantung pada pendaftaran dan hak eksklusif, tetapi juga pada mekanisme penegakan hukum dan penyelesaian sengketa yang efektif.

Jika terjadi pelanggaran, pemegang hak merek dapat menempuh jalur hukum melalui pengadilan niaga atau pengadilan negeri untuk menghentikan pelanggaran dan menuntut ganti rugi. UU Hak merek juga mengenal sanksi pidana bagi pelanggaran tertentu, seperti pembajakan dalam skala besar.

Di lapangan, proses hukum seringkali panjang, rumit, dan mahal. Hal ini membuat banyak pelaku usaha kecil enggan menempuh jalur hukum. Selain itu, kurangnya pengetahuan hukum dan dukungan lembaga terkait menjadi hambatan serius dalam penegakan hak merek.

Selain jalur litigasi, alternatif penyelesaian sengketa melalui mediasi atau arbitrase perlu dikembangkan sebagai solusi cepat dan efisien. Edukasi dan sosialisasi mengenai prosedur ini harus digencarkan untuk mendorong penyelesaian sengketa secara damai.

Sengketa merek dagang *Geprek Bensu* merupakan contoh nyata kompleksitas perlindungan hak kekayaan intelektual dalam bisnis ayam geprek. Kasus ini menggambarkan bagaimana kesamaan unsur merek dagang dan produk dapat memicu konflik hukum yang panjang dan berdampak luas. Kronologi Lengkap Sengketa yaitu sebagai berikut: (Imaniyati, 2024)

1. Awal Mula Persaingan Merek

Ruben Onsu mengembangkan merek dagang *Geprek Bensu*, sedangkan Benny Sujono membuka usaha dengan merek *I Am Geprek Bensu*. Kedua merek memiliki unsur kata "Bensu," yang merupakan singkatan nama Ruben Onsu, dan sama-sama menjual produk ayam geprek.

2. Pengajuan Gugatan Ruben Onsu

Ruben Onsu mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga Jakarta Pusat karena menganggap merek *I Am Geprek Bensu* melanggar haknya dan berpotensi membingungkan konsumen.

3. Putusan Pengadilan Niaga

Pengadilan Niaga menolak gugatan Ruben Onsu dengan alasan Benny Sujono telah mendaftarkan merek tersebut lebih dulu dan memiliki hak yang sah.

4. Kasasi ke Mahkamah Agung

Ruben Onsu mengajukan kasasi, namun permohonan ditolak oleh Mahkamah Agung, sehingga pengakuan hak Benny Sujono atas merek tetap berlaku.

5. Penghapusan Merek oleh DJKI atas Prakarsa Menteri

Menteri yang berwenang menginstruksikan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual untuk menghapus merek *I Am Geprek Bensu* dari daftar merek terdaftar, memicu konflik baru.

6. Gugatan Balik Benny Sujono kepada DJKI
Benny Sujono menggugat DJKI karena menganggap penghapusan merek tersebut tidak berdasar dan merugikan usahanya.

Analisis Penyebab Sengketa yaitu sebagai berikut:

1. Kesamaan Nama Merek
Unsur kata "Bensu" yang unik menjadi sumber utama konflik karena kedua pihak menggunakannya dalam merek dagang mereka.
2. Kesamaan Produk
Produk ayam geprek yang dijual sama-sama di pasar membuat potensi kebingungan konsumen sangat tinggi.
3. Pendaftaran Merek dan Hak Formal
Walau Benny Sujono lebih dulu mendaftarkan merek, adanya intervensi menteri dan DJKI menimbulkan ketidakpastian hukum.
4. Unsur Visual yang Mirip
Logo dan desain kemasan yang mirip juga memperumit sengketa, menimbulkan pertanyaan terkait perlindungan hak merek atas unsur visual merek.

Sengketa ini menyebabkan kerugian finansial, reputasi, dan operasional bagi kedua pihak. Konsumen pun mengalami kebingungan yang dapat mempengaruhi loyalitas dan citra merek.

