



PERAN HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM KESADARAN PENDAFTARAN MEREK: STUDI TERHADAP UMKM YANG DIWAWANCARAI DI KOTA BANJARBARU DAN BANJARMASIN

Sa'adah¹, Aliefiyan Achmad Hidayat², Gazali Rahman³

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

Email: dhhhs.xyz@gmail.com, aliefiyanachmadhidayat123098@gmail.com, gazalir29@gmail.com

Received 24-10-2025 | Revised form 15-11-2025 | Accepted 22-12-2025

Abstract

This study analyzes the level of awareness of MSMEs regarding trademark registration and the factors causing the low level of trademark registration among MSMEs in Banjarbaru and Banjarmasin. This issue is crucial in the context of IPR protection because brands serve as business identities, guarantees of consumer trust, and long-term commercial assets. The research approach was qualitative, using structured interviews with three culinary MSMEs: Ini Kopi Express, Need Matcha, and Dimsum Delidish. The results showed a variety of legal awareness levels, ranging from understanding the urgency of trademarks but not yet registering, to understanding the basic concepts without knowing the procedures, to business actors currently undergoing the registration process. The main inhibiting factors include financial constraints, a lack of understanding of legal procedures, low business priorities, and time constraints. All three MSMEs already have graphic logos that meet the requirements for graphic trademarks and do not conflict with legal provisions, thus having strong potential for registration. Business actors also expect a simpler and more affordable online registration system. Thus, increasing awareness of trademark registration is not only related to administrative aspects, but also legal understanding and business management. Administrative assistance, legal education, and increased digital access are needed so that MSMEs can maximize brand protection as a basis for business sustainability.

Keywords: MSMEs, trademark registration, Intellectual Property Law, trademark protection, Banjarbaru, Banjarmasin.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pendaftaran merek serta faktor penyebab rendahnya pendaftaran merek pada UMKM di Banjarbaru dan Banjarmasin. Permasalahan ini penting dalam konteks perlindungan hukum Kekayaan Intelektual (KI) karena merek berfungsi sebagai identitas usaha, penjamin kepercayaan konsumen, dan asset komersial jangka panjang. Pendekatan penelitian bersifat kualitatif dengan wawancara terstruktur terhadap tiga UMKM kuliner: Ini Kopi Express, Need Matcha, dan Dimsum Delidish. Hasil penelitian menunjukkan variasi kesadaran hukum, mulai dari memahami urgensi merek tetapi belum mendaftarkan, memahami konsep dasar tanpa mengetahui prosedur, hingga pelaku usaha yang sedang menjalani proses pendaftaran. Faktor penghambat utama meliputi keterbatasan finansial, kurangnya pemahaman prosedur hukum, rendahnya prioritas usaha, dan kendala waktu. Ketiga UMKM telah memiliki logo grafis yang memenuhi syarat merek grafis dan tidak bertentangan dengan ketentuan hukum sehingga berpotensi kuat untuk didaftarkan. Para pelaku usaha juga mengharapkan sistem pendaftaran daring yang lebih sederhana dan terjangkau. Dengan demikian, peningkatan kesadaran pendaftaran merek tidak hanya terkait aspek administratif, tetapi juga pemahaman hukum dan pengelolaan usaha. Pendampingan administratif, edukasi hukum, serta peningkatan akses digital diperlukan agar UMKM mampu memaksimalkan perlindungan merek sebagai dasar keberlanjutan usaha.

Kata kunci: UMKM, pendaftaran merek dagang, Hukum Kekayaan Intelektual, perlindungan merek dagang, Banjarbaru, Banjarmasin.

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



PENDAHULUAN

Merek sebagai bagian dari asset Kekayaan Intelektual (KI) memiliki peran vital dalam identitas usaha dan keterjaminan hak kekayaan ekonomi pelaku usaha. Dalam konteks UMKM, merek tidak hanya mengandung nilai estetika, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen, membedakan produk di pasar, dan menciptakan nilai komersial jangka panjang. Merek menjadi representasi nilai, kualitas, dan reputasi usaha yang dapat memberikan keuntungan kompetitif, khususnya ketika suatu produk atau jasa bersaing dalam pasar yang semakin terbuka dan beragam. Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa merek merupakan tanda grafis untuk membedakan produk atau jasa dalam kegiatan perdagangan.¹ Hal ini menunjukkan bahwa merek bukan sekadar lambing visual, tetapi juga instrumen hukum yang menjamin perlindungan atas identitas dagang suatu usaha.

