



KESADARAN DAN PERLINDUNGAN HUKUM MEREK PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM): STUDI EMPIRIS TERHADAP PELAKU USAHA KULINER DI KOTA BANJARBARU

Indriana Mufharichah¹, Muhammad Syamshu Dluha², Saima Amalia³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

Email: indriannaaz@gmail.com, syamsudduhaa18@gmail.com, saimaamalia78@gmail.com

Received 25-11-2025 | Revised form 15-12-2025 | Accepted 03-01-2026

Abstract

Brands are a form of intellectual property that play a strategic role in the sustainability and competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, in practice, many MSME players have not registered their brands due to limited knowledge, costs, and the perception that brand protection is not an urgent need. This study aims to examine the level of legal awareness of MSME players regarding trademark legal protection, identify factors that influence the decision to register a trademark, and analyze the legal implications of unregistered trademarks. The research method used is empirical legal research with a sociological approach, through direct interviews with several culinary MSME players in Banjarbaru City, namely Jancuan, Mang Ipung, and Es Dawet Sukawati. The results of the study show differences in the level of understanding and attitudes of MSME actors towards the importance of trademark registration. MSMEs that have been operating for a long time tend to be more aware of legal risks and choose to register their trademarks, while MSMEs that are newly established or small in scale still consider trademark registration to be a low priority. The main factors hindering trademark registration include a lack of information about procedures, registration costs, and low levels of socialization from the government. This study concludes that legal awareness of trademarks among MSMEs has not been fully internalized into concrete actions. Therefore, the government needs to play an active role in providing education, assistance, and easy access to trademark registration in order to strengthen legal protection and increase the competitiveness of MSMEs.

Keywords: Trademark Rights, MSMEs, Legal Protection, Legal Awareness, Intellectual Property Rights.

Abstrak

Merek merupakan salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual yang memiliki peran strategis bagi keberlangsungan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan mereknya karena keterbatasan pengetahuan, biaya, dan persepsi bahwa perlindungan merek belum menjadi kebutuhan mendesak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap perlindungan hukum merek, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pendaftaran merek, serta menganalisis implikasi hukum dari merek yang tidak terdaftar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris dengan pendekatan sosiologis, melalui wawancara langsung terhadap beberapa pelaku UMKM kuliner di Kota Banjarbaru, yaitu usaha Jancuan, Mang Ipung, dan Es Dawet Sukawati. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan tingkat pemahaman dan sikap pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek. UMKM yang telah lama beroperasi cenderung lebih menyadari risiko hukum dan memilih untuk mendaftarkan mereknya, sementara UMKM yang baru berdiri atau berskala kecil masih menganggap pendaftaran merek belum prioritas. Faktor utama penghambat pendaftaran merek meliputi kurangnya informasi mengenai prosedur, biaya pendaftaran, serta rendahnya sosialisasi dari pemerintah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kesadaran hukum merek pada UMKM belum sepenuhnya

terinternalisasi dalam tindakan nyata. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah dalam memberikan edukasi, pendampingan, dan kemudahan akses pendaftaran merek guna memperkuat perlindungan hukum serta meningkatkan daya saing UMKM.

Kata kunci: Hak Merek, UMKM, Perlindungan Hukum, Kesadaran Hukum, Hak Kekayaan Intelektual.

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.



PENDAHULUAN

Merek merupakan salah satu instrumen penting dalam rezim Hak Kekayaan Intelektual yang berfungsi sebagai identitas, pembeda, sekaligus jaminan kualitas suatu produk atau jasa. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), merek tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga memiliki dimensi hukum yang menentukan posisi pelaku usaha dalam persaingan pasar. Di era ekonomi kreatif dan digital saat ini, keberadaan merek menjadi aset tidak berwujud yang berperan strategis dalam membangun kepercayaan konsumen serta menjaga keberlangsungan usaha.¹

