



KESADARAN HUKUM DAN EFEKTIVITAS PERLINDUNGAN HAK MEREK BAGI UMKM: ANALISIS TEORI EFEKTIVITAS HUKUM (STUDI DI KOTA BANJARBARU DAN KABUPATEN BARITO KUALA)

Habibah Lestari. MS¹, Laila Aulia², Sultan³

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

E-mail : 230102040056@mhs.uin-antasari.ac.id¹, 230102040270@mhs.uin-antasari.ac.id²,
230102040022@mhs.uin-antasari.ac.id³

Received 20-11-2025 | Revised form 15-12-2025 | Accepted 13-01-2026

Abstract

This study aims to analyze the legal awareness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) regarding trademark protection and to assess the effectiveness of trademark protection for MSMEs in Banjarbaru City and Barito Kuala Regency. This research employs a normative-empirical legal research method with a qualitative approach. Data were collected through interviews with MSME actors and analyzed using Soerjono Soekanto's theory of legal effectiveness. The findings indicate that most MSMEs have an understanding of the importance of trademarks as legal protection for business identity; however, such awareness has not been fully realized through trademark registration. Based on the analysis of legal effectiveness theory, trademark protection for MSMEs has not been fully effective, particularly due to limitations in facilities and infrastructure, societal factors, and legal culture. Therefore, continuous legal education and assistance are necessary to ensure that trademark protection functions optimally as a strategic asset for MSMEs.

Keywords: MSMEs, Trademark Protection, Legal Awareness, Legal Effectiveness

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap perlindungan hak merek serta menilai efektivitas perlindungan hak merek bagi UMKM di Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif-empiris dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara terhadap pelaku UMKM dan dianalisis menggunakan teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM telah memiliki pemahaman mengenai pentingnya hak merek sebagai perlindungan hukum atas identitas usaha, namun belum seluruhnya diwujudkan dalam tindakan pendaftaran merek. Berdasarkan analisis teori efektivitas hukum, perlindungan hak merek bagi UMKM belum berjalan secara efektif, yang dipengaruhi oleh faktor sarana dan fasilitas, faktor masyarakat, serta faktor kebudayaan hukum. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi dan pendampingan hukum agar perlindungan hak merek dapat berfungsi secara optimal sebagai aset strategis bagi UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Hak Merek, Kesadaran Hukum, Efektivitas Hukum

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



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional serta menjadi tulang punggung perekonomian daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, tetapi juga berperan dalam pengembangan produk dan jasa berbasis kearifan lokal.¹ Namun, dalam praktiknya, keberlanjutan dan daya saing UMKM kerap dihadapkan pada berbagai tantangan, salah satunya berkaitan dengan perlindungan hukum atas identitas usaha, khususnya hak merek.

Merek sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memiliki fungsi penting bagi UMKM, tidak hanya sebagai pembeda produk di pasar, tetapi juga sebagai aset tidak berwujud yang bernilai ekonomi.² Perlindungan hak merek memberikan kepastian hukum kepada pelaku usaha atas penggunaan merek yang sah serta mencegah terjadinya peniruan atau pembajakan merek oleh pihak lain.³ Meskipun demikian, tingkat pendaftaran merek oleh pelaku UMKM di Indonesia masih tergolong rendah. Kondisi ini menunjukkan adanya persoalan dalam aspek kesadaran hukum UMKM terhadap pentingnya perlindungan hak merek. Rendahnya kesadaran hukum tersebut tidak dapat dilepaskan dari berbagai faktor, seperti keterbatasan pengetahuan hukum, minimnya akses informasi, persepsi rumitnya prosedur pendaftaran merek, hingga anggapan bahwa perlindungan hukum belum menjadi kebutuhan mendesak bagi usaha skala kecil.⁴ Akibatnya, banyak UMKM yang menjalankan kegiatan usahanya tanpa perlindungan merek yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian hukum dan ekonomi di kemudian hari.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM di Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala, khususnya di Kelurahan Handil Bakti. Berdasarkan hasil wawancara awal, masih terdapat pelaku UMKM yang belum memahami urgensi pendaftaran merek serta mekanisme perlindungan hukum yang tersedia. Kondisi ini menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut, mengingat kedua wilayah tersebut memiliki potensi UMKM yang cukup berkembang, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan kesadaran hukum yang memadai di bidang hak merek.