Untuk mencegah dan mengatasi sengketa seperti kasus *Geprek Bensu*, diperlukan strategi yang komprehensif dan terintegrasi dalam perlindungan hak merek dan merek dagang (Lindsey et al., 2022).

1. Peningkatan Edukasi dan Kesadaran Pelaku Usaha
Sosialisasi yang lebih intensif mengenai pentingnya perlindungan HKI dan tata cara pendaftaran harus dilakukan, terutama untuk pelaku UMKM di sektor kuliner. Dengan pemahaman yang baik, pelaku usaha akan lebih aktif melindungi karya dan merek dagangnya.
2. Penyederhanaan dan Digitalisasi Prosedur Pendaftaran
Peningkatan layanan pendaftaran secara online yang user-friendly dan terjangkau akan mendorong lebih banyak pelaku usaha mendaftarkan merek dan hak merek mereka. Transparansi dan kemudahan akses menjadi kunci.
3. Penguatan Penegakan Hukum dan Penyelesaian Sengketa
Percepatan proses hukum dan pemberian sanksi yang tegas bagi pelanggar hak merek sangat penting. Selain itu, pengembangan mekanisme mediasi dan arbitrase sebagai alternatif penyelesaian sengketa dapat mengurangi beban pengadilan dan mempercepat penyelesaian.
4. Kolaborasi Antar Lembaga Pemerintah dan Swasta
Sinergi antara DJKI, kepolisian, pengadilan, dan asosiasi bisnis kuliner perlu ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem perlindungan HKI yang efektif dan berkelanjutan.

Implementasi perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek terhadap merek dagang ayam geprek, berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 merupakan langkah penting dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing bisnis kuliner di Indonesia. Proses pendaftaran hak merek memberikan dasar hukum yang kuat, sementara hak eksklusif yang melekat menjadi alat untuk melindungi kreativitas dan inovasi pelaku usaha.

Meskipun demikian, tantangan seperti kurangnya kesadaran hukum, prosedur administrasi yang rumit, dan lemahnya penegakan hukum masih menjadi kendala utama. Kasus sengketa *Geprek Bensu* memberikan pelajaran penting bahwa strategi perlindungan HKI harus disusun secara matang dan diikuti dengan penegakan yang konsisten.

Demi kemajuan industri kuliner Indonesia, terutama bisnis ayam geprek yang terus berkembang, perlu adanya edukasi menyeluruh, penyederhanaan proses, dan penguatan penegakan hukum serta kolaborasi antar lembaga. Hal ini akan memastikan hak kekayaan

intelektual dapat terlindungi secara optimal dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi pelaku usaha.

Kendala dalam Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual terhadap Merek Dagang Ayam Geprek di Indonesia Berdasarkan Ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek

Perlindungan hak kekayaan intelektual (*intellectual property rights*) merupakan aspek yang sangat penting dalam perkembangan bisnis kreatif dan komersial di Indonesia, termasuk industri kuliner yang sedang berkembang pesat, seperti bisnis ayam geprek. Bisnis ayam geprek yang semakin populer telah memunculkan persaingan ketat, di mana merek dagang menjadi aset penting yang wajib dilindungi (Rizkia & Fardiansyah, 2022).

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek menjadi payung hukum dalam memberikan perlindungan terhadap karya cipta, termasuk desain logo, kemasan, dan elemen kreatif lain yang melekat pada merek dagang ayam geprek. Namun, dalam penerapan dan penegakan hukum hak merek ini di lapangan, banyak kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha maupun aparat penegak hukum (Hariyani et al., 2024).

1. Kendala Kesadaran dan Pemahaman Hak Kekayaan Intelektual oleh Pelaku Usaha Salah satu kendala utama dalam perlindungan hak kekayaan intelektual adalah

kurangnya kesadaran dan pemahaman yang memadai dari pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (*micro, small, and medium enterprises* atau MSMEs).