Meskipun demikian, tingkat pendaftaran merek di kalangan UMKM masih tergolong rendah. Banyak pelaku usaha yang menjalankan kegiatan usahanya tanpa perlindungan hukum merek yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan permasalahan hukum di kemudian hari. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang mengatur pentingnya perlindungan merek dengan praktik yang terjadi di lapangan, khususnya pada sektor UMKM yang masih menghadapi keterbatasan sumber daya dan akses informasi hukum.²

Secara empiris, pelaku UMKM memiliki pandangan yang beragam terhadap urgensi pendaftaran merek. Sebagian pelaku usaha menyadari bahwa merek perlu didaftarkan untuk mencegah peniruan dan sengketa hukum, sementara sebagian lainnya menganggap pendaftaran merek belum menjadi prioritas karena skala usaha yang masih kecil atau usaha yang baru dirintis. Perbedaan sikap ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran hukum merek pada UMKM belum terbentuk secara merata dan konsisten.³

Kondisi tersebut juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pemahaman mengenai prosedur pendaftaran merek, persepsi biaya yang dianggap mahal, serta minimnya sosialisasi dan pendampingan dari pemerintah. Akibatnya, banyak UMKM yang memiliki nama dan logo usaha yang unik serta bernilai ekonomis, tetapi tidak memperoleh perlindungan hukum karena tidak didaftarkan secara resmi. Situasi ini

¹ Widya Yuniati Siregar and Debora Debora, "Peran Kekuatan Merek Bagi UMKM MoriGe : Sebagai Perlindungan Hukum Dan Mendukung Keberlanjutan Bisnis," *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora* 4, no. 2 (2025): 01–11, <https://doi.org/10.55606/jurrish.v4i2.4328>.

² Nadasyifa Salsabila Ramadhani et al., "Analisis Urgensi Pendaftaran Hak Merek Dalam Perlindungan Hukum Untuk Menjamin Persaingan Usaha Yang Sehat Di Indonesia," *Jurnal Hukum Nusantara* 1, no. 3 (2025): 215–26.

³ Ida Ayu Putri Laksmidewi Purba and I. Gede Saka Wiladitya, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Merek UMKM: Perspektif Pemasaran," *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi (JME)* 2, no. 1 (2024): 71–80.

berpotensi melemahkan posisi hukum UMKM apabila terjadi peniruan atau sengketa merek.⁴

Fenomena tersebut dapat ditemukan pada UMKM kuliner di Kota Banjarbaru, yang menunjukkan variasi tingkat pengetahuan dan sikap terhadap perlindungan merek. Terdapat UMKM yang telah mendaftarkan mereknya karena khawatir terhadap plagiasi, namun ada pula yang belum mendaftarkan merek dengan alasan usaha masih kecil atau belum memahami pentingnya perlindungan hukum. Realitas ini menjadi dasar penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana kesadaran hukum merek dipahami dan diterapkan oleh pelaku UMKM dalam praktik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji tingkat pemahaman dan kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap perlindungan merek, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pendaftaran merek, serta menganalisis implikasi hukum dari merek yang tidak terdaftar. Melalui penelitian hukum empiris berbasis wawancara terhadap pelaku UMKM kuliner di Kota Banjarbaru, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian hukum merek serta menjadi bahan rekomendasi praktis bagi upaya penguatan perlindungan hukum merek bagi UMKM.

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

1. Konsep Hak Kekayaan Intelektual dan Hak Merek

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada individu atau badan hukum atas hasil olah pikir manusia yang memiliki nilai ekonomi. Salah satu bentuk HKI yang paling dekat dengan aktivitas UMKM adalah merek, yang berfungsi sebagai tanda pembeda berupa nama, logo, simbol, atau kombinasi unsur lainnya untuk membedakan barang atau jasa sejenis. Merek memiliki karakter hak eksklusif, yang berarti hanya pemilik merek terdaftar yang berhak menggunakan dan memberikan izin penggunaan kepada pihak lain. Dalam dunia usaha, merek berfungsi sebagai identitas komersial, alat promosi, penjamin kualitas, serta aset tidak berwujud yang dapat meningkatkan nilai ekonomi suatu usaha.⁵

