

## Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Atas Hak Merek Dan Desain Industri Pada Bisnis Kuliner Di Indonesia

Faizul Kirom<sup>1</sup>, Nanik Trihastuti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Diponegoro, Jawa Tengah

<sup>1</sup>[faizulkirom123@gmail.com](mailto:faizulkirom123@gmail.com), <sup>2</sup>[naniktrihastuti@lecturer.undip.ac.id](mailto:naniktrihastuti@lecturer.undip.ac.id)

---

***ABSTRACT;** Intellectual property rights are very important and essential to be protected and enforced, especially when related to creative industries, one of which is the culinary industry. The aim of the research is to determine the impact of plagiarism of brands and industrial designs without the permission of Intellectual Rights holders in the culinary business, as well as the legal protection of intellectual property rights for brand rights and industrial designs in the culinary business in Indonesia. The research method used is normative juridical and the data analysis technique used is qualitative analysis. The research results show that the impact of brand plagiarism and industrial designs without the permission of Intellectual Rights holders on the culinary business is that it can damage consumer trust, reduce business competitiveness, and hinder innovation, which ultimately causes financial and reputational losses for intellectual rights holders. Legal protection for intellectual property rights, especially trademark and industrial design rights in Indonesia, is based on Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications and Law Number 31 of 2000 concerning Industrial Designs providing a legal framework that protects rights holders from plagiarism practices. and violations. Protection not only provides owners with exclusive rights to use and prohibits unauthorized use, but also promotes a fair and healthy business climate, motivates innovation, and increases competitiveness and consumer confidence.*

***Keywords:** Protection, IPR, Culinary Business*

**ABSTRAK;** Hak kekayaan intelektual merupakan hal yang sangat penting dan esensial untuk dijaga dan ditegakkan, apalagi bila terkait dengan industri kreatif, salah satunya adalah industri kuliner. Tujuan penelitian untuk mengetahui dampak plagiasi merek dan desain industri tanpa ijin pemegang Hak atas Intelektual pada bisnis kuliner, serta perlindungan hukum hak kekayaan intelektual atas hak merek dan desain industri pada bisnis kuliner di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dan teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis secara kualitatif. Hasil penelitian adalah dampak plagiasi merek dan desain industri tanpa ijin pemegang Hak atas Intelektual pada bisnis kuliner yaitu dapat merusak kepercayaan konsumen, mengurangi daya saing bisnis, dan menghambat inovasi, yang pada akhirnya menyebabkan kerugian finansial dan reputasi bagi pemilik hak intelektual. Perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek dan desain industri di Indonesia, didasari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

serta Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri menyediakan kerangka hukum yang melindungi pemegang hak dari praktik plagiasi dan pelanggaran. Perlindungan tidak hanya memberikan hak eksklusif bagi pemilik untuk menggunakan dan melarang penggunaan tanpa izin, tetapi juga mendorong iklim bisnis yang adil dan sehat, memotivasi inovasi, serta meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen.

**Kata Kunci:** Perlindungan, HAKI, Bisnis Kuliner

---

## **PENDAHULUAN**

Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan kuliner yang sangat beragam. Wilayah yang luas dan keberagaman suku membuat setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan kulinernya masing-masing, yang sangat bervariasi. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019, terdapat sekitar 3,9 juta usaha mikro dan kecil yang bergerak di industri kuliner di Indonesia (Rizaty, 2021). Jumlah ini menunjukkan bahwa industri kuliner memiliki peran besar sebagai sumber penghidupan bagi jutaan orang di Indonesia.

Angka yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa industri kuliner di Indonesia memiliki potensi dan modal yang sangat besar untuk dikembangkan. Jika dikelola dengan optimal, industri kuliner di Indonesia dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mempromosikan nama Indonesia di kancah internasional. Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan industri kuliner, tantangan dalam menjaga keunggulan kompetitif dan melindungi aset intelektual menjadi semakin mendesak. Perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual (HKI), khususnya hak cipta dan merek, menjadi landasan penting bagi keberlangsungan bisnis kuliner di Indonesia.

Perlindungan hak cipta, hak merek, dan aspek hukum lainnya menjadi semakin penting dan memerlukan pemahaman yang lebih mendalam serta penyesuaian dalam upaya menghadapi tantangan baru yang muncul di era globalisasi. Kemajuan merek dagang di Indonesia semakin bervariasi berkat dukungan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih. Hal ini telah membuka pintu bagi berbagai merek yang telah dikenal di masyarakat luas.