¹ Putri Salsabila Indrawan Lubis Dan Rofila Salsabila, "Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia," *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 2, No. 2 (2024): Hlm. 94, <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>.

² Asriati Asriati Dan Salmawati Salmawati, "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Sektor Ekonomi Kreatif," *Indonesian Journal Of Legality Of Law* 8, No. 1 (2025): Hlm. 43, <https://doi.org/10.35965/ijlf.v8i1.7877>.

³ Meli Hertati Gultom, "Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek," *Warta Dharmawangsa*, No. 56 (2018): Hlm. 90, <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/14>.

⁴ Obie Ardi, "Urgensi Perlindungan Hukum Atas Rahasia Dagang Umkm: Studi Empiris Kesadaran Hukum Di Pangkalpinang," *Unes Law Review* 7, No. 4 (2025): Hlm. 1513, <https://doi.org/10.31933/unesrev.v7i4.2459>.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran hukum UMKM terhadap perlindungan hak merek serta menilai efektivitas perlindungan hak merek bagi UMKM di Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala berdasarkan perspektif teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian hukum kekayaan intelektual, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi upaya peningkatan perlindungan hak merek bagi UMKM di tingkat daerah.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif-empiris, yang mengkaji ketentuan hukum mengenai perlindungan hak merek serta implementasinya dalam praktik pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan empiris, guna memperoleh pemahaman yang komprehensif antara norma hukum dan realitas di lapangan. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru dan Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala. Subjek penelitian terdiri atas beberapa pelaku UMKM yang menjalankan usaha dengan menggunakan merek dalam kegiatan usahanya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pelaku UMKM untuk memperoleh data primer terkait tingkat kesadaran hukum dan praktik perlindungan hak merek. Selain itu, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, meliputi peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang No. 20 Tahun 2018 tentang Merek dan Indikasi Geografis, artikel jurnal, serta buku yang berkaitan dengan perlindungan hak merek dan UMKM. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif, dengan mengaitkan temuan empiris hasil wawancara dengan teori efektivitas Soerjono Soekanto sebagai kerangka analisis. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menilai efektivitas perlindungan hak merek bagi UMKM di lokasi penelitian.

PEMBAHASAN

1. Konseptualisasi UMKM dan Perlindungan Hak Merek

a. Pengertian UMKM

Menurut ketentuan UUD 1945 yang kemudian dipertegas melalui TAP MPR No. XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu mendapatkan pemberdayaan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari perekonomian rakyat. UMKM memiliki kedudukan, fungsi, serta potensi yang sangat strategis dalam mewujudkan struktur perekonomian nasional yang lebih seimbang,

berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya, definisi mengenai UMKM awalnya diatur dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1999 dan kemudian disempurnakan melalui Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah karena adanya perkembangan kondisi yang semakin dinamis.

Dalam undang-undang tersebut, UMKM dijelaskan sebagai berikut⁵:

- 1) Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik perseorangan atau badan usaha milik perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sesuai ketentuan undang-undang.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh perseorangan atau badan usaha, serta bukan merupakan anak perusahaan ataupun cabang dari usaha menengah maupun usaha besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- 3) Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha, dan bukan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil maupun usaha besar, dengan ketentuan kekayaan bersih serta hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh badan usaha dengan kekayaan bersih atau hasil penjualan lebih besar dibandingkan usaha menengah, mencakup usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang beroperasi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha mencakup Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar yang melakukan kegiatan ekonomi dan berkedudukan di Indonesia.