2. Perlindungan Hukum Merek dalam Hukum Positif Indonesia

Perlindungan hukum merek di Indonesia menganut prinsip *first to file*, yaitu hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut, bukan pihak yang pertama kali menggunakan. Pemilik merek terdaftar memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan merek, melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau serupa, serta menuntut secara hukum

⁴ Muhammad Faris Shafly and Nursyarif Agusniansyah Agusniansyah, *FASILITAS PENGEMBANGAN UMKM DI BANJARBARU | JURNAL TUGAS AKHIR MAHASISWA LANTING*, July 3, 2024, <https://jtam.ulm.ac.id/index.php/lanting/article/view/1787>.

⁵ Kartika Dewi Irianto et al., *Pengantar Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (CV. Gita Lentera, 2024).
Hlm 34

apabila terjadi pelanggaran. Sebaliknya, merek yang tidak terdaftar tidak memperoleh perlindungan hukum yang optimal, sehingga pemilik usaha berpotensi kehilangan hak atas merek apabila pihak lain lebih dahulu mendaftarkannya, serta berada pada posisi hukum yang lemah dalam penyelesaian sengketa merek.⁶

3. UMKM dan Tantangan Perlindungan Merek

UMKM memiliki karakteristik khas berupa skala usaha kecil, modal terbatas, dan pengelolaan usaha yang masih sederhana, sehingga perlindungan merek sering kali belum menjadi prioritas utama. Keterbatasan akses informasi hukum, kurangnya pemahaman terhadap prosedur pendaftaran, serta persepsi biaya pendaftaran yang dianggap mahal menjadi tantangan utama bagi UMKM dalam melindungi mereknya. Selain itu, posisi tawar UMKM dalam sistem HKI relatif lemah karena minimnya pendampingan dan rendahnya kesadaran hukum, yang menyebabkan banyak UMKM rentan terhadap peniruan merek dan persaingan usaha tidak sehat.⁷

4. Teori Kesadaran Hukum

Teori kesadaran hukum menjelaskan bahwa kepatuhan terhadap hukum dipengaruhi oleh beberapa tahapan, yaitu pengetahuan hukum (*legal knowledge*), sikap hukum (*legal attitude*), dan perilaku hukum (*legal behavior*). Pengetahuan hukum berkaitan dengan pemahaman individu terhadap aturan hukum, sikap hukum mencerminkan penilaian atau pandangan terhadap pentingnya hukum, sedangkan perilaku hukum terlihat dari tindakan nyata dalam mematuhi atau menerapkan hukum tersebut. Dalam konteks UMKM, teori ini relevan untuk menganalisis mengapa sebagian pelaku usaha telah mengetahui pentingnya merek tetapi belum mengambil tindakan pendaftaran, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku hukum.⁸

5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibangun atas hubungan antara tingkat pengetahuan hukum pelaku UMKM tentang merek, sikap mereka terhadap urgensi perlindungan merek, dan tindakan nyata berupa pendaftaran merek. Semakin tinggi pengetahuan dan sikap positif terhadap hukum merek, maka semakin besar kemungkinan pelaku UMKM untuk mendaftarkan mereknya.

⁶ Muhamad Shafwan Afif and Heru Sugiyono, "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK TERKENAL DI INDONESIA," *JURNAL USM LAW REVIEW* 4, no. 2 (2021): 565–85, <https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4097>.

⁷ Muhammad Rizki Subagja Subagja et al., "EFEKTIVITAS AKTA NOTARIS DALAM PERLINDUNGAN MEREK UMKM: STUDI KASUS INDUSTRI KULINER TRADISIONAL," *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 14, no. 1 (2025): 79–91, <https://doi.org/10.28946/rpt.v14i1.4919>.

