



## PENGARUH HAK MEREK TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KABUPATEN BANJAR

Muhammad Munawwir<sup>1</sup>, Muhammad Ridho Aghitsa<sup>2</sup>, Ary Syadewa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

E-mail: [230102040254@mhs-uin.ac.id](mailto:230102040254@mhs-uin.ac.id), [aghitsaridho12@gmail.com](mailto:aghitsaridho12@gmail.com), [230102040267@mhs-uin.ac.id](mailto:230102040267@mhs-uin.ac.id)

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

### Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in national and regional economic development, including in Banjar Regency. One of the important factors influencing the sustainability and growth of MSMEs is the ownership of trademark rights. A trademark functions not only as a product identity and differentiator, but also as a promotional tool, a guarantee of quality, and a form of legal protection for business actors. This study aims to analyze the influence of trademark rights on the development of MSMEs in Banjar Regency. The research employs an empirical legal research method with a sociological law approach and adopts a descriptive qualitative nature. Data were collected through direct interviews with MSME actors who own registered trademarks as well as those who have not registered their trademarks. The results indicate that MSMEs with registered trademarks tend to gain higher consumer trust, more stable sales, and stronger legal protection against the risk of trademark infringement. In contrast, MSMEs without registered trademarks are more vulnerable to legal and economic problems due to the lack of legal protection. Therefore, trademark ownership is an essential instrument in enhancing competitiveness and ensuring the sustainable development of MSMEs in Banjar Regency.

**Keywords:** MSMEs, Trademark Rights, Legal Protection, Business Competitiveness, Banjar Regency

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan perekonomian nasional dan daerah, termasuk di Kabupaten Banjar. Salah satu faktor penting yang memengaruhi keberlangsungan dan perkembangan UMKM adalah kepemilikan hak merek. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas dan pembeda produk, tetapi juga sebagai sarana promosi, jaminan kualitas, serta alat perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh hak merek terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Banjar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris dengan pendekatan sosiologi hukum serta bersifat deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM yang memiliki merek terdaftar dan yang belum mendaftarkan mereknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki merek terdaftar cenderung memiliki tingkat kepercayaan konsumen yang lebih tinggi, penjualan yang lebih stabil, serta perlindungan hukum yang lebih kuat terhadap risiko peniruan merek. Sebaliknya, UMKM yang belum mendaftarkan mereknya berpotensi menghadapi berbagai permasalahan hukum dan ekonomi akibat minimnya perlindungan hukum. Oleh karena itu, kepemilikan hak merek merupakan instrumen penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Kabupaten Banjar.

**Kata Kunci:** UMKM, Hak Merek, Perlindungan Hukum, Daya Saing Usaha, Kabupaten Banjar

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



### PENDAHULUAN

Di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan perekonomian nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Di Kabupaten Banjar, UMKM berkembang dalam berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan, perdagangan, dan jasa, yang menjadi penopang ekonomi masyarakat lokal<sup>1</sup>.

Seiring dengan meningkatnya persaingan usaha, UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang kuat agar mampu bertahan dan berkembang. Salah satu instrumen penting dalam meningkatkan daya saing tersebut adalah hak merek. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai pembeda dengan produk sejenis, sarana promosi, serta jaminan kualitas bagi konsumen. Dengan adanya merek yang terdaftar, pelaku UMKM memperoleh perlindungan hukum terhadap penggunaan merek secara tidak sah oleh pihak lain, sehingga dapat menciptakan kepastian hukum dalam kegiatan usaha<sup>2</sup>.