Secara umum, UMKM merupakan kegiatan usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha berskala kecil. Penggolongan UMKM biasanya didasarkan pada pendapatan tahunan, jumlah tenaga kerja, dan aset yang dimiliki. Pemerintah telah mengatur pengelolaan UMKM melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Selain memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga memiliki peran strategis dalam penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat. Lebih lanjut, UMKM terbukti memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi krisis ekonomi, seperti pada krisis tahun 1998, di mana banyak perusahaan berskala besar mengalami kemunduran bahkan kehancuran, sementara UMKM tetap mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, UMKM sering disebut sebagai penyelamat perekonomian nasional di masa sulit. Hingga saat ini, UMKM masih sangat populer

⁵ Yuli Rahmini Suci, "Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6, No. 1 (2017): Hlm 54, https://www.academia.edu/download/120098847/Pdf_44.pdf.

di Indonesia dan digeluti oleh berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga orang tua, karena dinilai memiliki peluang usaha yang masih cukup menjanjikan.⁶

b. Pengertian Hak Merek

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menjelaskan bahwa merek merupakan Suatu tanda yang dapat direpresentasikan secara grafis, meliputi gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, baik dalam bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, serta termasuk unsur suara, hologram, atau kombinasi dari dua unsur atau lebih. Tanda tersebut digunakan sebagai sarana untuk membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh orang perseorangan maupun badan hukum dalam kegiatan perdagangan.⁷

Merek merupakan suatu unsur yang melekat pada suatu produk, tetapi tidak termasuk sebagai bagian inheren dari produk tersebut. Setelah barang dibeli, merek tidak selalu dapat dinikmati secara langsung oleh konsumen, melainkan hanya memberikan kepuasan psikologis atau nilai identitas. Produk secara fisiklah yang benar-benar dapat digunakan, sedangkan merek merupakan hak kekayaan yang bersifat tidak berwujud. Hal ini menunjukkan bahwa merek merupakan bagian dari hak kekayaan immateril. Untuk memperoleh perlindungan hukum yang kuat, sebaiknya suatu merek tidak menggunakan kata-kata umum. Jika tidak dapat dihindari, maka perlu dipilih kata atau istilah yang bersifat khas, unik, atau merupakan gabungan beberapa kata sehingga menciptakan ciri pembeda (*distinctive*) sebagai invention name atau point word.

Merek termasuk dalam kategori Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), yang kini memiliki peranan penting dalam dunia industri dan perdagangan internasional. Tujuan utama HAKI adalah memberikan perlindungan hukum kepada pemilikinya dari tindakan pihak lain yang menjual produk atau jasa yang sama sehingga menimbulkan persaingan yang tidak sehat.⁸

Berdasarkan Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan “Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”. Selanjutnya, Pasal 2 Undang-Undang Nomor

⁶ Tiris Sudartono Dkk., *Kewirausahaan Umkm Di Era Digital*, 2022, Hlm 233, <https://Repository.Penerbitwidina.Com/Publications/515239/Kewirausahaan-Umkm-Di-Era-Digital>.

⁷ Tomy Pasca Rifai, “Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean,” *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 10, No. 4 (2016).

⁸ Dwi Atmoko, “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis,” *Jurnal Hukum Sasana* 5, No. 1 (2019): Hlm 77.

20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa ruang lingkup pengaturan dalam undang-undang tersebut mencakup merek dan indikasi geografis, yang meliputi merek dagang dan merek jasa. Merek yang memperoleh perlindungan hukum berupa tanda yang dapat ditampilkan dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, baik dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, maupun kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh orang perseorangan atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

c. Hubungan Antara UMKM Dengan Hak Merek

Hubungan antara UMKM dan hak merek sangat erat, karena perlindungan merek bagi pelaku UMKM bukan hanya bertujuan melindungi pemilik merek secara hukum, tetapi juga melindungi konsumen agar memperoleh barang yang asli dan sesuai dengan yang diharapkan, serta mendapatkan kepastian hukum atas produk yang dibeli. Perlindungan tersebut salah satunya diwujudkan melalui pendaftaran merek. Dengan adanya pendaftaran merek, pelaku UMKM memperoleh perlindungan hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.⁹

