



ANALISIS KESADARAN DAN KENDALA PENDAFTARAN MEREK PADA UMKM DI DESA MANARAP LAMA DAN MANARAP TENGAH

Asriannor¹, Muhammad Indra Gazali², Riski Dwi Nugraha³

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

E-mail: asriannor773@gmail.com, indragazali88@gmail.com, riskiboom1429@gmail.com

Received 20-11-2025 | Revised form 15-12-2025 | Accepted 12-01-2026

Abstract

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Manarap Lama Village and Manarap Tengah Village has shown a significant increase. However, this growth has not been fully accompanied by an understanding or implementation of legal protection regarding business brands. This study aims to analyze the level of awareness among MSME actors regarding trademark registration, identify the obstacles faced, and assess the suitability of business logos with the provisions of Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications. The research method used is empirical legal research with a qualitative approach. Data were obtained through interviews with three MSME actors in Manarap Lama and Manarap Tengah Village, namely Toko Baju HJ. Hikmah, Es Teh Jumbo Ratu, and Kedai Coffee Boy. The results show that MSME actors are generally aware of the importance of trademark registration, yet the actual rate of registration remains low. The main obstacles identified include procedures perceived as complicated, limited costs, and a lack of technical assistance. Additionally, it was found that some MSME logos do not fully meet trademark law requirements due to the use of third-party elements, spelling errors, and designs that lack strong distinctive power. Therefore, an active role from the government and relevant institutions is necessary to provide education and technical guidance to enhance legal protection and the competitiveness of MSMEs.

Keyword: MSMEs; trademark registration; legal awareness; legal protection; trademark rights.

Abstrak

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Manarap Lama dan Desa Manarap Tengah menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Namun, peningkatan tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan pemahaman dan penerapan perlindungan hukum terhadap merek usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pendaftaran merek, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta menilai kesesuaian logo usaha dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum empiris dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara terhadap tiga pelaku UMKM di Desa Manarap Lama dan Desa Manarap Tengah, yaitu Toko Baju HJ. Hikmah, Es Teh Jumbo Ratu, dan Kedai Coffee Boy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada umumnya telah menyadari pentingnya pendaftaran merek, namun realisasi pendaftaran masih rendah. Kendala utama yang dihadapi meliputi prosedur yang dianggap rumit, keterbatasan biaya, serta kurangnya pendampingan teknis. Selain itu, ditemukan bahwa sebagian logo UMKM belum sepenuhnya memenuhi ketentuan hukum merek karena penggunaan unsur pihak ketiga, kesalahan ejaan, serta desain yang belum memiliki daya pembeda yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah dan instansi terkait dalam memberikan edukasi serta pendampingan teknis guna meningkatkan perlindungan hukum dan daya saing UMKM.

Kata Kunci: UMKM; pendaftaran merek; kesadaran hukum; perlindungan hukum; hak merek.

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



PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di wilayah pedesaan menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. UMKM tidak hanya berperan sebagai sumber penghasilan masyarakat, tetapi juga menjadi sarana peningkatan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi keluarga. Di Desa Manarap Lama dan Desa Manarap Tengah, keberadaan UMKM cukup beragam, mulai dari usaha pakaian, minuman, hingga kedai kopi yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat setempat.

Namun, di balik perkembangan tersebut masih ditemukan permasalahan terkait aspek perlindungan hukum usaha, khususnya mengenai pendaftaran merek. Merek merupakan bagian dari kekayaan intelektual yang berfungsi sebagai pembeda suatu produk atau jasa sekaligus sebagai identitas hukum usah¹ Pendaftaran merek memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya dan melindungi usaha dari tindakan peniruan serta penyalahgunaan oleh pihak lain.²

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa pelaku UMKM di wilayah penelitian, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memahami pentingnya merek, namun belum seluruhnya melakukan pendaftaran merek.³ Hal ini disebabkan oleh berbagai kendala, seperti prosedur yang dianggap rumit, biaya administrasi yang cukup besar, serta kurangnya informasi dan pendampingan teknis dalam proses pendaftaran.⁴

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pendaftaran merek serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses pendaftaran merek di Desa Manarap Lama dan Desa Manarap Tengah.⁵

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian dilakukan dengan melihat secara langsung kondisi yang terjadi di lapangan, khususnya berkaitan dengan tingkat kesadaran dan kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses pendaftaran merek usaha.⁶

¹ Dian Eka Pertiwi dan Dwi Desi Yayi Tarina, "Kedudukan Sertifikat Merek Bagi Perlindungan Badan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *JUSTISI* 9, no. 3 (Juli 2023).