Banyak pelaku usaha ayam geprek di Indonesia yang belum menyadari pentingnya melindungi karya cipta mereka, terutama logo, desain kemasan, atau slogan merek. Mereka cenderung menganggap pendaftaran hak merek hanya sebagai formalitas yang merepotkan dan memakan biaya. Akibatnya, banyak yang tidak mendaftarkan karya cipta mereka secara resmi ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

Selain itu, pemahaman yang minim mengenai cakupan dan manfaat perlindungan hak merek menyebabkan pelaku usaha kurang mampu memanfaatkan hak eksklusif yang diberikan oleh undang-undang. Mereka juga tidak tahu bagaimana cara menindak pelanggaran apabila karya cipta mereka disalahgunakan oleh pihak lain.

Kurangnya kesadaran ini membuat perlindungan hukum atas merek dagang ayam geprek menjadi rentan terhadap peniruan dan pembajakan. Pelaku usaha yang tidak terlindungi dengan baik cenderung mengalami kerugian ekonomi dan kehilangan daya saing di pasar.

2. Hambatan Prosedural dan Administratif dalam Pendaftaran Hak merek

Pendaftaran hak merek adalah langkah formal yang penting untuk memperoleh perlindungan hukum. Namun, proses pendaftaran seringkali menjadi kendala tersendiri bagi pelaku usaha ayam geprek.

Prosedur pendaftaran hak merek di Indonesia memerlukan pengisian formulir yang cukup kompleks dan penyampaian dokumen pendukung seperti bukti karya cipta yang harus memenuhi syarat administratif dan substansial. Meski sudah ada sistem online, masih banyak pelaku usaha yang kesulitan memahami proses ini, apalagi yang kurang melek teknologi.

Selain itu, waktu yang dibutuhkan untuk proses pemeriksaan dan penerbitan sertifikat bisa memakan waktu berbulan-bulan. Hal ini dianggap memberatkan pelaku usaha yang ingin segera melindungi merek mereka agar tidak ditiru.

Walaupun biaya pendaftaran hak merek relatif terjangkau dibandingkan manfaatnya, sebagian pelaku usaha mikro dan kecil menganggap biaya tersebut sebagai penghambat, apalagi jika usaha masih dalam tahap awal dan modal terbatas.

Hambatan administratif dan prosedural ini menyebabkan banyak karya cipta yang tidak terdaftar secara resmi, sehingga perlindungan hukumnya menjadi lemah. Hal ini membuka celah bagi tindakan pelanggaran yang sulit ditindak secara hukum.

3. Kompleksitas Pembuktian dalam Kasus Pelanggaran Hak merek

Penegakan hak merek di pengadilan menghadapi kendala besar dalam hal pembuktian dan proses litigasi yang panjang dan kompleks.

Untuk membuktikan adanya pelanggaran hak merek atas merek dagang ayam geprek, pemilik hak harus menunjukkan bukti otentik kepemilikan hak merek yang biasanya berupa sertifikat pendaftaran, serta bukti adanya peniruan atau pelanggaran oleh pihak lain.

Namun, dalam praktiknya, pembuktian tersebut tidak mudah. Banyak pelaku usaha tidak memiliki dokumentasi lengkap atau sertifikat hak merek yang sah, sehingga melemahkan posisi mereka di pengadilan.

Selain itu, proses hukum yang rumit dan memakan waktu lama membuat pelaku usaha merasa enggan untuk menuntut pelanggar. Mereka harus menghadapi biaya pengacara, waktu yang terbuang, dan ketidakpastian hasil putusan.

Kompleksitas pembuktian dan proses hukum yang berbelit-belit mengakibatkan banyak pelanggaran hak merek tidak diselesaikan secara efektif, dan pelaku usaha yang dirugikan seringkali memilih mengalah.

4. Tumpang Tindih Perlindungan antara Hak merek dan Merek Dagang

Kendala berikutnya adalah perbedaan dan tumpang tindih perlindungan antara Undang-Undang Hak merek dan Undang-Undang Merek yang kerap membingungkan pelaku usaha.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek memberikan perlindungan atas karya seni rupa terapan seperti logo dan desain kemasan, sedangkan Undang-Undang Merek memberikan perlindungan atas nama dan simbol dagang.

