

ABSTRAK

Hak merek, yang merupakan salah satu hak kekayaan intelektual, sangat penting bagi masyarakat, termasuk praktisi hukum dan pelaku usaha, untuk melindungi merek mereka saat bersaing di pasar global. Dimana hak merek ini melindungi kekayaan intelektual dalam tiga tahap: perencanaan, produksi, dan pemasaran. Hak merek sangat penting dalam kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Teknologi informasi dan transportasi telah berkembang pesat di sektor kelompok usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Terutama, UMKM Bojonegoro memiliki banyak merek kue kering. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kesadaran masyarakat dalam upaya perlindungan hukum atas kekayaan intelektual pada UMKM kue kering di Bojonegoro (Analisis atas Undang-Undang Hak Merek dan Hukum Islam).

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif atau penelitian lapangan yang bersifat yuridis empiris dan normatif. Dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer yang diperoleh dari diperoleh melalui wawancara, observasi maupun dokumentasi dalam bentuk dokumen tertulis atau gambar. Sedangkan data kajian pustaka seperti buku-buku ilmiah, hasil penelitian dan sebagainya.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kesadaran masyarakat dalam upaya perlindungan hukum atas kekayaan intelektual pada UMKM kue kering di Bojonegoro yaitu dari pengelolaan setempat sendiri telah berupaya memberikan fasilitas merek namun dibatasi. Sedangkan upaya dari pelaku usaha UMKM kue kering sendiri telah berupaya melindungi merek dagangnya namun mereka terkendala dalam kurangnya fasilitas ataupun sosialisasi, bimbingan dari pengelola setempat dan biaya dalam pendaftaran merek tersebut.

Kata Kunci : *Perlindungan Hukum HKI, Hak Merek*

ABSTRACT

Brand rights, which are one of the intellectual property rights, are very important for the public, including legal practitioners and business actors, to protect their brands when competing in the global market. Where brand rights protect intellectual property in three stages: planning, production and marketing. Brand rights are very important in the micro, small and medium enterprise (MSME) group. Information and transportation technology has developed rapidly in the micro, small and medium enterprise (MSME) sector. In particular, Bojonegoro MSMEs have many brands of pastries. This research was conducted to find out how public awareness is regarding legal protection efforts for intellectual property in pastry MSMEs in Bojonegoro (Analysis of the Trademark Rights Law and Islamic Law).

This research uses qualitative methods or field research which are empirical and normative juridical in nature. The data sources used in this research are primary data obtained through interviews, observation and documentation in the form of written documents or images. Meanwhile, literature review data such as scientific books, research results and so on.

The results of this research explain that public awareness in efforts to legally protect intellectual property in pastry MSMEs in Bojonegoro, namely from local management itself, has attempted to provide branding facilities but is limited. Meanwhile, the efforts of MSME pastry business actors themselves have tried to protect their trademarks, but they are hampered by a lack of facilities or outreach, guidance from local managers and costs in registering the brand.

Keywords: HKI Law Protection, Trademark Rights