Hak kekayaan intelektual (HKI) merujuk pada hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari hasil kreativitas intelektual. HKI atau HaKI merupakan istilah yang biasa digunakan untuk *Intellectual Property Rights* (IPR), yaitu hak yang muncul dari hasil olah pikir yang menghasilkan produk atau proses yang berguna bagi manusia. Intinya, HKI adalah hak untuk

menikmati keuntungan ekonomi dari suatu kreativitas intelektual. (Djumhana & Djubaedillah, 2014)

Objek yang diatur dalam HKI adalah karya-karya yang muncul dari kemampuan intelektual manusia. Hak Kekayaan Intelektual ini (IPR) hanya ada jika kemampuan intelektual manusia telah menghasilkan sesuatu yang dapat dilihat, didengar, dibaca, atau digunakan secara praktis (Djumhana, 2014). Dalam dunia bisnis, HKI seharusnya menjadi elemen penting karena memberikan keunggulan kompetitif. HKI yang dimiliki pelaku usaha dianggap sebagai aset tidak berwujud (*intangible assets*) yang bisa menjadi faktor pendorong dalam pengembangan usaha (Sutedi, 2013).

HKI sangat penting untuk dijaga dan ditegakkan, terutama dalam industri kreatif seperti industri kuliner. Dengan perlindungan HKI yang kuat, pelaku usaha kuliner di Indonesia dapat lebih menikmati manfaat finansial dari karya dan inovasi mereka. Beberapa jenis HKI yang sangat bermanfaat bagi pelaku usaha di sektor kuliner mencakup desain industri, rahasia dagang, dan merek atau brand.

Dalam bisnis kuliner, desain industri memegang peran penting dalam menciptakan identitas visual yang membedakan produk dan layanan dari pesaing. Mulai dari desain interior restoran hingga kemasan produk, elemen desain ini mencerminkan citra merek dan pengalaman konsumen yang diinginkan oleh pengusaha kuliner. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap hak desain industri menjadi krusial untuk mencegah peniruan dan pemalsuan yang dapat merugikan bisnis. Selain itu, merek memiliki peran yang tak terbantahkan dalam membangun kesadaran merek dan loyalitas konsumen dalam bisnis kuliner. Merek tidak hanya mencakup nama atau logo, tetapi juga mencerminkan kualitas produk, nilai-nilai merek, dan janji yang diberikan kepada konsumen. Perlindungan hukum atas merek memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek dan mendorong investasi dalam pengembangan merek yang kuat dan dikenal di pasar.

Salah satu contoh pada produk kuliner tahu serasi yang berasal dari daerah Bandungan Kabupaten Semarang memiliki nama terkenal dan mereknya sudah didaftarkan adalah tahu serasi Oom Shin. Pemiliknya Shindoro Sugianto telah mendaftarkan merek dagangnya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Merek tahu serasi Oom Shin telah didaftarkan kepada Direktorat Jenderal sejak tanggal 14 Agustus 2019 dengan nomor permohonan D092019045356. Populasi tahu serasi yang menggunakan merek tahu serasi Oom Shin tanpa seizin pemegang merek telah menjamur di daerah sekitarnya bahkan ada yang dikirim hingga

ke luar kota. Jumlah yang tidak sedikit bila berbicara tahu serasi yang beredar di daerah Bandungan menggunakan merek tersebut tanpa izin kepada pemilik aslinya. (Purinsyah, 2021)

Selain itu, dengan berkembangnya industri kuliner secara digital, tantangan baru muncul dalam hal perlindungan hukum HKI. Praktik peniruan dan pelanggaran hak desain industri dan merek dapat dengan mudah dilakukan secara online, meningkatkan risiko kerugian bagi bisnis kuliner. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran akan perlindungan hukum HKI dalam konteks digitalisasi menjadi sangat penting bagi para pelaku bisnis.