Namun, dalam praktiknya, masih banyak pelaku UMKM di Kabupaten Banjar yang belum mendaftarkan mereknya secara resmi. Faktor rendahnya kesadaran hukum, keterbatasan pengetahuan tentang pentingnya hak merek, serta anggapan bahwa pendaftaran merek memerlukan biaya dan prosedur yang rumit menjadi penyebab utama. Kondisi ini berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan, seperti sengketa merek, peniruan produk, hingga kerugian ekonomi yang dapat menghambat perkembangan UMKM<sup>3</sup>.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang memperbaharui undang-undang no 15 tahun 2001 hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar untuk jangka waktu tertentu<sup>4</sup>. Perlindungan hukum tersebut diharapkan dapat memberikan rasa aman bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya serta mendorong peningkatan kualitas dan nilai jual produk. Oleh karena itu, kepemilikan hak merek menjadi aspek penting dalam strategi pengembangan UMKM, khususnya di tingkat daerah<sup>5</sup>.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis dan Pendekatan Penelitian yang digunakan oleh peneliti disini adalah jenis penelitian hukum empiris, yakni penelitian dengan pendekatan yang melihat suatu kenyataan hukum di masyarakat serta aspek-aspek hukum dalam interaksi sosial didalam

---

<sup>1</sup> Bima Dwi Nugraha Sakti dkk., "Perkembangan UMKM Berbahan Baku Kedelai dan Perkiraan Kebutuhan Kedelai di Kabupaten Banjar," *Frontier Agribisnis* 5, no. 1 (2021).

<sup>2</sup> Tifania Ayunda Prameswari, "HakMerek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM," *Amnesti: Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2021).

<sup>3</sup> Prameswari, "HakMerek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM."

<sup>4</sup> "UU NO 20 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS," t.t.

<sup>5</sup> "UU NO 20 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS."

masyarakat. Yang kemudian pendapat tersebut dituangkan ke dalam penelitian ini yang berfungsi sebagai penunjang untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi temuan bahan bagi keperluan penelitian.<sup>6</sup> Sedangkan sifat penelitiannya adalah penelitian deskriptif kualitatif, maksudnya adalah peneliti menganalisis yang bermaksud agar memberikan uraian atau pemaparan yang berhubungan dengan subjek dan objek penelitian seperti hasil penelitian yang dikerjakan.

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan suatu pendekatan sosiologi hukum, yaitu suatu pendekatan untuk menganalisis berkenaan bagaimana reaksi dan interaksi yang terjadi saat sistem norma itu berjalan di masyarakat.<sup>7</sup>

## PEMBAHASAN

### 1. Pengertian Merek

Dalam Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 menyebutkan Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Menurut Djaslim Saladin, merek adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau gabungan semua, yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual, dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa dari produk pesaing.

Adapun pengertian merek menurut Philip Kotler adalah : “Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa.”

Merek bukankah sekedar nama tetapi mencerminkan harga diri perusahaan, pengalaman perusahaan dan jaminan mutu atas produk barang dan atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Merek juga mencerminkan tingkat kepercayaan konsumen serhadap suatu barang dan/atau jasa<sup>8</sup>.

Berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001, merek terdiri dari 3 (tiga) macam, yaitu:

#### a. Merek Dagang

Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk

---

<sup>6</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, 1 ed. (Sinar Grafika, 2009), 21–22, [https://books.google.co.id/books?id=y\\_QrEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=y_QrEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false).

<sup>7</sup> Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris* (Pustaka Pelajar, 2010).

<sup>8</sup> Anak Agung Rosiana Dewi Putri dkk., “Analisis Yuridis Pelanggaran Merek Terhadap Pemegang Hak Merek Hugo Boss,” *Jurnal Preferensi Hukum* 6, no. 1 (2025): hal 15.

membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. (Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek).

Contoh : Jamu Sido Muncul, Permen Tolak Angin, Teh Botol Sosro, Kacang Dua Kelinci, Sepeda Federal dan sejenisnya<sup>9</sup>.

b. Merek Jasa

Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya. (Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek).

Contoh : BNI Taplus, Tabungan Britama, Kartu Simpati, Toyota Rent a Car, Johny Andrian dan lain-lain<sup>10</sup>.

c. Merek Kolektif

Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya. (Pasal 1 angka (4) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek)

Contoh : Merek Esia yang dimiliki perusahaan Bakrie Telekom yang digunakan untuk produk barang (Telepon Esia/Wifone/wimode), dan produk jasa (kartu perdana dan kartu isi ulang).

