



Pendampingan Pendaftaran Merek Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Barito Kuala

¹Muhammad Haris, ¹Rizqa Ananda

¹UIN Antasari Banjarmasin

muhammadharis@uin-antasari.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 4 th January 2026 Revised: 19 th February 2026 Published: 22 th February 2026 Keywords: Trademark Rights registration; MSMEs; Legal Protection	<i>The low level of awareness and understanding among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) regarding trademark protection remains a major obstacle to strengthening business legality and competitiveness. This community service activity aimed to enhance MSMEs' legal capacity through trademark registration assistance in Barito Kuala Regency. The methods included legal counseling, interactive discussions, and technical assistance for online trademark registration using a pre-test and post-test approach involving 30 MSME actors. Initial findings revealed low levels of trademark knowledge (43.3%), minimal trademark registration (3.3%), and limited Business Identification Number (NIB) ownership (33.3%). Following the intervention, participants' understanding significantly increased to 86.7%, and 100% expressed their intention to register their trademarks and obtain an NIB. Additionally, 20 MSMEs revised their brand names and logos to ensure distinctiveness and compliance with Law Number 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. The results indicate that a legal capacity-building-based assistance model is effective in improving legal awareness, technical readiness, and administrative commitment among MSMEs, thereby strengthening business legality and enhancing competitiveness...</i>
Informasi Artikel	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 4 Januari 2026 Direvisi: 19 Februari 2026 Dipublikasi: 22 Februari 2026 Kata kunci Pendaftaran Hak Merek; UMKM; Perlindungan Hukum	Rendahnya tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap pentingnya perlindungan hukum merek menjadi salah satu hambatan dalam penguatan legalitas dan daya saing usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas hukum UMKM melalui pendampingan pendaftaran merek di Kabupaten Barito Kuala. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan hukum, diskusi interaktif, serta pendampingan teknis pendaftaran merek secara daring dengan pendekatan pre-test dan post-test terhadap 30 pelaku UMKM. Hasil awal menunjukkan rendahnya pemahaman hak merek (43,3%), minimnya pendaftaran merek (3,3%), serta rendahnya kepemilikan Nomor Induk Berusaha (33,3%). Setelah kegiatan, terjadi peningkatan signifikan pemahaman menjadi 86,7%, serta 100% peserta menyatakan keinginan mendaftarkan merek dan memiliki NIB. Selain itu, 20 UMKM melakukan perbaikan nama dan logo agar memenuhi unsur daya pembeda sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hasil ini menunjukkan bahwa model pendampingan berbasis legal capacity building efektif dalam meningkatkan kesadaran hukum, kesiapan teknis, dan komitmen administratif UMKM, yang berimplikasi pada penguatan legalitas usaha dan peningkatan daya saing.

PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan global, peranan Hak Kekayaan Intelektual menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan perdagangan yang sehat dan adil, perlindungan konsumen dan perlindungan usaha mikro, kecil dan menengah serta industri dalam negeri. Merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas pembeda produk, tetapi juga sebagai aset ekonomi yang bernilai komersial dan memiliki implikasi hukum dalam sistem perdagangan nasional maupun internasional. Dalam konteks Indonesia, Usaha mikro, kecil dan menengah atau yang disebut UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional.

Kementerian Koperasi dan UMKM menyebutkan, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tumbuh menjadi 65,47 juta unit pada 2019 (Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, 2019). Jumlah tersebut meningkat 1,98% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 64,19 juta unit. (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2019) Jumlah ini sesuai dengan 99,99% dari seluruh perusahaan di Indonesia. Sedangkan perusahaan besar hanya 5.637 unit atau 0,01 persen. Secara rinci, hingga 64,6 juta unit merupakan usaha mikro. Angka tersebut setara dengan 98,67 persen dari seluruh UMKM di Indonesia. Sebanyak 798.679 unit merupakan usaha kecil. Rasionya adalah 1,22% dari seluruh UMKM di tanah air. Sedangkan usaha menengah hanya 65.465 unit. Angka ini setara dengan 0,1 persen dari seluruh UMKM di Indonesia (M. Ivan Mahdi, 2022).

Meskipun jumlah UMKM sangat signifikan, tingkat perlindungan kekayaan intelektual, khususnya merek, masih relatif rendah. Data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual menunjukkan bahwa pada periode 2019-2021 hanya terdapat 76.294 permohonan pendaftaran kekayaan intelektual, angka yang sangat kecil dibandingkan jumlah UMKM yang mencapai lebih dari 65 juta unit. (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, 2021) Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara jumlah pelaku usaha dan tingkat kesadaran hukum dalam melindungi identitas usaha melalui pendaftaran merek. Padahal, sistem pendaftaran merek di Indonesia menganut prinsip *first-to-file* yaitu satu mekanisme dimana subjek hukum yang pertama mengajukan permohonan adalah pemilik merek (Kusumahwardhana, 2023) sehingga pelaku usaha yang tidak mendaftarkan mereknya berisiko kehilangan hak eksklusif atas identitas produknya.