Bagi UMKM, pendaftaran merek menjadi langkah strategis yang tidak dapat dipisahkan dari keberlanjutan bisnis. Dengan memiliki merek terdaftar, pelaku usaha tidak hanya terlindungi dari risiko plagiarisme atau penggunaan tanpa izin oleh pihak lain, tetapi juga memiliki dasar hukum yang kuat untuk mengembangkan usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan mengakses peluang bisnis yang lebih luas. Dalam konteks perkembangan ekonomi kreatif di era digital, kepemilikan merek terdaftar juga menjadi faktor pendukung akses pembiayaan, mitra usaha, dan penguatan posisi tawar UMKM dalam ekosistem perdagangan modern.

Namun menurut laporan Direktorat Jenderal HKI pada 2023, hanya sebagian kecil UMKM Indonesia yang telah mendaftarkan merek dagang mereka, meskipun UMKM menyumbang kontribusi besar terhadap ekonomi nasional.² Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pentingnya merek secara teori dan realitas penerapannya di lapangan. Rendahnya angka pendaftaran merek pada UMKM dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti keterbatasan pengetahuan hukum, kurangnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang perlindungan merek, keterbatasan biaya, hingga asumsi bahwa pendaftaran merek hanya relevan bagi bisnis berkala besar. Selain itu, masih ditemui persepsi bahwa merek sekedar nama usaha tanpa nilai strategis, padahal dalam praktiknya merek memiliki potensi ekonomi yang besar jika dikelola dengan tepat.

¹ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.

² Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, *Statistik Pendaftaran Merek UMKM Nasional, 2023*.

Dalam konteks Banjarbaru dan Banjarmasin sebagai wilayah yang sedang berkembang pesat dengan pertumbuhan UMKM yang signifikan, fenomena ini semakin menarik untuk dikaji. Banyak pelaku usaha lokal yang memiliki potensi produk unggulan, namun belum sepenuhnya menyadari bahwa pendaftaran merek merupakan fondasi penting dalam perlindungan usaha. Di Tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis, kurangnya perlindungan merek dapat menjadi kendala besar terhadap keberlanjutan usaha, terutama jika terjadi perselisihan atau klaim hak atas nama dagang.

Penelitian ini bertujuan menganalisis kesadaran pelaku UMKM terhadap pendaftaram merek dan mengidentifikasi faktor penyebab rendahnya pendaftaran merek pada UMKM di Banjarbaru dan Banjarmasin. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memahami bagaimana faktor sosial, ekonomi, dan Pendidikan hukum berpengaruh terhadap sikap para pelaku UMKM dalam memandang pendaftaran merek. Melalui pemahaman yang lebih komprehensif, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi peningkatan literasi hukum dan kesadaran KI sebagai bagian dari penguatan struktur ekonomi UMKM di wilayah tersebut. Dengan demikian, perlindungan merek tidak hanya menjadi konsep hukum, tetapi dapat diimplementasikan sebagai praktik nyata yang mendukung perkembangan usaha dan memperkuat daya asing UMKM di pasar lokal maupun nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara terstruktur. Informan terdiri dari pemilik atau penjaga usaha Ini Kopi Express (Banjarbaru), *Need Matcha* (Banjarbaru), dan Dimsum Delidish (Banjarmasin). Analisis dilakukan melalui teknik kategorisasi tematik dan komparatif untuk menarik Kesimpulan berbasis pola jawaban.

KERANGKA TEORI

1. Merek dalam Perspektif Hukum KI

Menurut Sulisrudatin (2020), hukum Kekayaan Intelektual memberikan perlindungan eksklusif kepada pemegang merek terdaftar untuk mencegah pelanggaran identitas usaha.³ Pelindungan tersebut mencakup hak untuk menggunakan, melisensikan, serta menuntut pihak lain apabila terjadi pelanggaran atau pemakaian tanpa izin. Dalam konteks UMKM, posisi hukum ini menjadi sangat penting karena pelaku usaha sering kali belum memiliki sistem perlindungan usaha yang kuat, terutama dari sisi hukum. Tanpa pendaftaran merek, identitas produk mudah ditiru atau dimanfaatkan oleh pihak lain, sehingga berpotensi

³ Ety Sulisrudatin, *Hukum HKI di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), 88-90.

menghilangkan nilai ekonomi yang telah dibangun. Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar memberikan UMKM jaminan kepemilikan yang sah, sekaligus menciptakan rasa aman dalam memperluas bisnis dan membangun reputasi di tengah persaingan pasar yang semakin terbuka.