² Nursyahid, "PERLINDUNGAN HUKUM PEMILIK MEREK TERDAFTAR BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI SUMATERA BARAT," *UNES Journal of Swara Justisia* 4, no. 1 (April 2020).

³ Delfi Aurelia Kuasa, Erni Erni, dan Hari Sutra Disemadi, "URGensi Pendaftaran Merek Bagi UMKM Di Masa Pandemi COVID-19 Di Indonesia," *Jurnal Yustisiabel* 6, no. 1 (April 2022).

⁴ Nur Adawiyah Harahap dkk., *Tantangan Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual bagi UMKM sebagai Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kecamatan pancing, Medan, Sumatera Utara*, 10 (2024).

⁵ Vera Rimbawani Sushanty dan Defid Ubaidillah, "Sosialisasi dan Pendampingan Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* 8, no. 1 (September 2023).

⁶ Anthon Fathanudien dan Dikha Anugrah, "SOSIALISASI DESA SADAR HUKUM 'PENDAFTARAN HAK MEREK DI DALAM UMKM,'" *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, no. 4 (2022).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung kepada pelaku UMKM yang berada di wilayah Desa Manarap Lama dan Desa Manarap Tengah. Responden dalam penelitian ini berjumlah tiga orang pelaku UMKM yang bergerak pada bidang usaha sejenis, yaitu Toko Baju HJ. Hikmah, Es Teh Jumbo Ratu, dan Kedai Coffee Boy. Pemilihan responden tersebut bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi UMKM di wilayah penelitian.

Selain wawancara, pengumpulan data juga dilakukan melalui dokumentasi berupa catatan dan foto kegiatan wawancara. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara mengelompokkan data hasil wawancara, menginterpretasikannya, serta menyusunnya dalam bentuk uraian naratif agar mudah dipahami.

Melalui metode penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai tingkat kesadaran UMKM terhadap pendaftaran merek serta kendala yang mereka hadapi dalam proses pendaftaran merek di Desa Manarap Lama dan Desa Manarap Tengah.⁷

PEMBAHASAN

1. Tingkat Kesadaran UMKM terhadap Pendaftaran Merek

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pelaku UMKM di Desa Manarap Lama dan Desa Manarap Tengah, diketahui bahwa secara umum pelaku UMKM telah memiliki pemahaman awal mengenai pentingnya merek sebagai identitas usaha. Seluruh responden menyatakan bahwa pendaftaran merek merupakan hal yang penting untuk melindungi usaha mereka dari kemungkinan peniruan atau penyalahgunaan oleh pihak lain.⁸

Namun demikian, tingkat kesadaran tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan tindakan nyata berupa pendaftaran merek. Dari tiga UMKM yang menjadi responden, hanya satu UMKM yang telah mendaftarkan merek usahanya, sedangkan dua UMKM lainnya belum melakukan pendaftaran. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman mengenai pentingnya merek sudah cukup baik, tetapi realisasi pendaftaran merek masih tergolong rendah.⁹

2. Kendala UMKM dalam Proses Pendaftaran Merek

Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam pendaftaran merek adalah prosedur pendaftaran yang dianggap rumit dan memerlukan banyak persyaratan administrasi. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka merasa

⁷ Harahap dkk., *Tantangan Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual bagi UMKM sebagai Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kecamatan pancing, Medan, Sumatera Utara*.

⁸ Hudriyah Mundzir dkk., "Legal Protection of Ownership of Intangible Assets in the Form of Trademarks for MSME Business in Indonesia," *Journal of Law, Policy and Globalization* 134 (2023).