Baru-baru ini, terjadi kasus peniruan bisnis "Semangkok Mie Kari", di mana Niko Al Hakim, pemilik GoKari.id, sebuah restoran di Jogja, diduga meniru dengan rinci bisnis Seporsi Mie Kari yang terletak di Alam Sutera. Tidak hanya menu yang serupa, tetapi juga desain interior, pemilihan meja, kursi, lampu, dan berbagai detail lainnya hampir identik. Kejadian seperti ini bukanlah yang pertama kali terjadi di industri F&B, di mana beberapa merek lain juga diketahui melakukan praktik serupa. Namun, GoKari menjadi salah satu kasus yang paling mencolok karena lokasi restoran yang berbeda dengan aslinya. Pemilik asli Seporsi Mie Kari telah mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk merek tersebut, namun perlindungan terhadap desain interiornya masih belum jelas. Di kasus lain, ditemukan bahwa bisnis lain juga meniru Seporsi Mie Kari dengan nama "Seniman Mie Kari" di Pontianak. Meskipun desain interiornya agak berbeda, mereka masih mendaftarkan merek mereka dengan nama yang sama, "Seporsi Mie Kari." Ini menunjukkan adanya ketidakjujuran dalam praktik bisnis yang mereka lakukan. Kasus plagiarisme ini memunculkan pertanyaan serius tentang etika, integritas, dan perlindungan HKI dalam industri kuliner. (Kumparan, 2021)

Kerugian terhadap munculnya penggunaan merek tanpa izin dan bahkan desain bisnis yang sama ini menimpa kedua belah pihak. Kerugian yang diterima oleh pemilik merek adalah keuntungan yang diterima tidak bisa maksimal didapatkan dari merek dagang tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti bertujuan untuk mengetahui dampak plagiasi merek dan desain industri tanpa izin pemegang Hak atas Intelektual pada bisnis kuliner, serta perlindungan hukum hak kekayaan intelektual atas hak merek dan desain industri pada bisnis kuliner di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang diterapkan adalah yuridis normatif, yang merupakan pendekatan penelitian hukum yang memanfaatkan bahan pustaka atau data sekunder sebagai dasar

penelitian. Pendekatan ini melibatkan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti (Soekanto & Mamudji, 2014). Penelitian ini menggunakan spesifikasi deskriptif analitis, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif, sistematis, dan mendalam tentang situasi penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, di mana data dikumpulkan secara sistematis dan kemudian dianalisis untuk memperoleh kesimpulan mengenai permasalahan yang diteliti (Rijali, 2018).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Dampak Plagiasi Merek dan Desain Industri Tanpa Ijin Pemegang Hak Atas Intelektual Pada Bisnis Kuliner**

Plagiasi merek dan desain industri dalam industri kuliner dapat menimbulkan dampak yang merugikan bagi pemilik hak kekayaan intelektual, pelaku bisnis, dan konsumen. Dalam situasi ini, teori kepercayaan konsumen dan teori kerugian ekonomi dapat memberikan pemahaman yang berharga tentang bagaimana plagiasi ini memengaruhi pasar dan perilaku konsumen. Selain itu, regulasi hak atas kekayaan intelektual seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, berperan penting dalam memberikan perlindungan hukum kepada pemegang hak. (Biela & Rosando, 2022)

Plagiasi Hak Atas Intelektual adalah tindakan buruk yang dapat menyebabkan beberapa dampak bagi pemegang haknya, dampak bagi pemegang hak atas tindakan plagiasi yang dilakukan oleh orang lain tanpa iji antara lain:

1. Kepercayaan konsumen, menekankan bahwa kepercayaan konsumen terhadap merek sangat penting dalam memengaruhi perilaku pembelian mereka. Plagiasi merek dan desain bisa mengaburkan batas antara produk asli dan produk palsu, yang pada akhirnya dapat merusak kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Sebagai hasilnya, konsumen mungkin menjadi skeptis terhadap kualitas dan keaslian produk, yang berpotensi mengurangi loyalitas merek.
2. Penurunan daya saing bisnis, plagiasi dapat menyebabkan hilangnya keunggulan kompetitif yang diperoleh dari merek dan desain unik. Teori kerugian ekonomi menunjukkan bahwa peniruan dapat mengakibatkan kerugian finansial bagi pemilik asli yang telah menginvestasikan waktu dan sumber daya dalam pengembangan merek dan

desain mereka. Akibatnya, bisnis kuliner yang menjadi korban plagiasi mungkin mengalami penurunan penjualan dan pangsa pasar.

Selanjutnya, dalam konteks undang-undang, perusahaan yang melakukan plagiasi merek dan desain industri dapat melanggar undang-undang hak atas kekayaan intelektual. Undang-undang merek dagang dan desain industri memberikan perlindungan hukum terhadap pelanggaran seperti itu. Menurut undang-undang merek dagang, pelanggaran dapat berupa penggunaan merek yang identik atau serupa tanpa izin dari pemilik merek. Sementara itu, undang-undang desain industri melindungi desain yang orisinal dari produksi atau penggunaan tanpa izin. Pelanggaran undang-undang ini dapat mengakibatkan tuntutan hukum yang merugikan bagi pelaku plagiasi.