UMKM masih memiliki kesadaran yang rendah terhadap penggunaan merek pada produk yang diproduksinya, karena pangsa pasar UMKM masih bersifat regional (Fathanudien et al., 2021). Produk yang bagus dan unik tidak ada artinya jika tidak dapat dikomunikasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, brand awareness diperlukan untuk meluncurkan produk UMKM dan memperluas pangsa pasar. Branding menjadi hal penting di era persaingan pasar global, baik di level perusahaan besar maupun kecil (Melinda et al., 2023). Merek mewakili citra dan nilai-nilai perusahaan. Merek memengaruhi minat dan keputusan pembelian karena merek memudahkan konsumen menavigasi pasar di depan berbagai macam produk (Qurotul et al., 2024).

Pendaftaran merek sangat penting dilakukan agar masyarakat khususnya UMKM mendapatkan perlindungan hukum atas produk yang dibuatnya (Satyahadi & Disemadi, 2023). Dengan kesempatan memberikan penyuluhan dan pendampingan kepada masyarakat terkait pendaftaran merek, maka ada peluang untuk membantu UMKM bisa maju dan bersaing tidak hanya pada regional namun nasional (Zamharir et al., 2025). Dengan produk yang memiliki merek, para pelaku UMKM dapat melebarkan sayap usahanya dengan sistem waralaba. Semakin meningkatnya usaha karena merek produk sudah diketahui masyarakat banyak secara nasional maka semakin banyak juga lapangan kerja yang akan terbuka.

Beberapa penelitian telah dilakukan, antara lain penelitian yang mengkaji tentang kesadaran hukum pengusaha dalam pendaftaran merek (Fathanudien et al., 2021; Makbul & Fathaniyah, 2023; Tiara & Yulinda, 2021). Penelitian yang mengkaji kendala pendaftaran merek mengungkapkan kendala pendaftaran merek yaitu sulitnya akses informasi pendaftaran

merek, perbedaan informasi merek, agen pendaftaran merek yang sedikit dan masalah pemahaman pentingnya mendapatkan merek bagi UMKM (Amboro, 2019; Toguan, 2021).. Kajian lain yang mengkaji pentingnya pendaftaran merek, menyebutkan bahwa merek sangat penting dalam dunia usaha yang sehat. Berdasarkan analisa kasus pada penelitian ini menunjukkan perlindungan merek terkenal tidak hilang, meskipun penghapusan merek telah dilakukan (Purnamasari, 2018). Pendaftaran merek dagang adalah bagian penting dari penggunaan produk untuk mendapatkan keuntungan komersial. Sangat penting bagi para pihak untuk bersaing mendaftarkan merek tersebut, meskipun banyak merek lain yang dapat digunakan karena merek tersebut berperan sebagai citra perusahaan. (Widiantoro, 2022)

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji kesadaran hukum pelaku usaha terhadap pendaftaran merek serta kendala administratif yang dihadapi, seperti keterbatasan informasi, minimnya agen pendaftaran, serta persepsi bahwa proses pendaftaran mahal dan rumit. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya bersifat normatif atau deskriptif umum dan belum secara spesifik mengkaji efektivitas penyuluhan hukum dan pendampingan pendaftaran merek berbasis daring sebagai instrumen intervensi kebijakan. Selain itu, belum terdapat penelitian yang secara empiris menganalisis keterkaitan antara kepemilikan merek dengan kesiapan UMKM memasuki pasar ritel modern sebagai indikator peningkatan daya saing.

Kesenjangan tersebut semakin relevan apabila ditinjau dalam konteks lokal Kabupaten Barito Kuala. Terdapat 1.403 UMKM yang telah memiliki NIB. Namun untuk masuk ke industri market ritel, UMKM harus memenuhi syarat harus memiliki NIB, merek, dan sertifikat halal. (M. W. Adiwibowo, komunikasi pribadi, Oktober 2023) Fakta bahwa sebagian besar UMKM belum mampu menembus pasar ritel modern menunjukkan adanya gap antara legalitas usaha administratif (NIB) dan perlindungan identitas usaha melalui pendaftaran merek. Hingga saat ini belum tersedia penelitian yang secara khusus mengevaluasi efektivitas sosialisasi dan pendampingan hukum pendaftaran merek terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Barito Kuala.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara empiris tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pendaftaran merek, mengidentifikasi kendala riil yang dihadapi dalam proses pendaftaran secara daring, serta mengevaluasi efektivitas penyuluhan hukum dan pendampingan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Barito Kuala.