⁹ Rizki Zakariya, "Optimisation of Trademark Registration Policy for MSMEs in Indonesia," *DiH: Jurnal Ilmu Hukum*, {2025}.

kesulitan dalam memahami tahapan pendaftaran merek, mulai dari pengisian data hingga kelengkapan dokumen yang harus dipenuhi.¹⁰

Selain itu, faktor biaya juga menjadi kendala bagi sebagian pelaku UMKM, terutama bagi UMKM yang masih bersifat usaha sampingan dan belum menjadi sumber penghasilan utama. Keterbatasan biaya membuat pelaku UMKM cenderung menunda proses pendaftaran merek skipun mereka menyadari pentingnya perlindungan hukum terhadap merek usaha. Minimnya pendampingan teknis dari pihak terkait juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat pendaftaran merek. Banyak pelaku UMKM yang belum mendapatkan informasi yang jelas mengenai prosedur dan manfaat pendaftaran merek, sehingga mereka merasa ragu dan kurang percaya diri untuk mengurus pendaftaran merek secara mandiri.¹¹

3. Analisis Logo UMKM Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Analisis Logo UMKM Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mengatur bahwa merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, suatu logo usaha harus memenuhi unsur pembeda dan tidak menimbulkan kesamaan dengan merek lain yang telah terdaftar.¹²

Berdasarkan hasil wawancara, Toko Baju HJ. Hikmah telah menggunakan logo dengan tampilan huruf kapital berwarna putih pada latar hitam yang mudah dibaca. Logo ini telah memenuhi unsur dapat ditampilkan secara grafis dan memiliki unsur pembeda berupa penggunaan nama “HJ. Hikmah”. Namun, logo tersebut masih belum memiliki ikon visual yang merepresentasikan jenis usaha, sehingga secara visual kurang menggambarkan identitas sebagai toko pakaian. Meskipun demikian, dari sisi hukum merek, logo ini telah memenuhi syarat untuk didaftarkan karena tidak mengandung unsur yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016.¹³

Pada UMKM Es Teh Jumbo Ratu, logo yang digunakan menampilkan gambar minuman dan menggunakan logo merek lain, yaitu Marjan. Berdasarkan Pasal 21

¹⁰ Harahap dkk., *Tantangan Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual bagi UMKM sebagai Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kecamatan pancing, Medan, Sumatera Utara*.

¹¹ Sushanty dan Ubaidillah, “Sosialisasi dan Pendampingan Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).”

¹² Soewardiman Al Afghani dan Satria Sukananda, *PERLINDUNGAN HUKUM UMKM MELALUI PENDAFTARAN MEREK DAGANG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*, 3 (2019).

¹³ Afghani dan Satria Sukananda, *PERLINDUNGAN HUKUM UMKM MELALUI PENDAFTARAN MEREK DAGANG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, merek tidak dapat didaftarkan apabila memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang telah terdaftar. Penggunaan logo pihak ketiga dalam logo Es Teh Jumbo Ratu berpotensi menimbulkan pelanggaran terhadap ketentuan tersebut, sehingga logo yang digunakan saat ini tidak dapat diajukan untuk pendaftaran merek. Oleh karena itu, diperlukan perubahan logo dengan menampilkan identitas visual sendiri yang tidak menyerupai merek lain.

Selanjutnya, Kedai Coffee Boy menggunakan logo dengan ejaan “Coffe Boy” yang secara tata bahasa kurang tepat. Kesalahan ejaan ini dapat menimbulkan permasalahan dalam proses pendaftaran merek karena dapat dianggap sebagai merek yang tidak sesuai dengan penggunaan bahasa yang benar dan berpotensi menimbulkan kesamaan dengan merek lain. Selain itu, desain logo yang terlalu ramai dengan banyak efek visual juga berpotensi mengurangi kejelasan unsur pembeda. Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, merek harus memiliki daya pembeda yang jelas, sehingga perlu dilakukan penyederhanaan desain dan perbaikan ejaan menjadi “Coffee Boy” agar layak untuk diajukan dalam pendaftaran merek.