Haryanto (2019) menambahkan bahwa merek merupakan instrumen hukum yang semakin signifikan seiring kompetisi komersial yang berkembang.⁴ Di era globalisasi dan digitalisasi usaha, merek tidak lagi sekadar tanda pengenal, tetapi berkembang menjadi aset strategis yang menemukan daya saing perusahaan. Ketika pasar semakin kompetitif dan konsumen memiliki banyak pilihan, merek menjadi faktor penting dalam membangun preferensi dan loyalitas konsumen. Di sinilah peran perlindungan hukum terhadap merek menjadi semakin relevan, karena kekuatan identitas usaha tidak hanya ditunjukkan melalui kualitas produk, tetapi juga melalui kemampuan merek dalam menjaga eksistensi dan keaslian produk di pasar.

Bagi UMKM di daerah seperti Banjarbaru dan Banjarmasin, pemahaman terhadap aspek ini memiliki nilai yang sangat strategis. Dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha baru serta keragaman produk lokal, risiko tumpang tindih identitas usaha juga semakin besar. Oleh karena itu, merek terdaftar bukan hanya bentuk perlindungan, tetapi juga investasi jangka panjang bagi kelangsungan usaha. Sebagaimana ditegaskan oleh para ahli tersebut, urgensi perlindungan merek semakin kuat seiring meningkatnya aktivitas komersial, sehingga pendaftaran merek selanjutnya menjadi langkah prioritas bagi pelaku UMKM untuk memastikan keamanan usaha serta pertumbuhan nilai ekonominya.

2. UMKM dan Kebutuhan Perlindungan Hukum

Widodo (2021) menjelaskan bahwa perlindungan hukum merek memiliki keterkaitan dengan keberlangsungan usaha, terutama saat UMKM mengalami ekspansi.⁵ Ketika suatu usaha berkembang dan memasuki pasar yang lebih luas, risiko persaingan serta potensi pelanggaran merek semakin meningkat. Pada tahap ini, keberadaan merek terdaftar menjadi instrument penting untuk menjaga kesinambungan identifikasi usaha, mencegah pihak lain memanfaatkan nama serupa, serta mengurangi risiko sengketa dagang. Bagi UMKM yang ingin memperluas jaringan pemasaran, baik di tingkat regional maupun nasional, pendaftaran merek menjadi fondasi penting untuk memperkuar posisi tawar dalam

⁴ Adi Haryanto, *Hukum Kekayaan Intelektual Teori dan Praktiknya di Indonesia* (Yogyakarta: UII Press, 2019), 44.

⁵ Bagus Widodo, "Perlindungan Hukum Merek terhadap Pengembangan UMKM," *Jurnal Ilmu Hukum Indonesia* 7, no. 2 (2021): 55-67.

dunia usaha. Dengan adanya perlindungan hukum yang jelas, UMKM memiliki rasa aman untuk mengembangkan usahanya tanpa ancaman kehilangan hak atas identitas produk atau nama dagang yang telah dibangun dengan kerja keras.

Nugroho (2021) juga menyatakan bahwa rendahnya kesadaran pelaku UMKM terhadap alat perlindungan hukum merupakan penyebab umum ketidakstabilan bisnis di Indonesia.⁶ Rendahnya pemahaman ini seringkali membuat UMKM tidak menyadari bahwa aspek hukum memiliki dampak langsung terhadap pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. Banyak pelaku usaha yang fokus pada aspek produksi dan pemasaran, tetapi kurang memperhatikan perlindungan identitas usahanya secara formal. Situasi ini menyebabkan UMKM berada pada posisi rentan terhadap tindakan plagiarisme, pencurian merek, atau perselisihan dagang yang dapat menghambat perkembangan usaha di kemudian hari. Tidak jarang, sengketa merek menimbulkan kerugian finansial dan psikologis bagi pelaku usaha, karena mereka harus mengganti nama merek atau kehilangan konsumen yang telah dikenalnya.