Selain itu, plagiasi merek dan desain juga dapat mengancam inovasi dalam industri kuliner. Jika pemilik merek dan desain tidak merasa aman untuk berinovasi karena risiko plagiasi, maka kemungkinan mereka untuk berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan akan menurun. Hal ini bertentangan dengan teori inovasi, yang menekankan pentingnya perlindungan kekayaan intelektual untuk mendorong inovasi dan penciptaan nilai baru. (Maheswari et al., 2021)

Lebih lanjut, dampak plagiasi merek dan desain industri dapat merambah ke pasar global. Bisnis kuliner yang menjadi korban plagiasi mungkin menghadapi tantangan dalam memasuki pasar internasional karena reputasi mereka tercemar oleh praktik-praktik tidak etis. Dalam konteks ini, teori pasar global dan teori identitas merek menyoroti pentingnya membangun reputasi yang kuat dan konsisten di pasar internasional. Plagiasi dapat menghambat upaya bisnis dalam membangun identitas merek yang kuat dan dapat dipercaya di pasar global.

Selanjutnya, dampak sosial plagiasi dapat menciptakan ketidaksetaraan dalam persaingan bisnis. Bisnis yang memilih untuk menjalankan praktik-praktik yang tidak etis seperti plagiasi dapat memperoleh keuntungan yang tidak adil dibandingkan dengan pesaing yang mematuhi prinsip-prinsip kekayaan intelektual. Ini bertentangan dengan prinsip keadilan ekonomi yang menekankan pentingnya persaingan yang adil dan sehat dalam menciptakan nilai bagi semua pihak. Secara keseluruhan, dampak plagiasi merek dan desain industri dalam bisnis kuliner sangat kompleks dan dapat menciptakan konsekuensi yang luas bagi semua pihak yang terlibat. Perlindungan hukum dan etika bisnis yang kuat sangat penting dalam mencegah dan menanggulangi praktik plagiasi ini untuk menjaga integritas pasar dan keadilan ekonomi.

## **Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Atas Hak Merek dan Desain Industri Pada Bisnis Kuliner di Indonesia.**

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah hasil dari aktivitas intelektual manusia yang diwujudkan dalam bentuk penciptaan atau penemuan tertentu, yang dapat mencakup bidang ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi. Penting untuk dicatat bahwa yang dilindungi oleh hukum adalah HKI itu sendiri, bukan materi dalam bentuk fisik yang merupakan hasil dari HKI tersebut. Hal ini karena HKI merupakan hak eksklusif yang melekat pada pemilik atau pemegang hak, sehingga pihak lain yang ingin menggunakan atau memanfaatkan hak tersebut untuk menciptakan atau memproduksi benda fisik harus memperoleh lisensi atau izin dari pemilik atau pemegang hak. (Saputro, 2023)

Perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual, termasuk hak merek dan desain industri, di Indonesia merupakan aspek penting dalam memastikan inovasi dan keberlanjutan bisnis kuliner. Undang-undang hak kekayaan intelektual yang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri, memberikan kerangka kerja untuk melindungi pemegang hak dari praktik-praktik plagiasi dan pelanggaran hak. Teori hak kekayaan intelektual, seperti teori properti intelektual dan teori perlindungan hukum, memberikan landasan pemikiran yang mendukung pentingnya perlindungan hukum dalam mendorong inovasi dan penciptaan nilai dalam bisnis kuliner. (Rizkia & Fardiansyah, 2022)

Dasar hukum untuk melindungi desain industri tercantum dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 dan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2005 yang mengatur pelaksanaannya. Menurut Pasal 1 ayat 5 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000, hak atas desain industri adalah hak istimewa yang diberikan oleh Negara kepada pemiliknya, yang diberikan setelah desain industri tersebut didaftarkan. Hukum memberikan perlindungan kepada pemegang hak dengan mencegah pelaku usaha curang untuk menciptakan, menggunakan, menjual, mengeksport, mengimpor, atau mendistribusikan barang yang diproduksi tanpa izin atau pengetahuan dari pemilik hak desain industri tersebut.

Dasar hukum mengenai Desain Industri tersebut memberikan perlindungan terhadap desain industri yang orisinal dan unik. Pemilik desain yang telah terdaftar memiliki hak eksklusif untuk memanfaatkannya dalam kegiatan perdagangan dan dapat menuntut pihak yang meniru atau menyalin desain tersebut. Ini sejalan dengan teori perlindungan hukum yang

menekankan pentingnya memberikan insentif kepada pencipta untuk terus berinovasi (Citrawinda, 2008).

