



SOSIALISASI PENTINGNYA PENDAFTARAN HAK MEREK DAGANG MELALUI OSS (ONLINE SINGLE SUBMISSION) BAGI UMKM DI KELURAHAN KOMET, KECAMATAN LOKTABAT UTARA, KOTA BANJARBARU

M. Fauzi Noor Yasya¹, Abwabur Rezeki Ghani², Wahda³, Fahrul Zaini⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Antasari, Indonesia

E-mail: fauzinoor1978@gmail.com¹, ghani64171@gmail.com², wahda54@sma.belajar.id³,
fzaini1505@gmail.com⁴

Received 25-11-2025 | Revised form 15-12-2025 | Accepted 14-01-2026

Abstract

This community service activity aims to increase the understanding and awareness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Komet Village, North Loktabat District, Banjarbaru City regarding the importance of trademark registration as part of Intellectual Property Rights (IPR) protection. A trademark is a strategic asset that functions as a business identity, product differentiator, and legal protection instrument against potential imitation and unfair business competition. The activity implementation method is carried out through socialization, interactive discussions, and initial assistance regarding trademark registration procedures through the Online Single Submission (OSS) system based on the Risk Based Approach (RBA). The results of the activity showed that most MSMEs did not understand the urgency of trademark registration and the administrative stages that must be completed. After the socialization activity was carried out, there was an increase in understanding of MSMEs regarding the legal and economic benefits of trademark registration and the registration procedures through the OSS. This activity is expected to encourage MSMEs to immediately register their business brands to obtain legal certainty, increase business competitiveness, and support sustainable local economic growth.

Keywords: Intellectual Property Rights; Trademarks; MSMEs; OSS; Legal Socialization

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Komet, Kecamatan Loktabat Utara, Kota Banjarbaru mengenai pentingnya pendaftaran merek dagang sebagai bagian dari perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Merek merupakan aset strategis yang berfungsi sebagai identitas usaha, pembeda produk, serta instrumen perlindungan hukum terhadap potensi peniruan dan persaingan usaha tidak sehat. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, diskusi interaktif, dan pendampingan awal terkait prosedur pendaftaran merek dagang melalui sistem Online Single Submission (OSS) berbasis Risk Based Approach (RBA). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memahami urgensi pendaftaran merek dan tahapan administratif yang harus dipenuhi. Setelah kegiatan sosialisasi dilaksanakan, terjadi peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai manfaat hukum dan ekonomi dari pendaftaran merek dagang serta prosedur pendaftarannya melalui OSS. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM untuk segera mendaftarkan merek usahanya guna memperoleh kepastian hukum, meningkatkan daya saing usaha, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual; Merek Dagang; UMKM; OSS; Sosialisasi Hukum

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



PENDAHULUAN

Secara normatif, legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga badan usaha tersebut dilindungi. Legalitas usaha juga merupakan bentuk perlindungan hukum untuk menjamin legalitas keberlangsungan usaha UMKM. Dengan melakukan pendaftaran perizinan, pelaku usaha mikro akan memperoleh NIB yang berfungsi sebagai legalitas perizinan tunggal yang berlaku untuk perizinan usaha, Standar Nasional Indonesia (SNI).¹

Merek merupakan salah satu wujud karya intelektual yang digunakan untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan atau perseorangan dengan maksud untuk menunjukkan ciri khas dan asal usul barang tersebut. Terlebih disebabkan perdagangan dunia yang semakin maju, serta alat transportasi yang semakin baik juga dengan dilakukannya promosi maka wilayah pemasaran barang pun menjadi lebih luas lagi. Hal tersebut menambah pentingnya arti dari merek yaitu untuk membedakan asal usul barang, kualitas, serta untuk menghindari peniruan. Fungsi merek adalah sebagai pembeda dengan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau pihak lain. Selain itu sebagai salah satu cara untuk mengukur kualitas yang dihasilkan, dari sisi konsumen, merek digunakan sebagai acuan untuk memilih barang atau jasa yang dibutuhkan. Image juga dapat ditimbulkan dari penggunaan merek tertentu. Untuk mencapai merek yang dikenal luas dan diingat oleh masyarakat tentunya membutuhkan waktu yang tidak singkat, contohnya merek Coca Cola, memerlukan waktu setidaknya 100 tahun²

Dalam konteks globalisasi perdagangan yang semakin dinamis seperti diuraikan di atas, peran negara menjadi semakin strategis dalam melindungi merek sebagai aset intelektual utama untuk mendukung daya saing ekonomi nasional melalui regulasi yang komprehensif dan adaptif. Negara Republik Indonesia memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi, yang tercermin dalam berbagai peraturan dan undang-undang, termasuk kebijakan yang diharapkan dapat menjaga stabilitas negara serta angka pertumbuhan ekonominya. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh John Maynard Keynes. Sistem hukum kekayaan intelektual di Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan merek, telah mengalami perkembangan yang signifikan. Lembaga Penelitian dan Penerbitan Hasil Penelitian Ensiklopedia 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis ("UU Merek") menjadi

¹ Uswatun Hasanah dkk., "Sosialisasi Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Merek Terhadap Pelaku Usaha Mikro Desa Bunder Pademawu Pamekasan," *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 9, no. 1 (2023): 23, <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v9i1.16367>.