Dalam konteks UMKM di Banjarbaru dan Banjarmasin, pandangan tersebut relevan dengan kenyataan di lapangan. Banyak pelaku usaha yang belum memahami urgensi perlindungan merek sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang. Ketika usaha masih berada pada skala kecil, pendaftaran merek seringkali dianggap belum diperlukan, padahal pada tahap awal inilah perlindungan hukum sangat penting untuk menghindari risiko di masa depan. Dengan demikian, pandangan Widodo dan Nugroho memberikan landasan teoritis bahwa rendahnya kesadaran hukum terhadap pendaftaran merek menjadi salah satu faktor yang menghambat keberlanjutan usaha UMKM, dan dapat mengurangi peluang ekspansi usaha di wilayah seperti Banjarbaru dan Banjarmasin.

PEMBAHASAN

A. Tingkat Pemahaman UMKM terhadap Merek

Ketiga UMKM yang diwawancarai telah memahami konsep hak merek dan fungsi dasar perlindungan merek. Pemilik Ini Kopi Express menyatakan bahwa pendaftaran merek dianggap penting, tetapi belum menjadi prioritas usaha karena bisnis masih dalam tahap pembentukan sistem internal dan penguatan finansial.⁷

Pada isi lain, Need Matcha memahami konsep merek tetapi belum dapat memastikan apakah merek telah terdaftar.⁸

⁶ Endang Nugroho, *Pengantar Ilmu Bisnis UMKM* (Bandung: Alfabeta, 2021), 123.

⁷ Kresna, Pemilik Usaha Ini Kopi Express, *Wawancara Pribadi*, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

⁸ Fajar Rahman, Penjaga Usaha Need Matcha, *Wawancara Pribadi*, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

Sementara itu, Dimsum Delidish sedang dalam proses pendaftaran merek, didorong oleh perkembangan usaha yang telah memiliki lebih dari dua pulung cabang sehingga perlindungan merek menjadi urgensi nyata.⁹

Temuan ini menunjukkan adanya tiga kategori kesadaran hukum:

1. Mengetahui tetapi belum mendaftarkan
2. Mengetahui tetapi belum yakin
3. Mengetahui dan sedang melakukan pendaftaran

B. Alasan Belum Mendaftarkan Merek

Faktor penghambat pendaftaran merek dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Prioritas bisnis dan finansial UMKM cenderung memprioritaskan modal operasional untuk penjualan dan penguatan bisnis disbanding biaya pendaftaran merek. Ini Kopi Express menegaskan bahwa bisnis perlu memperkuat marketing dan finance sebelum branding.¹⁰
2. Kurangnya edukasi hukum *Need Matcha* berharap adanya edukasi langsung dalam hal tata cara pendaftaran, terutama mengenai kelas merek.¹¹
3. Kendala administrasi dan waktu Dimsum Delidish mengalami kendala waktu untuk menyelesaikan proses pendaftaran karena aktivitas usaha padat.¹²

Faktor-faktor tersebut sesuai dengan penelitian Maulana (2020) yang menyimpulkan bahwa pelaku UMKM sering menunda pendaftaran merek karena keterbatasan pengetahuan teknis dan biaya investasi legalitas.¹³

C. Peran Hukum Merek terhadap Keberlangsungan Bisnis

Menurut Prasetyo (2021), merek bukan sekedar identitas visual tetapi bukti kepemilikan yang dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk menindak pelanggaran.¹⁴ Pernyataan Ini menegaskan bahwa merek memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai symbol pengenalan sekaligus instrumen perlindungan bagi pelaku

⁹ Angga Raksa Hermawan, Pemilik Usaha Dimsum Delidish, Wawancara Pribadi, Via WhatsApp, 27 Oktober 2025.

¹⁰ Kresna, Pemilik Usaha Ini Kopi Express, Wawancara Pribadi, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

¹¹ Fajar Rahman, Penjaga Usaha *Need Matcha*, Wawancara Pribadi, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

¹² Angga Raksa Hermawan, Pemilik Usaha Dimsum Delidish, Wawancara Pribadi, Via WhatsApp, 27 Oktober 2025.