⁸ PUTI INDAH RAHMAYA PUTI INDAH RAHMAYA, "KESADARAN HUKUM PENGUSAHA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM PENDAFTARAN MEREK DAGANG PADA KANTOR KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA KOTA JAMBI" (skripsi, Universitas Batanghari, 2022), <http://repository.unbari.ac.id/1801/>.

Sebaliknya, rendahnya pengetahuan dan sikap acuh terhadap perlindungan hukum akan berdampak pada tidak dilakukannya pendaftaran merek, yang pada akhirnya menempatkan UMKM pada posisi hukum yang rentan. Kerangka ini digunakan sebagai dasar analisis empiris terhadap hasil wawancara pelaku UMKM.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris yang bertujuan untuk mengkaji hukum sebagaimana diterapkan dan dipahami dalam praktik oleh masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan sosiologis hukum, yaitu dengan melihat bagaimana ketentuan hukum mengenai perlindungan merek dipahami, disikapi, dan dilaksanakan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam kegiatan usaha sehari-hari.⁹

2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banjarbaru dengan subjek penelitian berupa pelaku UMKM sektor kuliner. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha dan penjaga usaha pada UMKM yang dijadikan objek penelitian, yaitu Jancuan, Mang Ipung, dan Es Dawet Sukawati, yang dipilih karena memiliki karakteristik usaha sejenis namun tingkat kesadaran dan perlindungan merek yang berbeda.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM terkait pemahaman, sikap, dan praktik pendaftaran merek. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari peraturan perundang-undangan mengenai merek, literatur hukum Hak Kekayaan Intelektual, buku, serta jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur dengan pedoman pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi berupa pengumpulan data terkait identitas usaha, nama dan logo merek, serta status pendaftaran merek sebagai bahan pendukung dalam analisis penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif, dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan mengaitkan temuan empiris di lapangan dengan ketentuan hukum merek dan teori kesadaran hukum, sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai kesadaran dan perlindungan hukum merek pada UMKM.

⁹ Iman Jalaludin Rifa'i et al., *Metodologi Penelitian Hukum* (Sada Kurnia Pustaka, 2023). Hlm 9

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil UMKM yang Diteliti

Jancuan merupakan UMKM kuliner yang baru beroperasi sekitar satu bulan dan bergerak di bidang makanan cepat saji seperti mi pedas, wonton, dan dimsum. Usaha ini telah memiliki nama dan logo yang unik serta menarik, namun mereknya belum didaftarkan karena pemilik usaha masih memprioritaskan pengembangan usaha dan belum memahami secara utuh prosedur pendaftaran merek.

Mang Ipung adalah UMKM kuliner yang telah beroperasi sejak tahun 2021 dan menjual makanan berat seperti ayam goreng dan ayam geprek. Berbeda dengan UMKM lainnya, usaha ini telah mendaftarkan mereknya karena kekhawatiran terhadap potensi peniruan nama usaha seiring dengan lamanya usaha beroperasi dan meningkatnya pelanggan.

Es Dawet Sukawati merupakan UMKM minuman tradisional yang telah berjalan kurang lebih dua tahun dan dimiliki secara perorangan tanpa cabang. Meskipun memiliki identitas usaha yang jelas, pemilik usaha belum memahami konsep hak merek dan belum mendaftarkan mereknya karena merasa usahanya masih berskala kecil.¹⁰

2. Tingkat Pemahaman UMKM terhadap Hak Merek

UMKM yang memahami hak merek tetapi belum mendaftarkan dapat dilihat pada usaha Jancuan, di mana pemilik usaha telah mengetahui pentingnya merek sebagai identitas usaha, namun belum mengambil langkah pendaftaran karena usaha masih baru dan belum dianggap prioritas utama,.

UMKM yang sudah mendaftarkan merek ditunjukkan oleh usaha Mang Ipung, yang secara sadar mendaftarkan mereknya untuk menghindari plagiasi dan memberikan perlindungan hukum atas nama usaha yang telah lama dibangun.