² 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 (2023): 2, <https://doi.org/10.52250/p3m.v8i1.612>.

tonggak penting dalam memberikan perlindungan hukum bagi pemilik merek. UU Merek ini menggantikan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 dan membawa sejumlah perubahan penting, terutama dalam hal prosedur pendaftaran merek.³

Kota Banjarbaru merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Kalimantan Selatan, ditetapkan menjadi Wilayah Kota Otonom pada tahun 1999 melalui UU No. 9 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kota Banjarbaru. Secara geografis Kota Banjarbaru terletak 3°25'40" Lintang Selatan dan 114°41'22" Bujur Timur – 114°54'25" Bujur Timur, dengan luas 371,3 km² (37.130 ha) dan secara administratif, saat ini Kota Banjarbaru terdiri atas 5 (lima) kecamatan, yaitu Banjarbaru Utara, Banjarbaru Selatan, Landasan Ulin, Liang Anggang dan Cempaka (Bappeda Kota Banjarbaru, 2008). Kecamatan Banjarbaru Utara merupakan pusat aktivitas kota Banjarbaru, khususnya Kelurahan Komet. Kelurahan ini merupakan daerah yang memiliki kecepatan pembangunan yang sangat tinggi, dengan luas wilayah 2,44 km² dan jumlah penduduk sebanyak 4.219 individu, menjadikan Kelurahan Komet sebagai kota terpadat di Kota Banjarbaru⁴

Berdasarkan data terbaru dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Tenaga Kerja (Diskopukm-Naker) Kota Banjarbaru serta publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024/2025, Kelurahan Komet memang merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi dan UMKM yang sangat vital di Kota Banjarbaru, meskipun secara total jumlah UMKM per kecamatan dipimpin oleh wilayah lain.

Hingga akhir tahun 2024, total jumlah UMKM di Kota Banjarbaru tercatat sebanyak 24.423 unit. Kelurahan Komet berada di bawah Kecamatan Banjarbaru Utara. Berdasarkan data terbaru dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Tenaga Kerja (Diskopukm-Naker) Kota Banjarbaru serta publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024/2025, Kelurahan Komet memang merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi dan UMKM yang sangat vital di Kota Banjarbaru, meskipun secara total jumlah UMKM per kecamatan dipimpin oleh wilayah lain.

Meskipun secara administratif Kecamatan Landasan Ulin memiliki jumlah UMKM terbanyak secara total, Kelurahan Komet diakui sebagai titik pusat (hub) ekonomi kreatif dan UMKM di kawasan "Kota Lama" Banjarbaru, Kelurahan Komet merupakan lokasi berdirinya Creative Hub Banjarbaru yang menjadi wadah pemasaran produk UMKM unggulan dari seluruh kelurahan di Banjarbaru, Kelurahan Komet memiliki kepadatan usaha jasa dan kuliner yang sangat tinggi, terutama di sekitar area perkantoran pemerintah dan pusat kota (kawasan Lapangan Murdjani dan sekitarnya), menurut dokumen Rencana

³ Kara Morinka dkk., Tinjauan Atas Konflik Prosedur Verifikasi Pendaftaran Merek Di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, 7, no. 2 (2025): 224.

⁴ Nova Annisa dkk., Iklim Mikro Dan Indeks Ketidaknyamanan Taman Kota Di Kelurahan Komet Kota Banjarbaru, t.t., 144.

Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), Kelurahan Komet ditetapkan sebagai pusat pelayanan kota untuk kegiatan perdagangan, jasa, dan pendidikan.

