

## ABSTRAK

**Dewi Tresnawati**, Pelaksanaan Pendaftaran Merek Dagang Oleh Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Yang Belum Terdaftar Di Kota Bandung Dihubungkan Dengan Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.

Merek sebagai salah satu kekayaan intelektual pada umumnya melekat dalam berbagai sektor bisnis, salah satunya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Meskipun skala bisnis yang dijalankan oleh UMKM bukanlah suatu skala yang besar, tetapi pada umumnya seluruh UMKM memiliki suatu merek. Oleh karena itu untuk memperoleh hak mereknya setiap pelaku usaha mikro kecil dan menengah harus membuat permohonan pendaftaran merek agar mendapatkan hak merek dagangnya ketika setelah didaftarkan. Hal tersebut sesuai dengan Pasal 3 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang berbunyi: “Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar”. Namun pada implementasinya masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek dagangnya karena kendala-kendala tertentu. Padahal pendaftaran sejak awal mendirikan usaha dapat menjadi perlindungan hukum, terutama mengantisipasi terjadinya sengketa merek di masa yang akan datang.

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pendaftaran merek dagang oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang belum terdaftar merek dagangnya di Kota Bandung, mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung dalam mendaftarkan merek dagangnya, serta mengetahui upaya-upaya hukum dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bandung dalam mendaftarkan merek dagangnya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis dengan metode pendekatan yuridis empiris, yaitu suatu metode yang mendeskripsikan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku kemudian dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa pelaksanaan pendaftaran merek dagang oleh pelaku UMKM di Kota Bandung masih terbilang rendah, karena kesenjangan pengetahuan dan kesadaran hukum pelaku UMKM perihal pendaftaran merek dagang juga biayanya yang dianggap besar dan prosesnya rumit serta kurangnya sosialisasi dari pihak-pihak terkait. Maka penanggulangannya yaitu dengan cara adanya sosialisasi yang konsisten dan berkelanjutan dari pihak-pihak terkait, agar informasi mengenai pendaftaran merek dapat menjangkau seluruh pelaku UMKM di Kota Bandung.

**KATA KUNCI** : Merek, Pendaftaran Merek, Usaha Mikro Kecil dan Menengah.