Hak desain industri adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pendesain terhadap karyanya untuk jangka waktu tertentu, yang memungkinkan mereka untuk menjalankan hak tersebut sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain. Perlindungan hukum terhadap pemegang hak desain memiliki dampak yang signifikan terhadap keadilan, ketertiban, kepastian hukum, serta manfaat dan kedamaian bagi para pemegang hak. Desain industri yang dapat dilindungi harus sesuai dengan standar moral dan kesusilaan, sebagaimana diatur dalam Pasal 10 Undang-Undang Desain Industri (Sukma, 2024). Menurut Rivan, (2016) desain industri merupakan hasil karya yang berupa gambar, garis, warna, atau kombinasi dari itu dalam bentuk dua atau tiga dimensi yang dapat menghasilkan produk dan bermanfaat bagi penjual barang dan jasa. Perlindungan hak desain industri mendorong inovasi dan pengembangan dalam dunia bisnis.

Hak desain industri diperoleh melalui proses pendaftaran, yang merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hak tersebut. Tanpa pendaftaran, tidak akan ada hak desain industri dan tidak akan ada perlindungan yang diberikan. Setiap individu atau pelaku usaha berhak mendapatkan perlindungan hak desain industri dari Negara. Perlindungan ini, termasuk perlindungan terhadap hak ekonomi dan moral, berdampak positif terhadap kreasi pendesain dan memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, baik bagi pendesain maupun negara. (Fajrina et al., 2022)

Pelanggaran terhadap undang-undang desain industri, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000, adalah tindakan serius yang dapat mengakibatkan konsekuensi hukum yang berat bagi pelakunya. Undang-undang tersebut memberikan perlindungan kepada pemegang hak desain industri, yang memiliki hak eksklusif untuk menggunakan dan mengontrol penggunaan desain yang mereka miliki. Namun, tindakan melanggar ini dapat terjadi jika seseorang dengan sengaja dan tanpa izin melakukan tindakan yang dilindungi oleh hak desain industri.

Tindakan yang dilarang termasuk membuat, menggunakan, menjual, mengimpor, mengekspor, atau menyebarkan barang yang dilindungi oleh hak desain industri tanpa izin dari pemegang hak. Ini berarti bahwa setiap orang yang ingin menggunakan desain industri yang dilindungi harus memperoleh izin dari pemegang hak terlebih dahulu. Pada Pasal 54 menjelaskan pelanggaran terhadap aturan ini dapat mengakibatkan hukuman pidana penjara

hingga 4 tahun dan/atau denda yang substansial, dengan jumlah maksimal mencapai Rp 300.000.000.

Pasal 9 menjelaskan namun, ada pengecualian yang diakui oleh undang-undang, di mana penggunaan desain industri untuk tujuan penelitian dan pendidikan diperbolehkan, selama penggunaan tersebut tidak merugikan kepentingan wajar dari pemegang hak desain industri. Ini berarti bahwa dalam konteks penelitian dan pendidikan, penggunaan desain industri dapat dilakukan tanpa izin asalkan tidak mengganggu hak-hak yang sah dari pemegang hak.

Sistem pendaftaran desain industri di Indonesia adalah konstitutif, di mana pemilik desain yang sah adalah orang yang pertama kali mendaftarkan desain tersebut di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJHKI). Pendaftaran ini penting untuk memperoleh perlindungan hukum terhadap desain dan memudahkan pembuktian kepemilikan jika terjadi klaim oleh pihak lain. Perlindungan ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan industri yang sehat dan mencegah praktik peniruan desain serta persaingan tidak jujur. Perlindungan ini juga merupakan salah satu bentuk penegakan hukum terhadap desain industri yang berupa berupa tindakan administratif yang merupakan pelengkap dari bentuk perlindungan secara pidana maupun secara perdata. (Lim, 2022)

Perlindungan hukum terhadap merek diatur dalam Undang-Undang nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek dagang digunakan untuk mengidentifikasi produk atau layanan dan harus didaftarkan melalui DJHKI. Namun, tidak semua permohonan merek diterima, terutama jika diajukan oleh pemohon yang tidak beritikad baik, seperti meniru merek terkenal atau dengan maksud tidak jujur. Merek juga dapat ditolak jika sudah didaftarkan oleh pihak lain sebelumnya atau terkait dengan indikasi geografis yang sudah dikenal. Perlindungan hukum ini penting untuk melindungi pemilik merek yang telah terdaftar dan mencegah persaingan tidak sehat. (Rizadian & Rahaditya, 2022)