Dalam praktiknya, pelaku usaha ayam geprek seringkali tidak mengetahui mana yang harus didaftarkan terlebih dahulu atau bagaimana cara melindungi unsur-unsur merek yang berbeda. Mereka terkadang hanya mendaftarkan merek dagang tanpa melindungi unsur kreatif lain yang juga berpotensi dilindungi hak merek.

Ketidakjelasan ini menyebabkan perlindungan yang diterima menjadi tidak maksimal dan mempersulit penegakan hak saat terjadi sengketa.

Tumpang tindih dan kebingungan antara hak merek dan merek dagang menyebabkan celah hukum yang dimanfaatkan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab untuk meniru dan menyalahgunakan merek dagang ayam geprek.

5. Kurangnya Sumber Daya dan Kapasitas Penegak Hukum

Penegakan perlindungan hak kekayaan intelektual sangat tergantung pada kapasitas aparat penegak hukum seperti polisi, jaksa, dan hakim.

Di Indonesia, banyak aparat penegak hukum yang belum memiliki pemahaman dan keahlian memadai dalam menangani kasus pelanggaran hak merek. Mereka sering kali kurang terlatih dalam memahami aspek teknis dan hukum HKI sehingga sulit memberikan penanganan yang optimal.

Selain itu, aparat penegak hukum juga dihadapkan pada keterbatasan sumber daya, baik dari sisi anggaran, personel, maupun fasilitas pendukung untuk melakukan penyelidikan, penindakan, dan proses persidangan.

Keterbatasan sumber daya ini mengakibatkan pelanggaran hak merek di bidang merek dagang ayam geprek sering tidak tertangani secara serius dan berdampak pada lemahnya efek jera bagi pelanggar.

6. Perkembangan Teknologi dan Digitalisasi yang Mempercepat Pelanggaran Perkembangan teknologi digital membuka peluang baru sekaligus tantangan

besar dalam perlindungan hak kekayaan intelektual.

Bisnis ayam geprek kini semakin memanfaatkan *e-commerce*, media sosial, dan platform digital sebagai sarana pemasaran dan distribusi. Namun, kemudahan akses dan distribusi informasi digital juga memungkinkan pelanggaran hak merek berupa peniruan logo, penyebaran konten palsu, dan penggunaan merek secara ilegal dengan cepat dan masif.

Pelaku usaha menghadapi kesulitan untuk memantau dan menindak pelanggaran di dunia maya karena keterbatasan kemampuan teknis dan hukum.

Digitalisasi yang belum diimbangi dengan mekanisme pengawasan dan penegakan hukum yang kuat memperparah potensi kerugian pelaku usaha ayam geprek akibat pembajakan dan peniruan di ranah digital.

7. Kasus Sengketa Merek Ayam Geprek Sebagai Contoh Kendala

Kasus sengketa merek *Geprek Benu* antara Ruben Onsu dan Benny Sujono menjadi contoh kongkrit berbagai kendala yang dihadapi dalam perlindungan hak kekayaan intelektual.

Dalam kasus ini, kendala muncul dari:

- a. Persoalan pendaftaran merek yang tumpang tindih, di mana Benny Sujono telah mendaftarkan merek lebih dulu namun nama "Benu" adalah singkatan nama Ruben Onsu yang sudah populer. Hal ini menimbulkan konflik kepemilikan merek.
- b. Ketidakpastian hukum akibat penghapusan merek oleh DJKI atas prakarsa menteri, yang kemudian memicu gugatan balik dan sengketa berkepanjangan.
- c. Kesulitan pembuktian dan penegakan hukum, yang memperpanjang sengketa hingga ke Mahkamah Agung dan menyebabkan kerugian finansial dan reputasi bagi kedua pihak.

Kasus ini menunjukkan betapa kompleksnya perlindungan hak kekayaan intelektual di Indonesia, khususnya dalam bisnis kuliner seperti ayam geprek, dan bagaimana kendala hukum, administratif, dan sumber daya saling berkaitan memperumit penyelesaiannya.