¹³ Z. Maulana, "Strategi Branding UMKM Kuliner," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6, no. 1 (2020): 12-24.

¹⁴ G. Prasetyo, *Aspek Hukum dan Bisnis Pendaftaran Merek Dagang* (Surabaya: PT Indonesia Press, 2021), 16.

usaha. Dalam ranah hukum Kekayaan Intelektual, merek terdaftar menjadi alat legitimasi yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik untuk menggunakan dan mempertahankan nama dagang mereka. Tanpa bukti kepemilikan yang sah, pelaku usaha akan kesulitan membuktikan klaim atau tuntutan apabila terjadi pelanggaran, seperti duplikasi nama atau penggunaan logo oleh pihak lain. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi fondasi penting dalam menjaga nilai ekonomi, reputasi, dan kredibilitas usaha, terutama ketika produk menghadapi persaingan yang semakin luas.

Hak ini memiliki relevansi langsung dengan risiko peniruan usaha, terutama dalam sektor kuliner dan minuman yang sangat kompetitif. Dalam sektor tersebut, kemiripan nama dagang, logo, atau tampilan visual seringkali menjadi strategi pihak lain untuk menarik konsumen secara tepat. Tanpa perlindungan hukum yang kuat, UMKM yang telah membangun reputasi melalui rasa, kualitas, dan pelayanan bisa saja kehilangan identitas pasar akibat tindakan peniruan. Kasus serupa banyak terjadi, di mana usaha kuliner yang berkembang pesat menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksklusivitas merek mereka. Oleh karena itu, perlindungan merek tidak hanya berdampak pada aspek legalitas, tetapi juga pada keberlangsungan nilai komersial yang telah tercipta.

Nurhadi (2021) menjelaskan bahwa perselisihan merek pada UMKM terjadi karena ketiadaan legalitas merek yang sah sejak awal.¹⁵ Ketika usaha tidak memiliki dasar hukum yang jelas, proses penyelesaian sengketa menjadi semakin rumit dan seringkali merugikan pemilik usaha. Hal ini tidak hanya mempengaruhi keberlanjutan bisnis, tetapi juga menghambat pertumbuhan usaha dan menurunkan kepercayaan konsumen. Pernyataan tersebut memperkuat pandangan bahwa pendaftaran merek harus dilakukan sejak usaha dibangun, bukan ketika usaha sudah berkembang atau memasuki persaingan yang lebih ketat.

Dalam konteks ini, UMKM seperti Dimsum Delidish memerlukan perlindungan merek karena usaha telah berkembang pesat. Ketika tingkat popularitas dan permintaan konsumen semakin meningkat, risiko peniruan atau penggunaan nama serupa oleh pihak lain juga semakin besar. Tanpa pendaftaran merek, risiko sengketa meningkat, terutama apabila muncul pelaku usaha lain yang menggunakan nama atau konsep serupa di wilayah yang sama. Kondisi tersebut tidak hanya mengancam keberlangsungan bisnis, tetapi juga dapat mengurangi identitas dan nilai komersial yang telah terbangun. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi langkah strategis bagi pelaku UMKM untuk melindungi usaha

¹⁵ D. Nurhadi, "Sengketa Merek UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Hukum* 5, no. 2 (2021): 45-58.

mereka dari ancaman eksternal dan memastikan keberlanjutan usaha di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat.

D. Analisis Loga dan Potensi Pendaftaran Merek

Setiap UMKM yang diwawancarai telah memiliki logo menarik dan unik sebagai identitas dagang masing-masing usaha, yang sekaligus mencerminkan karakter produk yang ditawarkan.

1. Ini Kopi Express memiliki logo berbentuk cup dengan elemen petir yang menandakan kecepatan pelayanan.¹⁶ identitas visual ini memperkuat citra usaha sebagai penyedia minuman kopi cepat saji dengan kualitas dan efisiensi layanan sebagai keunggulan utama.
2. Need Matcha menggunakan warna hijau dan symbol hati sebagai identitas visual minuman sehat.¹⁷ Warna hijau mencerminkan kesegaran dan unsur alami, sementara simbol hati menegaskan pesan konsumsi sehat berbasis matcha. Konsep tersebut menampilkan kekhasan yang mudah dikenal konsumen.
3. Dimsum Delidish memiliki logo simple dan modern yang sesuai dengan selera pasa Gen Z.¹⁸ Desainnya bersih, minimalis, dan mudah diingat, sejalan dengan konsep makanan cepat saji yang praktis namun berkualitas.