Pendaftaran merek dilakukan sebagai upaya untuk memperoleh kepastian hukum serta perlindungan terhadap hak atas merek. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, dalam konteks perdagangan global yang selaras dengan berbagai konvensi internasional yang telah diratifikasi oleh Indonesia, merek memiliki peranan yang sangat strategis, khususnya dalam menjaga terciptanya persaingan usaha yang sehat. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan yang komprehensif mengenai merek guna memberikan pelayanan hukum yang optimal bagi masyarakat. Setiap orang atau badan hukum yang telah mendaftarkan merek barang dan/atau jasanya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan pendaftarannya telah diterima, berhak memperoleh hak eksklusif atas merek tersebut dalam jangka waktu tertentu. Hak eksklusif tersebut mencakup penggunaan merek secara sendiri maupun pemberian izin kepada pihak lain untuk memanfaatkannya.¹⁰

Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar dapat berbentuk perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif dilakukan melalui pendaftaran untuk mencegah pihak lain menggunakan merek tersebut tanpa izin. Sementara perlindungan represif diberikan melalui mekanisme penyelesaian

⁹ Tifania Ayunda Prameswari, "Hak Merek Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Industri Umkm," *Amnesti: Jurnal Hukum* 3, No. 2 (2021): Hlm 103.

¹⁰ Gunawan Gunawan Dan Egi Rizki Maulana Putra, "Perlindungan Dan Pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku Umkm Di Desa Cililin," *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5, No. 1 (2023): Hlm 895.

sengketa, termasuk proses hukum di pengadilan apabila terjadi pelanggaran. Dengan terdaptarnya merek dagang, maka merek tersebut memperoleh perlindungan hukum, reputasi produk semakin kuat di masyarakat, dan pada akhirnya meningkatkan minat serta daya beli konsumen.

2. Kesadaran Hukum bagi UMKM terhadap Perlindungan Hak Merek: Studi Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala

Dari hasil wawancara penulis kepada tiga pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala, terdapat beberapa perspektif atau pendapat yang disampaikan informan mengenai hak merek.

UMKM pertama yang penulis wawancarai yakni Ayam Goreng Tepung Kabayan yang sudah jalan sejak tahun 1998, ternyata kesadarannya tinggi soal hak merek. Informan mengatakan merek mereka sudah didaftar resmi agar tidak ada yang meniru, serta nama usahanya bisa dipatenkan. Proses daftarnya sangat lancar, dan mereka berharap makin banyak UMKM yang sadar jika mendaftarkan merek itu sangat penting sebagai perlindungan hukum untuk identitas usaha.¹¹

Selanjutnya, Pisang Goreng Wijen NyAna yang baru menjalani usahanya selama tiga bulan, meski mengetahui jika hak merek itu penting namun belum mendaftarkan merek usahanya dengan alasan usaha tersebut masih dalam tahap percobaan, jadi fokusnya lebih ke promosi dan membuat produk. Mereka berharap proses daftar merek nanti bisa dibuat lebih simpel dan ada yang membantu, karena banyak dari pelaku usaha kecil yang belum mengerti prosedurnya secara utuh.¹²

Lalu UMKM ketiga, Riiya Donuts yang sudah beroperasi dua tahun, punya pemahaman yang cukup bagus tentang hak merek. Walaupun merek itu belum terdaftar, pemiliknya sedang mempersiapkan untuk mendaftar sambil fokus menguatkan *branding* terlebih dahulu. Menurut informan daftar merek itu sangat penting agar tidak ada yang menggunakan nama usaha mereka dengan seenaknya¹³

Dilihat dari logo yang mereka gunakan, ketiga UMKM ini sudah berusaha bangun identitas merek yang beda-beda. Logo Ayam Goreng Tepung Kabayan dengan karakter Kabayan yang ikonik dan gampang diingat, jadi punya daya beda yang kuat dan sangat cocok didaftarkan sebagai merek. Logo Pisang Goreng Wijen NyAna juga punya unsur berbeda lewat nama pemilik. Sedangkan logo Riiya Donuts sudah sangat mewakili nama usahanya karena gabungan antara warna cerah dengan gambar donat yang langsung menunjukkan jenis usaha, jadi memiliki ciri khas dan potensi perlindungan merek yang bagus.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM sudah sadar akan pentingnya hak merek, tapi masih ada kendala seperti kurang memahami teknis atau prioritas usaha. Maka dari itu, perlu edukasi yang terus-

¹¹ Zainal, "Wawancara Umkm Ayam Goreng Tepung Kabayan," 14 Oktober 2025.

