

ABSTRAK

Merek merupakan tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan, atau kombinasi unsur dengan daya pembeda untuk barang atau jasa dari perusahaan atau UMKM dalam perdagangan. Penggunaan merek dilindungi oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. Peningkatan UMKM jasa boga di Kota Depok seharusnya sejalan dengan peningkatan merek terdaftar, tetapi beberapa UMKM jasa boga masih belum terdaftar, sehingga terjadi ketidakseimbangan antara pelaku UMKM dan merek terdaftar. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti tentang "Perlindungan Merek Terdaftar dalam Peningkatan UMKM Jasa Boga di Kota Depok". Adapun metode yang digunakan adalah metode yuridis normatif dan sumber data sekunder dari sumber terkait dengan teknik penelitian studi pustaka terhadap bahan hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek UMKM jasa boga melibatkan aspek preventif (Pasal 20 dan 21) untuk mencegah penyalahgunaan merek, serta aspek represif yang dilakukan oleh lembaga peradilan dan aparat penegak hukum lainnya (Pasal 100 UU No. 20 Tahun 2016). Pelaksanaan perlindungan merek terdaftar di Kota Depok dinilai baik, namun Pemerintah Kota Depok melalui DKUM terus berupaya dengan menyediakan tempat pemasaran, mendampingi pendaftaran merek, memberikan pemahaman terkait fungsi merek dan branding, serta menyediakan wadah untuk diskusi mengenai usaha mereka.

Kata Kunci: *Merek, UMKM, Jasa Boga*

ABSTRACT

A brand is a sign in the form of an image, name, word, letter, number, arrangement, or combination of elements with distinguishing power for goods or services from a company or MSME in trade. The use of marks is protected by Law no. 20 of 2016 concerning brands and geographical indications. The increase in food service MSMEs in Depok City should be in line with the increase in registered brands, but several food service MSMEs are still not registered, resulting in an imbalance between MSME players and registered brands. Therefore, researchers want to research "Protection of Registered Trademarks in Increasing Food Service MSMEs in Depok City". The method used is a normative juridical method and secondary data sources from sources related to library study research techniques on legal materials. The research results show that legal protection for food service MSME brands involves preventive aspects (Articles 20 and 21) to prevent brand misuse, as well as repressive aspects carried out by judicial institutions and other law enforcement officials (Article 100 of Law No. 20 of 2016). The implementation of registered brand protection in Depok City is considered good, however, the Depok City Government through DKUM continues to make efforts by providing marketing venues, assisting brand registration, providing understanding regarding the function of brands and branding, and providing a forum for discussion regarding their business.

Keywords: Brand, UMKM, Food Service