Perlindungan merek dan indikasi geografis diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Menurut Pasal 29 undang-undang tersebut, Direktorat Jenderal memiliki wewenang untuk menolak permohonan merek dalam beberapa situasi. Salah satunya adalah jika merek yang diajukan memiliki kemiripan yang signifikan dengan merek lain yang sudah terdaftar lebih dulu untuk barang dan/atau jasa yang sama, atau dengan merek yang sudah dikenal, atau dengan indikasi geografis yang sudah terdaftar. Persyaratan serupa juga dapat berlaku untuk barang dan/atau jasa yang berbeda, namun dengan ketentuan yang akan dijelaskan lebih lanjut oleh Peraturan Pemerintah.

Selain itu, permohonan merek juga akan ditolak jika terbukti bahwa merek tersebut menyerupai nama individu terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki oleh pihak lain tanpa izin tertulis. Begitu pula jika merek tersebut menyerupai nama, bendera, lambang, atau simbol negara atau lembaga nasional atau internasional tanpa izin tertulis dari pihak yang berwenang. Terakhir, tindakan menyerupai tanda, cap, atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah juga akan ditolak, kecuali jika ada izin tertulis yang sah dari pihak yang berwenang. Dengan demikian, undang-undang ini bertujuan untuk melindungi kekhasan merek dan kepentingan hukum terkaitnya.

Pasal 35 dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menetapkan bahwa merek terdaftar diberikan perlindungan hukum selama 10 tahun sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek tersebut. Perlindungan ini dapat diperpanjang dengan mengajukan permohonan perpanjangan perlindungan. Meskipun tidak ada kewajiban untuk mendaftarkan merek, namun perlindungan hukum hanya diberikan kepada merek yang telah terdaftar. Permohonan pendaftaran merek akan diterima apabila memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh Undang-undang Merek, baik secara formalitas maupun substantif. (Putra, 2018)

Perlindungan ini dimaksudkan untuk menghalangi upaya penyalahgunaan hak merek oleh pihak yang tidak memiliki hak yang sah atas merek tertentu. Hak merek diterapkan secara wilayah, berarti hak tersebut hanya efektif di daerah tempat merek tersebut didaftarkan dan diakui. Perlindungan hak merek ini melibatkan larangan terhadap peniruan atau pemalsuan simbol atau bentuk dari merek yang telah terdaftar, yang kemudian digunakan dalam aktivitas perdagangan barang atau jasa. Pendaftaran merek yang dilakukan dengan tujuan yang kurang baik atau bertentangan dengan hukum, serta tidak memiliki ciri khas yang memadai, tidak akan diterima atau diakui sebagai merek yang layak dilindungi (Firmansyah, 2011). Merek digunakan sebagai pengenal untuk membedakan produk atau jasa yang dihasilkan oleh individu, kelompok, atau badan hukum dengan produk atau jasa yang dihasilkan oleh pihak lain. Proses penggunaan merek ini memungkinkan untuk mengidentifikasi hasil ciptaan yang unik dari suatu entitas atau kelompok entitas. Untuk melindungi merek tersebut, investor perlu mengajukan permohonan merek kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia. Menurut Saidin, (2013) merek dagang melibatkan nama dan logo produk atau layanan untuk membedakan asal-usul dari hasil karya orang atau badan hukum. Untuk melindungi merek, investor perlu mengajukan permohonan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia. Perlindungan merek berlaku selama 10 tahun dan dapat

diperpanjang setiap dekade. Pemegang merek dapat mengajukan perpanjangan mulai enam bulan sebelum masa perlindungan habis hingga enam bulan setelahnya. Negara memiliki tanggung jawab dalam menegakkan hukum merek, sehingga pemilik merek dapat mengambil langkah hukum jika terjadi sengketa atau pelanggaran merek.