¹² Yana, "Wawancara Umkm Pisang Goreng Wijen Nyana," 28 Oktober 2025.

¹³ Dhilla, "Wawancara Umkm Riiya Donuts," 28 Oktober 2025.

menerus dan bantuan dari pemerintah atau lembaga terkait agar UMKM bisa lebih optimal melindungi merek dagang mereka sebagai aset utama untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan daya saing di pasar.

3. Teori Efektivitas Hukum menurut Soerjono Soekanto dan Analisis Efektivitas Perlindungan Hak Merek bagi UMKM

Dalam teori efektivitas hukum, Soerjono Soekanto mengemukakan pendapatnya bahwa efektivitas dimaknai sebagai tingkat kemampuan suatu kelompok dalam merealisasikan tujuan yang telah ditentukan.¹⁴ Suatu ketentuan hukum dapat dikatakan efektif apabila menimbulkan dampak hukum yang positif, yakni ketika hukum tersebut berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan tersebut dalam mengarahkan atau mengubah perilaku manusia sehingga terbentuk menjadi suatu perilaku hukum.¹⁵

Menurut teori efektivitas hukum menurut Soerjono Soekanto, efektivitas suatu hukum ditentukan oleh lima faktor utama. Faktor-faktor yang dimaksud Soerjono Soekanto dalam pendapatnya meliputi: (1) faktor hukum itu sendiri; (2) faktor penegak hukum; (3) faktor sarana atau fasilitas yang menunjang proses penegakan hukum; (4) faktor masyarakat; serta (5) faktor kebudayaan.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan, diperoleh gambaran mengenai tingkat kesadaran hukum UMKM terhadap perlindungan hak merek di Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala. Analisis faktor pertama yakni faktor hukum itu sendiri yang mana berkaitan dengan keberadaan dan kejelasan peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan hak merek, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga pelaku UMKM di Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala, dapat diketahui bahwa secara umum informan telah memahami bahwa hak merek merupakan bentuk perlindungan hukum atas identitas usaha. Hal ini terlihat dari adanya UMKM yang telah mendaftarkan mereknya secara resmi serta UMKM lain yang memiliki rencana untuk melakukan pendaftaran merek di kemudian hari. Temuan ini menunjukkan bahwa dari sisi substansi hukum, aturan mengenai hak merek telah dikenal oleh sebagian pelaku UMKM, sehingga faktor hukum pada dasarnya telah tersedia dan dapat berfungsi sebagai dasar perlindungan. Namun demikian, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan tindakan hukum

¹⁴ Aminatol Munauwarah, "Implementasi Sidang Hakim Tunggal Di Pengadilan Agama Lumajang Perspektif Teori Efektivitas Hukum Soerjono Soekanto" (Phd Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025), Hlm. 8, [Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/81885/](http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/81885/).

¹⁵ Muhammad Miftahul Huda Dkk., "Implementasi Tanggung Jawab Negara Terhadap Pelanggaran Ham Berat Paniai Perspektif Teori Efektivitas Hukum Soerjono Soekanto," *In Right: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia* 11, No. 1 (2022): Hlm. 124.

¹⁶ Muhammad Handhoko, "Implementasi E-Court Di Pa Ponorogo (Tinjauan Teori Efektivitas Hukum Soerjono Soekanto)" (Phd Thesis, Iain Ponorogo, 2022), Hlm. 23-25, [Https://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/25649/1/101180086_Muhammad%20handhoko_Hki.Pdf](https://Etheses.Iainponorogo.Ac.Id/25649/1/101180086_Muhammad%20handhoko_Hki.Pdf).

yang seragam, mengingat masih terdapat UMKM yang menunda pendaftaran merek dengan berbagai pertimbangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun aturan hukum telah ada, efektivitasnya masih bergantung pada faktor lain di luar substansi hukum itu sendiri.