UMKM yang belum memahami hak merek sepenuhnya tercermin pada usaha Es Dawet Sukawati, di mana pemilik usaha belum mengetahui fungsi dan manfaat perlindungan merek, sehingga pendaftaran merek belum dianggap sebagai kebutuhan usaha.

3. Faktor Penghambat Pendaftaran Merek UMKM

Faktor ekonomi menjadi salah satu penghambat utama pendaftaran merek, karena pelaku UMKM memandang biaya pendaftaran sebagai beban tambahan, terutama bagi usaha yang masih baru atau berskala kecil.

Faktor informasi dan prosedur juga berperan signifikan, ditandai dengan minimnya pemahaman pelaku UMKM mengenai alur, syarat, dan mekanisme pendaftaran merek, baik secara daring maupun luring.

¹⁰ Hasil wawancara, Umkm di Banjar Baru

Selain itu, persepsi bahwa usaha masih kecil menyebabkan sebagian pelaku UMKM menunda pendaftaran merek, karena menganggap perlindungan hukum merek hanya diperlukan bagi usaha yang sudah besar dan berkembang.¹¹

4. Analisis Kesadaran Hukum UMKM dalam Perspektif Teori

Apabila dianalisis menggunakan teori kesadaran hukum, hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap merek berada pada tingkat yang berbeda-beda. Pada tahap pengetahuan hukum (*legal knowledge*), sebagian pelaku UMKM telah mengetahui keberadaan hak merek dan fungsinya sebagai perlindungan hukum usaha. Namun, pengetahuan tersebut belum selalu diikuti oleh sikap hukum (*legal attitude*) yang menempatkan pendaftaran merek sebagai kebutuhan mendesak dalam menjalankan usaha. Hal ini terlihat dari pelaku UMKM yang memahami pentingnya merek, tetapi masih menunda pendaftaran dengan alasan usaha baru berjalan atau masih berskala kecil.¹²

pada tahap perilaku hukum (*legal behavior*), hanya sebagian UMKM yang telah mewujudkan kesadaran hukumnya dalam bentuk tindakan nyata berupa pendaftaran merek. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan hukum, yang menandakan bahwa kesadaran hukum merek pada UMKM belum sepenuhnya terinternalisasi. Faktor ekonomi, minimnya informasi, serta persepsi subjektif terhadap skala usaha menjadi variabel yang memengaruhi proses internalisasi tersebut. Dengan demikian, kesadaran hukum merek pada UMKM tidak hanya ditentukan oleh pemahaman normatif semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi sosial dan ekonomi pelaku usaha.¹³

5. Implikasi Hukum atas Tidak Didaftarkannya Merek UMKM

Tidak didaftarkannya merek oleh pelaku UMKM memiliki implikasi hukum yang signifikan, khususnya dalam konteks sistem perlindungan merek yang menganut prinsip *first to file*. UMKM yang tidak mendaftarkan mereknya tidak memperoleh hak eksklusif atas penggunaan merek tersebut, sehingga tidak memiliki dasar hukum yang kuat apabila terjadi peniruan, penggunaan tanpa izin, atau klaim merek oleh pihak lain. Dalam kondisi demikian, pelaku UMKM berada

¹¹ HIMAWAN OCTAVIANO, "IMPLEMENTASI PENDAFTARAN MEREK DI KALANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA SEMARANG" (other, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2023), <https://repository.unika.ac.id/32725/>.

¹² Obie Ardi, "Urgensi Perlindungan Hukum Atas Rahasia Dagang UMKM: Studi Empiris Kesadaran Hukum Di Pangkalpinang," *UNES Law Review* 7, no. 4 (2025): 1509–18, <https://doi.org/10.31933/unesrev.v7i4.2459>.