Ketiganya memenuhi kriteria merek grafis sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang mensyaratkan bahwa merek harus dapat ditampilkan secara grafis dan mampu membedakan barang atau jasa dari satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu, berdasarkan hasil analisis visual dan deskripsi usaha, logo-logo tersebut tidak menyalahi aturan dalam syarat pendaftaran merek, seperti unsur yang meniru atau menyerupai merek terdaftar lain, tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum, serta tidak memuat unsur deskriptif umum yang dapat mengurangi keunikan identitas merek. Dengan demikian, masing-masing UMKM memiliki potensi besar untuk melanjutkan proses pendaftaran merek secara formal karena identitas awal yang digunakan telah sesuai dengan prinsip legalitas dan orisinalitas yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

E. Harapan UMKM terhadap Sistem Pendaftaran Merek

¹⁶ Kresna, Pemilik Usaha Ini Kopi Express, *Wawancara Pribadi*, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

¹⁷ Fajar Rahman, Penjaga Usaha Need Matcha, *Wawancara Pribadi*, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

¹⁸ Angga Raksa Hermawan, Pemilik Usaha Dimsum Delidish, *Wawancara Pribadi*, Via WhatsApp, 27 Oktober 2025.

Ketiga UMKM mengharapkan agar sistem pendaftaran merek dilakukan secara daring dengan prosedur yang lebih sederhana dan terjangkau bagi UMKM.¹⁹ Harapan tersebut mencerminkan kebutuhan praktis pelaku usaha kecil yang seringkali memiliki keterbatasan waktu, biaya, dan akses ke fasilitas administrasi yang memadai. Dengan sistem pendaftaran daring yang lebih efisien dan mudah dipahami, UMKM dapat menghemat sumber daya, mengurangi beban administratif, dan menghindari hambatan teknis yang selama ini menjadi faktor penghalang pendaftaran merek. Selain itu, pelaku usaha berharap adanya panduan yang jelas dan layanan pendampingan hukum untuk meminimalkan kesalahan administratif selama proses pendaftaran. Hal ini menunjukkan bahwa literasi hukum dan akses teknologi menjadi *variable* penting dalam meningkatkan minat pendaftaran merek di kalangan UMKM.

Keinginan ini sejalan dengan rekomendasi Kementerian Koperasi dan UMKM dalam laporan tahunannya tentang penyederhanaan prosedur hukum untuk meningkatkan partisipasi pendaftaran merek UMKM.²⁰ Pemerintah menilai bahwa percepatan digitalisasi layanan hukum, termasuk dalam bidang Kekayaan Intelektual, merupakan langkah strategis untuk memperkuat ekosistem bisnis UMKM secara nasional. Upaya ini tidak hanya membantu. Mempercepat proses administratif, tetapi juga memberikan ruang kolaborasi antara pelaku usaha, lembaga pemerintah, dan pendamping hukum dalam membentuk sistem perlindungan usaha yang lebih inklusif. Rekomendasi tersebut menekankan bahwa penyederhanaan prosedur hukum dan penurunan biaya administrasi merupakan faktor penting untuk membuka akses perlindungan merek yang lebih luas, terutama bagi pelaku usaha yang baru berkembang.

Dalam konteks UMKM di Banjarbaru dan Banjarmasin, kemudahan pendaftaran daring menjadi sangat relevan, mengingat sebagian pelaku usaha menjalankan bisnis secara mandiri tanpa dukungan tenaga administrasi khusus. Dengan sistem yang lebih praktis, pelaku usaha lokal akan memiliki kesempatan lebih besar untuk memperoleh perlindungan hukum atas merek mereka, sehingga dapat meminimalkan risiko sengketa merek dan meningkatkan daya asing usaha di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, aspirasi para UMKM tersebut mencerminkan kebutuhan nyata di lapangan, sekaligus mendukung arah kebijakan pemerintah dalam memperkuat perlindungan hukum Kekayaan Intelektual bagi sektor UMKM di Indonesia.