Faktor kedua yakni faktor penegak hukum yang mencakup peran lembaga dan aparat yang berwenang dalam menerapkan dan mensosialisasikan hukum hak merek kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, tidak ditemukan keterangan yang menunjukkan adanya pendampingan atau interaksi langsung antara pelaku UMKM dengan instansi penegak hukum terkait pendaftaran hak merek. Pelaku UMKM cenderung mengurus atau merencanakan pendaftaran merek secara mandiri tanpa dukungan intensif dari lembaga terkait. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa peran penegak hukum, khususnya dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan hukum, belum dirasakan secara optimal oleh pelaku UMKM. Akibatnya, meskipun terdapat UMKM yang memiliki kesadaran hukum yang baik, upaya perlindungan hak merek belum sepenuhnya didukung oleh kehadiran penegak hukum di tingkat praktis.

Faktor sarana dan fasilitas yang menjadi faktor ketiga dan berhubungan dengan ketersediaan sistem, prosedur, serta kemudahan akses dalam pendaftaran hak merek. Hasil wawancara menunjukkan bahwa terdapat pelaku UMKM yang menilai proses pendaftaran merek masih dirasa perlu disederhanakan, terutama bagi UMKM yang baru merintis usaha. Harapan akan adanya proses yang lebih simpel serta pendampingan teknis mencerminkan bahwa sarana dan fasilitas pendaftaran merek belum sepenuhnya dipahami atau dirasakan kemudahannya oleh seluruh pelaku UMKM. Meskipun terdapat UMKM yang menyatakan proses pendaftaran merek berjalan lancar, perbedaan pengalaman antar pelaku UMKM menunjukkan adanya kesenjangan dalam akses dan pemanfaatan sarana hukum. Hal ini menandakan bahwa faktor sarana dan fasilitas masih menjadi salah satu penentu belum optimalnya efektivitas perlindungan hak merek bagi UMKM.

Selanjutnya, faktor masyarakat yang berkaitan dengan tingkat kesadaran hukum dan kepatuhan pelaku UMKM terhadap kewajiban pendaftaran merek. Berdasarkan hasil wawancara, tingkat kesadaran hukum UMKM terhadap perlindungan hak merek berada pada kategori cukup baik. Hal ini terlihat dari pemahaman informan mengenai pentingnya pendaftaran merek sebagai upaya mencegah peniruan dan menjaga identitas usaha. Namun, kesadaran tersebut belum sepenuhnya diwujudkan dalam bentuk tindakan hukum. Beberapa pelaku UMKM masih menunda pendaftaran merek dengan alasan usaha masih dalam tahap pengembangan atau fokus pada promosi dan penguatan branding. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran hukum telah terbentuk, tingkat kepatuhan hukum belum sepenuhnya optimal, sehingga faktor masyarakat masih menjadi tantangan dalam efektivitas perlindungan hak merek.

Faktor kelima pada faktor kebudayaan yang berkaitan dengan nilai, kebiasaan, dan pola pikir pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara, terlihat adanya budaya usaha yang lebih mengutamakan aspek ekonomi jangka pendek, seperti pengembangan produk dan pemasaran, dibandingkan perlindungan hukum formal. Pendaftaran merek masih dipandang sebagai kebutuhan sekunder yang dapat dilakukan setelah usaha dianggap stabil. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa budaya hukum di kalangan UMKM belum sepenuhnya menempatkan perlindungan hak merek sebagai bagian integral dari strategi usaha. Akibatnya, faktor kebudayaan turut mempengaruhi tingkat efektivitas perlindungan hak merek bagi UMKM.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran hukum UMKM terhadap perlindungan hak merek di Kota Banjarbaru dan Kabupaten Barito Kuala berada pada kategori cukup baik, namun belum sepenuhnya efektif dalam implementasinya. Hal ini tercermin dari adanya perbedaan sikap dan tindakan pelaku UMKM, mulai dari yang telah mendaftarkan mereknya, memahami pentingnya hak merek namun menunda pendaftaran, hingga yang masih menghadapi kendala teknis dan prioritas usaha.