Pemegang atau pemilik Hak Merek adalah orang (perseorangan), beberapa orang, dan Badan Hukum yang telah mendapatkan Hak atas Merek, yang disebut dengan merek Terdaftar.

Sesuai yang ditetapkan dalam undang-undang ada beberapa tanda yang tidak boleh dijadikan sebagai merek, yaitu merek yang:

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, moralitas agama, kesusilaan atau ketertiban umum, misalnya gambar porno atau gambar yang menyinggung perasaan keagamaan..
- b. Tidak mempunyai daya pembeda, misalnya hanya sepotong garis, garis yang rumit, atau garis yang kusut.
- c. Telah menjadi milik umum, misalnya tanda lalu lintas.
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya, misalnya merek "kacang" untuk produk kacang<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Ach Bakir dan Achmad Fageh, "Hak Merek Dagang Perspektif Perundangan dan Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah ekonomi islam* 9, no. 3 (2023): hal 4535.

<sup>10</sup> Enny Mirfa, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERDAFTAR," *Jurnal Hukum Samudra Keadilan* 11, no. 1 (2016): hal 71.

<sup>11</sup> Muh. Ali Masnun, "Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Hak atas Merek Kolektif," *Wawasan Yuridika* 3, no. 2 (2019): hal 224-225.

## 2. Pengaruh Hak Merek Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Banjar

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah mempunyai peran strategis dalam mendorong perkembangan ekonomi daerah termasuk di Kabupaten Banjar, UMKM disini berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja sehingga menambah lapangan kerja yang ada<sup>12</sup>. Salah satu faktor keberlangsungan dan perkembangan UMKM dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun identitas dan kepercayaan konsumen dan yang mana salah satu faktor utamanya melalui kepemilikan dan pengelolaan hak merek yang menjadi aspek penting karena merek tidak hanya berfungsi sebagai pembeda produk tetapi juga sebagai simbol kualitas, reputasi dan jaminan keaslian produk dimata konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis yang mewawancarai pemilik gerai waralaba bermerek awa fried chicken di Kabupaten Banjar, Kata Basnah penggunaan merek yang telah dikenal luas memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan usaha. Gerai ini memiliki tingkat penjualan yang relatif stabil dan cenderung meningkat karena merek AWA Fried Chicken telah memiliki reputasi dan kepercayaan konsumen. Konsumen lebih tertarik untuk membeli produk dengan merek yang sudah dikenal dibandingkan produk tanpa merek atau merek yang belum memiliki pengenalan yang kuat di pasar.

Lebih lanjut, Basnah menyampaikan bahwa kepemilikan hak merek memberikan keuntungan dari segi pemasaran dan perlindungan usaha. Dengan adanya merek yang telah terdaftar dan memiliki nilai komersial, pelaku UMKM merasa lebih aman dalam menjalankan usaha karena terlindungi dari potensi peniruan atau penggunaan merek secara tidak sah oleh pihak lain karena alasan ini Basnah membeli hak pengelolaan penjualan waralaba ini. Selain itu, merek yang kuat memudahkan pelaku usaha dalam memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, hak merek memiliki pengaruh yang nyata terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Banjar, baik dari aspek peningkatan penjualan, daya saing usaha, maupun keberlanjutan bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa perlindungan hak merek bukan hanya kebutuhan bagi perusahaan besar, tetapi juga merupakan instrumen penting bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan dalam iklim persaingan usaha yang semakin kompetitif.<sup>13</sup>

Dilain tempat, penulis juga mewawancarai salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Banjar, UMKM ini bernama Kue Kering Berkah Tiga Bersaudara. Pemilik

---

<sup>12</sup> Yulya Ammi Hapsari dkk., "Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 2, no. 4 (2024): hal 58.

<sup>13</sup> Basnah, "Wawancara UMKM Kab. Banjar," 6 Januari 2026.

usaha tersebut bernama Mariatul Nafsiah dan sudah membangun usaha yang memproduksi berbagai macam kue kering sejak 2017.