PENUTUP

¹⁹ Sa'adah, Aliefiyah Achmad Hidayat, Gazali Rahman, *Laporan Hasil Wawancara UMKM di Kota Banjarbaru dan Banjarmasin*, (Kelompok 8, 2025).

²⁰ Kementerian Koperasi dan UMKM, *Laporan Tahunan UMKM Indonesia*, 2022.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran pelaku UMKM di Banjarbaru dan Banjarmasin terhadap pentingnya pendaftaran merek telah ada, namun belum diikuti dengan langkah konkret untuk memperoleh perlindungan hukum secara formal. Para pelaku usaha mengetahui bahwa merek memiliki nilai strategis dalam membangun identitas usaha, meningkatkan daya saing pasar, serta menjaga keberlangsungan bisnis di tengah persaingan komersial yang semakin ketat. Namun demikian, rendahnya tingkat pendaftaran merek pada UMKM dipengaruhi beberapa faktor utama, antara lain keterbatasan biaya, ketidaktahuan prosedur administrasi pendaftaran, rendahnya literasi hukum Kekayaan Intelektual, serta minimnya waktu tenaga yang dapat dialokasikan untuk urusan administratif di luar kegiatan operasional usaha.

Penelitian ini juga menemukan bahwa ketiga UMKM yang diwawancarai telah memiliki logo dan identitas visual yang memenuhi kriteria merek grafis sesuai ketentuan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016, serta tidak menyalahi aturan dasar pendaftaran merek. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi besar bagi UMKM tersebut untuk memperoleh perlindungan hukum merek secara formal di masa mendatang. Selain itu, terdapat keinginan kuat dari para pelaku UMKM agar mekanisme pendaftaran merek dilakukan secara daring dengan prosedur yang lebih sederhana, biaya terjangkau, dan pendampingan hukum yang mudah diakses. Aspirasi ini sejalan dengan arah kebijakan pemerintah dalam mendorong percepatan pertumbuhan UMKM berbasis legalitas usaha yang kuat.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa rendahnya tingkat pendaftaran merek UMKM bukan sekadar persoalan teknis administratif, tetapi berkaitan dengan pemahaman hukum, kesiapan manajerial, dan akses pelayanan publik. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya kolaboratif antara pemerintah, akademisi, dan lembaga pendamping UMKM dalam bentuk edukasi hukum, penyediaan fasilitas konsultasi, serta penyederhanaan sistem pendaftaran daring untuk meningkatkan partisipasi pelaku UMKM dalam perlindungan merek. Langkah-langkah tersebut diperlukan agar perlindungan Kekayaan Intelektual dapat diwujudkan secara optimal sebagai pondasi keberlanjutan usaha UMKM di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis*.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, *Statistik Pendaftaran Merek UMKM Nasional, 2023*.
- Etty Sulisrudatin, *Hukum HKI di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
- Adi Haryanto, *Hukum Kekayaan Intelektual Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press, 2019.

Bagus Widodo, "Perlindungan Hukum Merek terhadap Pengembangan UMKM," *Jurnal Ilmu Hukum Indonesia* 7, no. 2, 2021.

Endang Nugroho, *Pengantar Ilmu Bisnis UMKM*, Bandung: Alfabeta, 2021.

Kresna, Pemilik Usaha Ini Kopi Express, *Wawancara Pribadi*, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

Fajar Rahman, Penjaga Usaha Need Matcha, *Wawancara Pribadi*, Banjarbaru, 24 Oktober 2025.

Angga Raksa Hermawan, Pemilik Usaha Dimsum Delidish, *Wawancara Pribadi*, Via WhatsApp, 27 Oktober 2025.

Z. Maulana, "Strategi Branding UMKM Kuliner," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6, no. 1, 2020.

G. Prasetyo, *Aspek Hukum dan Bisnis Pendaftaran Merek Dagang*, Surabaya: PT Indonesia Press, 2021.

D. Nurhadi, "Sengketa Merek UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Hukum* 5, no. 2, 2021.

Sa'adah, Aliefiyan Achmad Hidayat, Gazali Rahman, *Laporan Hasil Wawancara UMKM di Kota Banjarbaru dan Banjarmasin*, Kelompok 8, 2025.

Kementerian Koperasi dan UMKM, *Laporan Tahunan UMKM Indonesia*, 2022.