Berdasarkan hal di atas, kami melaksanakan sosialisasi dan konsultasi mengenai pentingnya pendaftaran merek. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan mampu menambah tingkat pengetahuan masyarakat dalam bidang Hak atas Kekayaan Intelektual khususnya merek dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pendaftaran merek. Mitra yang kami gandeng adalah beberapa UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) karena pertumbuhan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari keberadaan UMKM. UMKM berperan sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi yang berujung pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat. UMKM merupakan unit usaha yang berdiri sendiri bersifat produktif, baik dilakukan oleh Badan Usaha maupun oleh perorangan di segala bidang ekonomi. Pengertian UMKM secara umum adalah kegiatan atau usaha yang menghasilkan jasa atau barang dengan menggunakan bahan utama berupa sumber daya alam, kekayaan budaya dan seni suatu daerah. Sedangkan ciri-ciri UMKM adalah mudahnya mendapatkan bahan baku, alih teknologi mudah dilakukan karena masih menggunakan teknologi yang sederhana, pengetahuan, keahlian dan ketrampilan para pekerjanya masih bersifat turun-temurun, mampu memberdayakan banyak tenaga kerja (padat karya), produk yang dihasilkan sebagian besar diserap oleh pasar lokal tapi berpotensi juga sebagian untuk ekspor. Pada umumnya nilai aset awal, tidak termasuk bangunan dan tanah adalah yang membedakan kategori Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Tentunya segala potensi yang ada pada UMKM harus mendapatkan perhatian dan perlindungan, salah satunya dengan mendaftarkan hak kekayaan intelektual mereka berupa merek

PEMBAHASAN

Sosialisasi merek dagang diawali dengan wawancara dengan UMKM seperti pada Gambar 1. Selanjutnya dilakukan sosialisasi diskusi sosial seperti pada Gambar 2. Diskusi sosial antar pihak terkait tentang apa itu merek dan bagaimana proses untuk mendapatkan merek resmi. Para pelaku UMKM di Kelurahan Komet Kecamatan Loktabat utara perlu memahami pentingnya merek dagang bagi usahanya karena para pelaku UMKM masih sangat sedikit mengetahui cara mendaftarkan merek dagangnya. Pemerintah setempat harus berperan aktif dalam mendukung pelaku UMKM dan mampu memberikan informasi tentang proses pendaftaran merek dan pentingnya pendaftaran merek. Hal ini penting karena di masa depan, mereka yang menggunakan merek untuk pertama kali atau lebih awal tidak lagi diakui sebagai pemegang hak, melainkan mereka yang mengajukan merek terlebih dahulu, sehingga rugi jika ada orang lain yang menggunakan merek yang sama dan telah didaftarkan terlebih dahulu. Potensi ekonomi

desa harus dikembangkan, sehingga benar-benar memberikan kontribusi bagi pembangunan desa, peningkatan usaha. Tidak ada UMKM yang dapat menghindari hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual material dapat mencakup merek dagang, hak cipta, paten, desain industri, rahasia dagang, tata letak sirkuit terpadu dasar dan indikasi geografis. Hal yang sama berlaku untuk UKM. Meskipun cakupan bisnis UMKM tidak besar, namun umumnya semua UMKM dapat menggunakannya sebagai merek dagang atau brand atau merek yang mereka gunakan dalam layanan mereka. mereka harus langsung mendaftarkan hak merek dagang agar kedepannya UMKM mereka tidak ada memiliki merek yang sama karena merek juga mempengaruhi pandangan konsumen. Pandangan ini berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan. karena bisa saja terjadi kualitas produk mereka lebih baik namun memiliki merek yang sama dengan produk lainnya yang kurang bagus akan memberikan dampak penjualan terhadap produk UMKMnya. Efek tersebut menjadikan penjualan yang sepi sehingga semestinya UMKM tersebut banyak menciptakan lapangan usaha bagi masyarakat sekitar mulai terjadi pemberhentian pekerja. Dengan adanya pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku UMKM dapat meningkatkan perekonomian bagi masyarakat di Desa Sungai Luar sebagai bagian dari upaya percepatan pembangunan ekonomi dan memperkuat posisi wilayah dalam kerangka negara kesatuan.



Gambar 1. sosialisasi cara pendaftaran hak merk melalui OSS kegiatan kepada karyawan penjual eskrim



Gambar 1. sosialisasi cara pendaftaran hak merk melalui OSS kegiatan kepada penjual eskrim

Tahapan yang pertama dalam pendaftaran hak merek adalah mendaftar terlebih dahulu akun OSS, memilih skala usaha, jenis pelaku usaha, dan mengisi data verifikasi. Setelah pendaftaran selesai, pelaku usaha dapat melanjutkan ke tahap pendaftaran perizinan, dengan mengisi data usaha, lokasi, tenaga kerja, dan persyaratan lainnya. Sistem OSS akan mengotomatisasi pengisian KBLI dan validasi risiko usaha. Setelah semua data lengkap, pelaku usaha akan diminta untuk memeriksa dan menyetujui pernyataan mandiri sebelum mendapatkan perizinan usaha resmi.