Kendala dalam perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap merek dagang ayam geprek di Indonesia berdasarkan ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 sangat beragam dan saling terkait (Nasution, 2021). Kurangnya kesadaran pelaku usaha, hambatan prosedural pendaftaran, kompleksitas pembuktian, tumpang tindih regulasi, keterbatasan penegakan hukum, serta tantangan digitalisasi menjadi penghalang utama (Disemadi, 2022). Untuk mengatasi kendala ini, beberapa rekomendasi strategis adalah: (Argumedo, 2022)

1. Meningkatkan edukasi dan sosialisasi tentang hak kekayaan intelektual secara luas, terutama kepada pelaku *MSMEs* di sektor kuliner.
2. Menyederhanakan dan mempercepat proses pendaftaran hak merek dan merek dagang dengan digitalisasi yang lebih ramah pengguna.
3. Memperkuat kapasitas aparat penegak hukum melalui pelatihan khusus dan peningkatan fasilitas.
4. Mengembangkan mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien seperti mediasi dan arbitrase.
5. Mengoptimalkan pengawasan dan penindakan pelanggaran di ranah digital melalui kerja sama antara pemerintah, penyedia platform digital, dan pelaku usaha.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap merek dagang ayam geprek dapat berjalan optimal, mendukung pertumbuhan bisnis, dan memberikan jaminan kepastian hukum bagi para pelaku usaha.

SIMPULAN

1. Implementasi perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap merek dagang ayam geprek berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak merek telah memberikan dasar hukum yang kuat untuk melindungi elemen-elemen kreatif seperti desain logo, kemasan, dan materi promosi yang orisinal. Melalui pencatatan ciptaan, pelaku usaha dapat memperoleh hak eksklusif atas karya visual mereka, sehingga dapat menghindari pembajakan dan penggunaan tanpa izin oleh pihak lain. Namun, penerapan perlindungan ini masih belum optimal karena kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap cakupan dan mekanisme perlindungan hak merek dalam merek dagang.
2. Kendala utama yang dihadapi dalam perlindungan HKI terhadap merek dagang ayam geprek meliputi rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha, hambatan administratif dalam proses

pencatatan hak merek, serta lemahnya penegakan hukum atas pelanggaran. Selain itu, tumpang tindih regulasi antara Undang-Undang Hak merek dan Undang-Undang Merek menimbulkan kebingungan dalam strategi perlindungan yang efektif. Faktor-faktor tersebut menghambat pelaku UMKM untuk memanfaatkan perlindungan hukum secara maksimal.