Namun disayangkan walaupun usaha tersebut sudah lama dijalankan, akan tetapi merek usahanya belum didaftarkan secara resmi. Setelah ditelisik lebih lanjut ternyata belum didaftarkannya merek usaha beliau dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pendaftaran hak merek sehingga usaha yang sudah lama dibangun tetapi belum terdaftar secara resmi. Penulis pun menyarankan kepada beliau agar mendaftarkan merek nya sehingga menjaga dari pada pemalsuan merek oleh usaha lain yang mungkin menyerupai dalam nama maupun logo dari merek tersebut.<sup>14</sup>

Oleh karena itu kesimpulan dari hasil wawancara penulis bahwa merek yang terdaftar itu lebih banyak pembeli dan lebih dipercaya konsumen ketimpang merek yang tidak didaftarkan hal ini mempengaruhi perkembangan UMKM di Kabupaten Banjar sehingga meningkatkan daya jual dan kemajuan ekonomi yang ada di daerah ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa hak merek memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Banjar. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas dan pembeda produk, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing usaha, serta memberikan nilai tambah secara ekonomi bagi pelaku UMKM.

Hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki merek terdaftar cenderung memperoleh manfaat yang lebih besar, seperti meningkatnya tingkat penjualan, loyalitas konsumen, serta rasa aman dalam menjalankan usaha karena adanya perlindungan hukum terhadap peniruan atau penyalahgunaan merek oleh pihak lain. Sebaliknya, UMKM yang belum mendaftarkan mereknya masih menghadapi berbagai kendala, terutama rendahnya kesadaran dan pengetahuan hukum mengenai pentingnya hak merek, yang berpotensi menimbulkan sengketa merek dan kerugian ekonomi di kemudian hari.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa perlindungan hak merek sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis merupakan instrumen hukum yang strategis bagi pengembangan UMKM di daerah. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan sosialisasi dan pendampingan dari pemerintah daerah serta instansi terkait agar pelaku UMKM di Kabupaten Banjar memiliki kesadaran dan kemudahan dalam mendaftarkan mereknya, sehingga UMKM dapat tumbuh dan

---

<sup>14</sup> Mariatul Nafsiah, "Wawancara UMKM Kab. Banjar," 6 Januari 2026.

berkembang secara berkelanjutan serta berkontribusi lebih optimal terhadap perekonomian daerah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. 1 ed. Sinar Grafika, 2009.  
[https://books.google.co.id/books?id=y\\_QrEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=y_QrEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false).
- Bakir, Ach, dan Achmad Fageh. "Hak Merek Dagang Perspektif Perundangan dan Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah ekonomi islam* 9, no. 3 (2023).
- Fajar, Mukti, dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Pustaka Pelajar, 2010.
- Hapsari, Yulya Ammi, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, dan Fahrur Rozi. "Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 2, no. 4 (2024).
- Masnun, Muh. Ali. "Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Hak atas Merek Kolektif." *Wawasan Yuridika* 3, no. 2 (2019).
- Mirfa, Enny. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERDAFTAR." *Jurnal Hukum Samudra Keadilan* 11, no. 1 (2016).
- Prameswari, Tifania Ayunda. "HakMerek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM." *Amnesti: Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2021).
- Putri, Anak Agung Rosiana Dewi, I Nyoman Putu Budiarta, dan Desak Gde Dwi Arini. "Analisis Yuridis Pelanggaran Merek Terhadap Pemegang Hak Merek Hugo Boss." *Jurnal Preferensi Hukum* 6, no. 1 (2025).
- Sakti, Bima Dwi Nugraha, Lutfhi Fatah, dan Luki Anjardiani. "Perkembangan UMKM Berbahan Baku Kedelai dan Perkiraan Kebutuhan Kedelai di Kabupaten Banjar." *Frontier Agribisnis* 5, no. 1 (2021).
- Uu no 20 2016 tentang merek dan indikasi geografis
- Basnah, Wawancara dengan Pemilik UMKM Awa Fried Chicken, 6 Januari 2026
- Nafisah, Mariatul Wawancara dengan Pemilik UMKM Berkah Tiga Bersaudara, 6 Januari 2026