¹³ Farhan Setyo Oetomo and Trubus Rahardiansah, "KESENJANGAN REGULASI DAN PRAKTIK DALAM IMPLEMENTASI HUKUM BISNIS DI INDONESIA PERSPEKTIF ILMU SOSIAL," *AT-TAKLIM: Jurnal Pendidikan Multidisiplin* 2, no. 6 (2025): 702–15, <https://doi.org/10.71282/at-taklim.v2i6.465>.

pada posisi yang lemah secara hukum meskipun telah menggunakan merek tersebut lebih dahulu dalam kegiatan usahanya.¹⁴

Selain risiko sengketa, tidak adanya pendaftaran merek juga berdampak pada hilangnya potensi ekonomi merek sebagai aset usaha. Merek yang tidak terdaftar tidak dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai aset komersial, seperti dalam kerja sama usaha, lisensi, atau pengembangan cabang. Bagi UMKM, kondisi ini berpotensi menghambat pertumbuhan usaha dan menurunkan daya saing di pasar. Oleh karena itu, pendaftaran merek tidak hanya berfungsi sebagai bentuk perlindungan hukum, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk menjamin kepastian hukum, keberlanjutan usaha, dan perlindungan kepentingan ekonomi UMKM dalam jangka panjang.¹⁵

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran hukum pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap perlindungan merek masih belum merata. Sebagian pelaku UMKM telah memahami konsep dan pentingnya hak merek, namun pemahaman tersebut belum sepenuhnya diwujudkan dalam tindakan nyata berupa pendaftaran merek. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan hukum dan perilaku hukum pelaku usaha, yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, keterbatasan informasi, serta persepsi bahwa pendaftaran merek belum menjadi kebutuhan mendesak bagi usaha berskala kecil atau yang baru dirintis.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pelaku UMKM yang telah lama beroperasi cenderung memiliki kesadaran hukum yang lebih tinggi dan memilih untuk mendaftarkan mereknya sebagai bentuk perlindungan dari risiko peniruan dan sengketa. Sebaliknya, UMKM yang belum mendaftarkan merek berada pada posisi hukum yang lemah, karena tidak memperoleh hak eksklusif atas merek yang digunakan dan berpotensi kehilangan merek tersebut apabila pihak lain lebih dahulu mendaftarkannya. Dengan demikian, perlindungan hukum merek memiliki peran strategis tidak hanya sebagai instrumen kepastian hukum, tetapi juga sebagai aset ekonomi yang mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM.

2. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan tersebut, pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap pentingnya pendaftaran merek sejak awal pendirian usaha, tanpa menunggu usaha berkembang besar.

¹⁴ Hans Mahaputra Yudha Wijaya and dara, "PERLINDUNGAN HUKUM TERKAIT MEREK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) YANG BELUM DIDAFTARKAN," *Duta Hukum* 1, no. 2 (2024): 106–21.

¹⁵ Zulfikri Zulfikri, "Problematisa Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah," *UIR Law Review* 5, no. 2 (2021), <https://repository.uir.ac.id/24337/>.

Pendaftaran merek perlu dipandang sebagai investasi jangka panjang yang memberikan perlindungan hukum sekaligus nilai ekonomi bagi usaha.

Pemerintah, khususnya instansi yang berwenang di bidang Hak Kekayaan Intelektual, diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi, edukasi, dan pendampingan kepada pelaku UMKM terkait prosedur dan manfaat pendaftaran merek. Selain itu, diperlukan kebijakan yang mempermudah akses pendaftaran, baik melalui penyederhanaan prosedur maupun keringanan biaya, agar UMKM lebih terdorong untuk melindungi mereknya secara hukum.