Melalui analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap UMKM memiliki peluang untuk mendaftarkan mereknya, namun perlu dilakukan penyesuaian terhadap logo agar sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 sehingga dapat memberikan perlindungan hukum yang optimal bagi pelaku UMKM.¹⁴

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Manarap Lama dan Manarap Tengah pada dasarnya telah memahami peran penting merek sebagai identitas usaha sekaligus sarana perlindungan hukum terhadap produk yang mereka hasilkan. Seluruh responden menyadari bahwa pendaftaran merek dapat mencegah terjadinya peniruan atau penyalahgunaan oleh pihak lain. Meskipun demikian, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan dalam bentuk pendaftaran merek secara resmi, yang terlihat dari masih terbatasnya jumlah UMKM yang telah mendaftarkan mereknya.

Belum optimalnya pendaftaran merek dipengaruhi oleh sejumlah hambatan, terutama anggapan bahwa proses pendaftaran tergolong rumit, keterbatasan kemampuan finansial pelaku UMKM, serta kurangnya informasi dan pendampingan teknis dari instansi terkait. Kondisi ini menyebabkan pelaku UMKM cenderung menunda proses pendaftaran meskipun mereka menyadari manfaat hukum yang akan diperoleh.

Ditinjau dari kesesuaian merek dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, setiap UMKM memiliki permasalahan

¹⁴ Afghani dan Satria Sukananda, *PERLINDUNGAN HUKUM UMKM MELALUI PENDAFTARAN MEREK DAGANG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*.

yang berbeda-beda. Toko Baju HJ. Hikmah pada prinsipnya telah memenuhi persyaratan hukum untuk pendaftaran merek, meskipun masih memerlukan penguatan identitas visual. Es Teh Jumbo Ratu belum dapat mengajukan pendaftaran karena penggunaan unsur merek milik pihak lain yang berpotensi melanggar ketentuan hukum. Sementara itu, Kedai Coffee Boy perlu melakukan perbaikan pada ejaan dan penyederhanaan desain logo agar memiliki daya pembeda yang jelas.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa permasalahan utama pendaftaran merek UMKM di wilayah penelitian tidak semata-mata disebabkan oleh rendahnya kesadaran hukum, tetapi juga oleh keterbatasan pemahaman teknis dan kurangnya pendampingan dalam memenuhi persyaratan hukum pendaftaran merek. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah dan pihak terkait dalam memberikan edukasi, pendampingan, serta kemudahan akses pendaftaran merek guna meningkatkan perlindungan hukum dan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Nursyahid. "PERLINDUNGAN HUKUM PEMILIK MEREK TERDAFTAR BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI SUMATERA BARAT." *UNES Journal of Swara Justisia* 4, no. 1 (2020)
- Afghani, Soewardiman Al dan Satria Sukananda. *PERLINDUNGAN HUKUM UMKM MELALUI PENDAFTARAN MEREK DAGANG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*. 3 (2019).
- Anthon Fathanudien dan Dikha Anugrah. "SOSIALISASI DESA SADAR HUKUM 'PENDAFTARAN HAK MEREK DI DALAM UMKM.'" *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, no. 4 (2022).
- Harahap, Nur Adawiyah, Ira Natalanta Lumban Gaol, Sumila Sari, dan Putri Kemala Dewi Lubis. *Tantangan Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual bagi UMKM sebagai Pelaku Ekonomi Kreatif Di Kecamatan pancing, Medan, Sumatera Utara*. 10 (2024).
- Kuasa, Delfi Aurelia, Erni Erni, dan Hari Sutra Disemadi. "URGENSI PENDAFTARAN MEREK BAGI UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA." *Jurnal Yustisiabel* 6, no. 1 (2022).
- Mundzir, Hudriyah, Khrisna Hadiwinata, Shohib Muslim, dan Nandaru Ramadhan. "Legal Protection of Ownership of Intangible Assets in the Form of Trademarks for MSME Business in Indonesia." *Journal of Law, Policy and Globalization* 134 (2023).
- Pertiwi, Dian Eka, dan Dwi Desi Yayi Tarina. "Kedudukan Sertifikat Merek Bagi Perlindungan Badan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *JUSTISI* 9, (2023).
- Sushanty, Vera Rimbawani, dan Defid Ubaidillah. "Sosialisasi dan Pendampingan Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)." *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* 8, no. 1, (2023).
- Zakariya, Rizki. "Optimisation of Trademark Registration Policy for MSMEs in Indonesia." *DiH: Jurnal Ilmu Hukum*, (2024).