SARAN

1. Pemerintah dan instansi terkait perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual kepada pelaku usaha ayam geprek dan UMKM secara umum. Program pendampingan dan pelatihan praktis harus diselenggarakan untuk memudahkan pelaku usaha memahami prosedur pencatatan hak merek dan cara optimal dalam memanfaatkan perlindungan hukum yang ada.
2. Penegakan hukum terhadap pelanggaran hak merek dan merek dagang harus diperkuat dengan mempercepat proses penyelesaian sengketa dan memberikan sanksi yang tegas agar menciptakan efek jera. Selain itu, perlu adanya koordinasi yang lebih baik antara lembaga yang mengatur hak merek dan merek untuk menghindari tumpang tindih regulasi sehingga pelaku usaha dapat memperoleh perlindungan hukum yang jelas dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Argumedo, A. (2022). *Collective trademarks and biocultural heritage: Towards new indications of distinction for indigenous peoples in the Potato Park, Peru*. International Institute for Environment and Development.
- Auriol, E., Biancini, S., Paillacar, R., Gourdon, J., & Savoye, B. (2022). Intellectual property rights protection and trade: an empirical analysis. *AFD Research Papers*, 240, 1-67.
- Bently, L., Sherman, B., Gangjee, D., & Johnson, P. (2022). *Intellectual property law*. Oxford university press.
- Bonnet, S., & Teuteberg, F. (2023). Impact of blockchain and distributed ledger technology for the management of the intellectual property life cycle: A multiple case study analysis. *Computers in Industry*, 144, 103789.
- Disemadi, H. S. (2022). Contextualization of Legal Protection of Intellectual Property in Micro Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Law Reform*, 18(1), 89-110.
- Dratler Jr, J., & McJohn, S. M. (2025). *Intellectual property law: Commercial, creative and industrial property*. Law Journal Press.
- Entjarau, V. G. (2021). Tinjauan Yuridis Pengalihan Hak Moral dan Hak Ekonomi Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak merek. *Lex Privatum*, 9(6).
- Hariyani, I., Serfiyani, C. Y., & Purnomo, R. S. D. (2024). *Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Jaminan Kredit*. Penerbit Andi.
- Imaniyati, N. S. (2024). *Hukum Kekayaan Intelektual: Kekayaan Intelektual, Hak Kekayaan Intelektual, Hak merek, Paten, dan Merek*. Prenada Media.
- Irianto, K. D., Salampessy, M., Fitriani, D., Zulfikar, A. A., Armando, R. D., Jamaluddin, F., Arief, R. K., Atiyatunnajah, M., Rahmayani, N., & Rahayu, A. H. (2024). *Pengantar Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. CV. Gita Lentera.
- Khurshid, A., Rauf, A., Calin, A. C., Qayyum, S., Mian, A. H., Qayyum, S., & Fatima, T. (2022). Technological innovations for environmental protection: role of intellectual property rights in the carbon mitigation efforts. Evidence from western and southern Europe. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 19(5), 3919- 3934.
- Kurniawan, I. G. A., Samsithawrati, P. A., & Dharmawan, N. K. S. (2024). Legal Protection for Intellectual Property Holders in Business Activities in The Era of The Industrial Revolution 4.0. *Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum*, 11(1), 74-81.
- Lie, G., & Wathan, B. A. (2023). Pelanggaran Hak merek Pembajakan Buku Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 3902-3909.

- Lindsey, Damian, E., Butt, S., & Utomo, T. S. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Penerbit Alumni.
- Muehlfeld, K., & Wang, M. (2022). Intellectual Property Rights in China—A Literature Review on the Public's Perspective. *Frontiers in Sociology*, 7, 793165.
- Namira, S. (2023). Larangan Membawakan Lagu Tanpa Izin Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak merek. *JIPRO: Journal of Intellectual Property*, 20- 30.
- Nasution, N. (2021). Analisis Hukum Pelanggaran Hak merek Pengguna Aplikasi Tiktok Ditinjau Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak merek. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 14(1), 158-168.
- Power, B., & Reid, G. C. (2021). The impact of intellectual property types on the performance of business start-ups in the United States. *International Small Business Journal*, 39(4), 372-400.
- Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Penerbit Widina.
- Sarabdeen, J., & Ishak, M. M. M. (2024). Intellectual property law protection for energy-efficient innovation in Saudi Arabia. *Heliyon*, 10(9).
- Shafira, S., Adnyani, N. K. S., & Yuliartini, N. P. R. (2022). Kajian Yuridis Terhadap Pelanggaran Hak merek Pada Pengguna Aplikasi Sosial Media Instagram Story Dikaji Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak merek. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 5(3), 270-283.
- Stim, R. (2024). *Patent, copyright & trademark: an intellectual property desk reference*. Nolo.
- Vaid, A. K., Parmar, M., Srikanth, G. R., & KL, M. (2023). *Intellectual Property Rights And Business Security*. AG Publishing House (AGPH Books).
- Vig, S. (2022). Intellectual property rights and the metaverse: An Indian perspective. *The Journal of World Intellectual Property*, 25(3), 753-766.
- Yas, N., Elyat, M. N. I., Saeed, M., Shwedeh, F., & Lootah, S. (2024). The Impact of Intellectual Property Rights and the Work Environment on Information Security in the United Arab Emirates. *Kurd. Stud*, 12(1), 3931-3948.