Bagi kalangan akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan rujukan awal untuk mengembangkan kajian yang lebih luas mengenai perlindungan hukum merek UMKM, baik dengan cakupan wilayah yang lebih besar maupun dengan pendekatan kuantitatif, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas perlindungan merek dalam mendukung penguatan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Muhamad Shafwan, and Heru Sugiyono. "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMEGANG MEREK TERKENAL DI INDONESIA." *JURNAL USM LAW REVIEW* 4, no. 2 (2021): 565–85. <https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4097>.
- Ardi, Obie. "Urgensi Perlindungan Hukum Atas Rahasia Dagang UMKM: Studi Empiris Kesadaran Hukum Di Pangkalpinang." *UNES Law Review* 7, no. 4 (2025): 1509–18. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v7i4.2459>.
- Irianto, Kartika Dewi, Maryam Salampessy, Dhaifina Fitriani, et al. *Pengantar Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. CV. Gita Lentera, 2024.
- OCTAVIANTO, HIMAWAN. "IMPLEMENTASI PENDAFTARAN MEREK DI KALANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA SEMARANG." Other, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang, 2023. <https://repository.unika.ac.id/32725/>.
- Oetomo, Farhan Setyo, and Trubus Rahardiansah. "KESENJANGAN REGULASI DAN PRAKTIK DALAM IMPLEMENTASI HUKUM BISNIS DI INDONESIA PERSPEKTIF ILMU SOSIAL." *AT-TAKLIM: Jurnal Pendidikan Multidisiplin* 2, no. 6 (2025): 702–15. <https://doi.org/10.71282/at-taklim.v2i6.465>.
- Purba, Ida Ayu Putri Laksmidewi, and I. Gede Saka Wiladitya. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Merek UMKM: Perspektif Pemasaran." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi (JME)* 2, no. 1 (2024): 71–80.
- PUTI INDAH RAHMAYA, PUTI INDAH RAHMAYA. "KESADARAN HUKUM PENGUSAHA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM PENDAFTARAN MEREK DAGANG PADA KANTOR KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA KOTA JAMBI." Skripsi, Universitas Batanghari, 2022. <http://repository.unbari.ac.id/1801/>.
- Ramadhani, Nadasyifa Salsabila, Latifah Nur Pratiwi, and Qisthi Fauziyyah Sugianto.

- “Analisis Urgensi Pendaftaran Hak Merek Dalam Perlindungan Hukum Untuk Menjamin Persaingan Usaha Yang Sehat Di Indonesia.” *Jurnal Hukum Nusantara* 1, no. 3 (2025): 215–26.
- Rifa’i, Iman Jalaludin, Ady Purwoto, Marina Ramadhani, et al. *Metodologi Penelitian Hukum*. Sada Kurnia Pustaka, 2023.
- Shafly, Muhammad Faris, and Nursyarif Agusniansyah Agusniansyah. *FASILITAS PENGEMBANGAN UMKM DI BANJARBARU | JURNAL TUGAS AKHIR MAHASISWA LANTING*. July 3, 2024. <https://jtam.ulm.ac.id/index.php/lanting/article/view/1787>.
- Siregar, Widya Yuniati, and Debora Debora. “Peran Kekuatan Merek Bagi UMKM MoriGe : Sebagai Perlindungan Hukum Dan Mendukung Keberlanjutan Bisnis.” *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora* 4, no. 2 (2025): 01–11. <https://doi.org/10.55606/jurrih.v4i2.4328>.
- Subagja, Muhammad Rizki Subagja, Mentari Nur Alya Fahiratunnisa, and Faris Al Suddes. “EFEKTIVITAS AKTA NOTARIS DALAM PERLINDUNGAN MEREK UMKM: STUDI KASUS INDUSTRI KULINER TRADISIONAL.” *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 14, no. 1 (2025): 79–91. <https://doi.org/10.28946/rpt.v14i1.4919>.
- Wijaya, Hans Mahaputra Yudha, and dara. “PERLINDUNGAN HUKUM TERKAIT MEREK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) YANG BELUM DIDAFTARKAN.” *Duta Hukum* 1, no. 2 (2024): 106–21.
- Zulfikri, Zulfikri. “Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah.” *UIR Law Review* 5, no. 2 (2021). <https://repository.uir.ac.id/24337/>.