Pelaku usaha perlu menjalani proses perizinan untuk mendapatkan legalitas usaha, yang kini dilakukan secara elektronik melalui sistem Online Single Submission (OSS) berbasis Risk Based Approach (RBA). Proses pendaftaran dilakukan sepenuhnya dalam sistem OSS RBA, dan pelaku usaha harus mengikuti rangkaian pendaftaran hingga menerima draf perizinan yang dapat diunduh secara online. Setelah pendaftaran, pelaku usaha diharuskan memenuhi komitmen usaha atau persyaratan standar yang menjamin efektivitas izin usaha., banyak pelaku usaha yang mengabaikan tahap ini karena kurangnya pengetahuan dan ketidaktahuan bahwa proses pendaftaran belum selesai. Pemerintah mengatasi masalah ini melalui sosialisasi dan penyuluhan kepada pelaku usaha, khususnya terkait pemahaman dan pelaksanaan komitmen usaha yang kini disebut persyaratan standar. Sistem OSS berbasis resiko juga membagi usaha berdasarkan tingkat risikonya, yang mempengaruhi persyaratan yang harus dipenuhi. Usaha dengan risiko rendah hanya memerlukan Nomor Induk Berusaha (NIB), sementara usaha dengan risiko lebih tinggi memerlukan tambahan sertifikat atau izin yang diverifikasi oleh pemerintah.⁵

Dari kegiatan sosialisasi ini UMKM antusias dan mengharapkan kedepannya ada praktek langsung cara mendaftarkan hak merek dagang agar kedepannya UMKM mereka

⁵ Yoga Pangestu Ardita Esti Rahmadani, *Analisis Penerapan Perizinan Berusaha Melalui Sistem Online Single Submission (OSS) Berbasis Resiko*, 9 November 2024, 177, <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14060525>.

tidak ada memiliki merek yang sama karena merek juga mempengaruhi pandangan konsumen. Pandangan ini berdasarkan kualitas produk yang dihasilkan karena bisa saja terjadi kualitas produk mereka lebih baik namun memiliki merek yang sama dengan produk lainnya yang kurang bagus akan memberikan dampak penjualan terhadap produk UMKMnya. Efek tersebut menjadikan penjualan yang sepi sehingga semestinya UMKM tersebut banyak menciptakan lapangan usaha bagi masyarakat sekitar mulai terjadi pemberhentian pekerja. Dengan adanya pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku UMKM dapat meningkatkan perekonomian bagi masyarakat di Desa Sungai Luar sebagai bagian dari upaya percepatan pembangunan ekonomi didaerah dan memperkuat posisi didalam menjaga kerangka negara kesatuan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pendampingan pendaftaran merek dagang bagi pelaku UMKM di Kelurahan Komet, Kecamatan Loktabat Utara, dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya perlindungan merek masih relatif rendah, khususnya terkait aspek hukum dan prosedur pendaftaran melalui sistem OSS. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fungsi merek sebagai aset kekayaan intelektual yang memiliki nilai ekonomi dan perlindungan hukum. Sosialisasi yang dilakukan mampu meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya mendaftarkan merek dagang untuk menghindari konflik kepemilikan merek di kemudian hari serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong pelaku UMKM untuk secara aktif melindungi hak kekayaan intelektualnya serta meningkatkan legalitas dan daya saing usaha. Ke depan, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah dan pemangku kepentingan terkait melalui program pendampingan lanjutan dan praktik langsung pendaftaran merek dagang, sehingga pelaku UMKM dapat secara mandiri dan optimal memanfaatkan sistem OSS dalam rangka penguatan ekonomi lokal dan pembangunan daerah yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Nova, Ahmad Kurnain, Eko Rini Indrayatie, dan Setia Budi Peran. *IKLIM MIKRO DAN INDEKS KETIDAKNYAMANAN TAMAN KOTA DI KELURAHAN KOMET KOTA BANJARBARU*. t.t.
- Ardita Esti Rahmadani, Yoga Pangestu. *Analisis Penerapan Perizinan Berusaha Melalui Sistem Online Single Submission (OSS) Berbasis Resiko*. 9 November 2024. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14060525>.
- Hasanah, Uswatun, Djulaeka Djulaeka, dan Eny Suastuti. "Sosialisasi Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Merek Terhadap Pelaku Usaha Mikro Desa Bunder Pademawu

M. Fauzi Noor Yasya, Abwabur Rezeki Ghani, Wahda Fahrul Zaini, *Sosialisasi Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang Melalui Oss (Online Single Submission) Bagi Umkm Di Kelurahan Komet, Kecamatan Loktabat Utara, Kota Banjarbaru*

Pamekasan.” *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 9, no. 1 (2023): 22–28.
<https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v9i1.16367>.

Morinka, Kara, Elfrida Ratnawati, Dhany Rahmawan, Novina Sri, dan Simona Bustani. *TINJAUAN ATAS KONFLIK PROSEDUR VERIFIKASI PENDAFTARAN MEREK DI DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL*. 7, no. 2 (2025).

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): 1–11. <https://doi.org/10.52250/p3m.v8i1.612>.