Undang-Undang Merek tersebut memberikan perlindungan terhadap merek dagang yang telah terdaftar. Merek yang terdaftar memiliki hak eksklusif untuk digunakan dalam kegiatan perdagangan, serta dapat menuntut pihak yang melakukan plagiasi atau pemalsuan. Hal ini sesuai dengan prinsip perlindungan hukum untuk mencegah kerugian ekonomi yang timbul akibat praktik-praktik tidak sah. Pada bisnis kuliner Undang-Undang tersebut memberikan perlindungan hukum terhadap merek dagang. Perlindungan ini mencakup hak eksklusif bagi pemilik merek untuk menggunakan, mengizinkan, atau melarang pihak lain menggunakan merek yang terdaftar untuk produk atau jasa yang sejenis. Dalam konteks bisnis kuliner, merek yang telah terdaftar membantu pemilik usaha dalam melindungi reputasi dan identitas produknya dari peniruan atau penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain, yang dapat merugikan citra dan pendapatan bisnis tersebut. Pendaftaran merek juga memberikan kepastian hukum dan dapat meningkatkan daya saing serta kepercayaan konsumen terhadap produk kuliner yang ditawarkan.

Setiap individu atau perusahaan yang melanggar hak desain industri atau merek bisa menghadapi sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Pelanggaran terhadap hak desain industri dapat berujung pada sanksi pidana dan klaim ganti rugi sesuai dengan Pasal 54 Undang-Undang Desain Industri. Hak merek dianggap sebagai aset yang dapat dipertahankan oleh siapa pun. Pasal 76 Undang-Undang Merek mengakui dua bentuk klaim hukum, yaitu klaim ganti rugi dan permintaan penghentian pemakaian merek. Ganti rugi harus dapat diukur secara finansial, termasuk kerugian non-materiil seperti dampak moral dari penggunaan merek tanpa izin. Tindakan pemilik merek untuk mencegah penggunaan yang tidak sah harus didukung oleh hukum. Perlindungan hukum yang memadai terhadap merek sangat penting untuk mendukung pertumbuhan perdagangan suatu negara. Pelanggaran merek, seperti pembajakan, tidak hanya merugikan pemilik merek, tetapi juga konsumen secara luas. (Maheswari et al., 2021)

Pengaturan hukum yang kuat tentang hak kekayaan intelektual juga membantu dalam menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan sehat. Dengan adanya undang-undang yang jelas, pelaku bisnis memiliki kepastian hukum dalam menjalankan usaha mereka dan merasa aman

untuk berinovasi tanpa takut akan plagiasi atau pelanggaran hak. Perlu dicatat bahwa perlindungan hukum tidak hanya berlaku untuk pemilik bisnis besar, tetapi juga untuk pelaku bisnis kecil dan menengah di sektor kuliner. Hal ini sejalan dengan prinsip inklusivitas dalam teori keadilan ekonomi, yang menekankan pentingnya memberikan perlindungan hukum yang sama kepada semua pihak di pasar.

Selain itu, pelaksanaan undang-undang hak kekayaan intelektual juga berkontribusi pada pembangunan ekosistem inovasi yang berkelanjutan dalam bisnis kuliner. Dengan adanya insentif dalam bentuk perlindungan hukum, pemilik bisnis cenderung lebih termotivasi untuk berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan produk baru. Namun, tantangan utama dalam perlindungan hukum hak kekayaan intelektual di Indonesia adalah penegakan hukum yang efektif. Terkadang, terdapat kesenjangan antara undang-undang yang ada dan implementasinya di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama antara pemerintah, lembaga penegak hukum, dan sektor swasta untuk meningkatkan efektivitas penegakan hukum dalam melindungi hak kekayaan intelektual.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, penting untuk terus melakukan edukasi kepada masyarakat dan pelaku bisnis tentang pentingnya hak kekayaan intelektual. Pemahaman yang lebih baik tentang hak dan kewajiban dalam hal kekayaan intelektual dapat membantu mencegah pelanggaran yang tidak disengaja dan mendorong kesadaran akan pentingnya menghormati hak milik orang lain.

Secara keseluruhan, perlindungan hukum hak kekayaan intelektual atas hak merek dan desain industri di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung inovasi dan keberlanjutan bisnis kuliner. Dengan adanya kerangka hukum yang kuat dan penegakan hukum yang efektif, diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif untuk pertumbuhan dan perkembangan industri kuliner di Indonesia.

## **KESIMPULAN**

1. Dampak plagiasi merek dan desain industri tanpa izin pemegang Hak atas Intelektual pada bisnis kuliner yaitu dapat merusak kepercayaan konsumen, mengurangi daya saing bisnis, dan menghambat inovasi, yang pada akhirnya menyebabkan kerugian finansial dan reputasi bagi pemilik hak intelektual. Undang-undang kekayaan intelektual memberikan perlindungan hukum terhadap pelanggaran ini, namun praktik plagiasi tetap menciptakan ketidaksetaraan dalam persaingan dan mengancam integritas pasar.