Ditinjau dari teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto, faktor hukum dan faktor penegak hukum pada dasarnya telah tersedia dan memberikan dasar perlindungan yang jelas terhadap hak merek. Namun demikian, faktor sarana dan fasilitas, faktor masyarakat, serta faktor kebudayaan masih menjadi kendala utama dalam mewujudkan efektivitas perlindungan hak merek bagi UMKM. Rendahnya pemahaman teknis, anggapan bahwa pendaftaran merek bukan prioritas awal usaha, serta keterbatasan pendampingan menjadi faktor yang memengaruhi rendahnya tingkat kepatuhan UMKM dalam mendaftarkan merek usahanya.

Dengan demikian, efektivitas perlindungan hak merek bagi UMKM tidak hanya ditentukan oleh keberadaan aturan hukum semata, tetapi juga sangat bergantung pada peningkatan kesadaran hukum, kemudahan akses pendaftaran, serta peran aktif pemerintah dan lembaga terkait dalam memberikan edukasi dan pendampingan. Upaya tersebut menjadi penting agar hak merek dapat benar-benar berfungsi sebagai instrumen perlindungan hukum dan aset strategis bagi pengembangan UMKM.

REFERENSI

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>.
- Asriati, Asriati, dan Salmawati Salmawati. “PERLINDUNGAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PADA SEKTOR EKONOMI KREATIF.” *Indonesian Journal of Legality of Law* 8, no. 1 (2025): 14–20. <https://doi.org/10.35965/ijlf.v8i1.7877>.
- Atmoko, Dwi. “Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.” *Jurnal Hukum Sasana* 5, no. 1 (2019): 75–86.
- Gultom, Meli Hertati. “Perlindungan hukum bagi pemegang hak merek terdaftar terhadap pelanggaran merek.” *Warta Dharmawangsa*, no. 56 (2018). <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/14>.
- Gunawan, Gunawan, dan Egi Rizki Maulana Putra. “Perlindungan dan Pendampingan Hukum Kekayaan Intelektual dalam Pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku UMKM di Desa Cililin.” *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 1 (2023): 891–98.
- Handhoko, Muhammad. “Implementasi E-Court Di PA Ponorogo (Tinjauan Teori Efektivitas Hukum Soerjono Soekanto).” PhD Thesis, IAIN PONOROGO, 2022. https://etheses.iainponorogo.ac.id/25649/1/101180086_Muhammad%20Handhoko_HKI.pdf.
- Huda, Muhammad Miftahul, Suwandi Suwandi, dan Aunur Rofiq. “Implementasi tanggung jawab negara terhadap pelanggaran HAM berat panai perspektif teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto.” *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia* 11, no. 1 (2022): 115–34.
- Lubis, Putri Salsabila Indrawan, dan Rofila Salsabila. “Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia.” *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2024): 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>.
- Munauwarah, Aminatol. “Implementasi sidang hakim tunggal di Pengadilan Agama Lumajang perspektif teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto.” PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025. <http://etheses.uin-malang.ac.id/81885/>.
- Prameswari, Tifania Ayunda. “Hak Merek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM.” *Amnesti: Jurnal Hukum* 3, no. 2 (2021): 97–104.
- Rifai, Tomy Pasca. “Kesiapan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean.” *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 4 (2016): 733–76.
- Suci, Yuli Rahmini. “Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia.” *Jurnal ilmiah cano ekonomos* 6, no. 1 (2017). https://www.academia.edu/download/120098847/pdf_44.pdf.

Habibah Lestari, MS, Laila Aulia, Sultan, *Kesadaran Hukum Dan Efektivitas Perlindungan Hak Merek Bagi Umkm: Analisis Teori Efektivitas Hukum (Studi Di Kota Banjarbaru Dan Kabupaten Barito Kuala)*

Sudrartono, Tiris, Hari Nugroho, Irwanto Irwanto, dkk. *Kewirausahaan UMKM Di Era Digital.* 2022.

[https://repository.penerbitwidina.com/publications/515239/kewirausahaan-umkm-di-era-digital.](https://repository.penerbitwidina.com/publications/515239/kewirausahaan-umkm-di-era-digital)