Perlindungan hukum yang kuat dan etika bisnis yang baik diperlukan untuk menjaga keadilan ekonomi dan mendorong inovasi dalam industri kuliner.

2. Perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual, khususnya hak merek dan desain industri di Indonesia, adalah krusial untuk mendukung inovasi dan keberlanjutan bisnis kuliner. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri menyediakan kerangka hukum yang melindungi pemegang hak dari praktik plagiasi dan pelanggaran. Perlindungan ini tidak hanya memberikan hak eksklusif bagi pemilik untuk menggunakan dan melarang penggunaan tanpa izin, tetapi juga mendorong iklim bisnis yang adil dan sehat, memotivasi inovasi, serta meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen. Namun, tantangan utama terletak pada penegakan hukum yang efektif, yang memerlukan kerjasama antara pemerintah, lembaga penegak hukum, dan sektor swasta untuk mengatasi kesenjangan dalam implementasi undang-undang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Biela, D. S., & Rosando, A. F. (2022). Akibat Hukum Terhadap Pelaku Usaha yang Melakukan Pelanggaran Hak Atas Merek. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2(1).
- Citrawinda, C. (2008). *Laporan Akhir Naskah Akademik Peraturan Perundang-Undangan Rancangan Undang-Undang Tentang Desain Industri*.
- Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (2014). *Hak Milik Intelektual*. Citra Aditiya Bakti.
- Fajrina, R. M., Fitri, D. M., & Rizky, R. (2022). Kebijakan Preventif Dalam Menanggulangi Tindak Pidana Plagiarisme Terhadap Desain Produk. *Unes Law Review*, 5(2).
- Firmansyah, H. (2011). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Pustaka Yustisia.
- Kumparan. (2021). *Dituduh Jiplak Bisnis Kuliner Orang Lain, Okin (Eks-Rachel Vennya) Tuai Kritik*. <https://Kumparan.Com/Marketing-Kontrakhukum/Dituduh-Jiplak-Bisnis-Kuliner-Orang-Lain-Okin-Eks-Rachel-Vennya-Tuai-Kritikan-201ZTlalkin>.
- Lim, V. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Desain Industri Atas Desain Industri Yang Telah Didaftarkan Menurut Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri. *Jurnal Notarius Program Studi Kenotariatan Pascasarjana UMSU*, 1(1).

- Maheswari, N. K. M. D., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Desain Industri Yang Sama Dengan Merek Yang Berbeda. *Jurnal Preferensi Hukum*, 2(1).
- Purinsyah, K. T. P. (2021). *Analisa Yuridis Penggunaan Merek Tahu Serasi Oom Shin Tanpa Izin Terhadap Perlindungan Konsumen*. Universitas Diponegoro.
- Putra, E. D. (2018). . Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Dagang Terhadap Plagiarisme Menurut UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Lex Privatum* , VI(10).
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33).
- Rivan, S. S. (2016). Penerapan Penjatuhan Sanksi Pidana Terhadap Pelaku Pencurian Dokumen Elektronik · Milik Orang Lain di Kota Makassar. *Jurnal Hukum*, 1(1).
- Rizadian, A. F. N., & Rahaditya. (2022). Urgensi Mendaftarkan Merek Dagang untuk Menghindari Penyalahgunaan Merek. *Journal on Education*, 05(01), 1151–1159.
- Rizaty, M. A. (2021). *Terbanyak Nasional, Jumlah UMK Makanan dan Minuman Jawa Barat Capai 791,4 Ribu*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/08/23/Terbanyak-Nasional-Jumlah-Umk-Makanan-Dan-Minuman-Jawa-Barat-Capai-7914-Ribu>.
- Rizkia, N. D., & Fardiansyah, H. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Widina Bhakti Persada.
- Saidin, H. O. (2013). *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual. Property Rights): Vol. VIII*. Rajawali Pers.
- Saputro, R. E. (2023). Perlindungan Hukum Atas Karya Fotografi Yang Dimuat Pada Aplikasi Instagram Tanpa Persetujuan Pencipta. *Jurnal Notarius, Program Studi Kenotariatan Pascasarjana UMSU*, 2(2).
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2014). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Raja Grafindo Persada.
- Sukma, Y. (2024). Perlindungan Hukum terhadap Pemegangdesain Industri Berdasarkan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000. *Journal of Law and Nation (JOLN)*, 3(2), 412–421.
- Sutedi, A. (2013). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Sinar Grafika.