METODE

Solusi yang ditawarkan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan pengetahuan dan pendampingan kepada UMKM agar kesadaran hukum terhadap merek usahanya lebih meningkat, tepat dalam menentukan nama/logo merek serta mendaftarkan merek usahanya ke Kemenkumham.

Metode Pendekatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Metode pendekatan kegiatan ini yaitu melalui ceramah, diskusi, simulasi dan pengisian kuesioner. Masing-masing pendekatan dirancang untuk mengakomodasi peningkatan pemahaman dan praktik pendaftaran hak merek. Ceramah digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan materi mengenai perlindungan hak merek di Indonesia, tata cara permohonan surat rekomendasi dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala, serta materi penentuan nama merek dan pendampingan pendaftaran hak merek secara daring. Diskusi merupakan kegiatan interaktif tanya jawab antara peserta dan narasumber untuk menggali informasi lebih dalam terkait pendaftaran merek. Simulasi merupakan pelaksanaan praktik pendaftaran hak merek secara daring oleh pelaku UMKM. Pengisian kuesioner merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peserta kegiatan dengan mengisi form kuesioner yang

di berikan oleh pelaksana sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. kuesioner menggunakan pre-test dan post-test. Data dianalisis secara statistik deskriptif dalam bentuk persentase dan diagram. Hal ini untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap pendaftaran hak merek. Materi disampaikan oleh ahli yaitu Ibu Siti Norlailaiwati narasumber dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala, Bapak Riswandi Narasumber dari Kementrian Hukum dan HAM Kanwil Kalimantan Selatan dan Bapak Muhammad Haris dari UIN Antasari Banjarmasin.

Mekanisme Kegiatan Pengabdian

Mekanisme Kegiatan Pengabdian Meliputi Tahapan persiapan dan pendataan mitra kerjasama, promosi dan pendaftaran peserta, dan pelaksanaan pendampingan pendaftaran hak merek, evaluasi dan pembuatan laporan kegiatan.

Tahapan Persiapan dan pendataan mitra kerjasama dilakukan dengan mengunjungi Organisasi HIPMIKINDO DPC Kabupaten Barito Kuala, dan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala untuk mengetahui potensi UMKM yang bisa mengikuti kegiatan serta penentuan lokasi kegiatan akan dilaksanakan. Kemudian melakukan kunjungan ke Kementrian Hukum dan HAM Kanwil Kalimantan Selatan untuk narasumber kegiatan.

Tahapan promosi dan pendaftaran dilakukan dengan membagikan pamflet kegiatan dan link form pendaftaran <https://tinyurl.com/merekumkmbatola>. Setelah pendaftaran peserta terpenuhi, masuk pada tahapan pelaksanaan kegiatan dengan mengirimkan undangan kepada semua peserta juga narasumber. Peserta kegiatan adalah UMKM di Kabupaten Barito Kuala baik yang berasal dari mitra kerjasama organisasi HIPMIKINDO DPC Kabupaten Barito Kuala maupun UMKM Binaan Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan Kabupaten Barito Kuala. UMKM yang mengikuti kegiatan berjumlah 30 UMKM. Pada hari pelaksanaan peserta mendapatkan materi mengenai perlindungan hak merek di Indonesia, tata cara permohonan surat rekomendasi dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kab. Barito Kuala, serta materi penentuan nama merek dan pendampingan pendaftaran hak merek secara daring.

Lokasi dan Waktu Kegiatan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui Program Pendampingan Pendaftaran Hak Merek Bagi UMKM di Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan dilaksanakan pada Tanggal 6 November 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Kegiatan pendampingan pendaftaran merek bagi UMKM di Kabupaten Barito Kuala diikuti oleh 30 pelaku usaha yang berasal dari 25 anggota HIPMIKINDO DPC Kabupaten Barito Kuala dan 5 UMKM binaan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala. Seluruh peserta berdomisili di wilayah Kabupaten Barito Kuala. Komposisi peserta menunjukkan bahwa kegiatan menysasar pelaku usaha yang telah aktif menjalankan usaha serta memiliki kebutuhan riil terhadap penguatan legalitas dan daya saing produk.

Berdasarkan data awal (pre-test), sebanyak 29 peserta (96,7%) telah memiliki usaha yang berjalan, sementara 1 peserta (3,3%) belum memiliki usaha namun memiliki minat untuk memulai kegiatan wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada pada fase operasional, sehingga kebutuhan terhadap perlindungan hukum merek menjadi relevan dan aplikatif.

Dari aspek bidang usaha, mayoritas peserta bergerak di sektor kuliner. Sebanyak 40% (12 orang) menjalankan usaha makanan kemasan, 36,7% (11 orang) usaha makanan basah, 10% (3 orang) usaha kriya atau kerajinan, 10% (3 orang) usaha jasa, dan 3,3% (1 orang) usaha

kosmetik. Dominasi sektor kuliner sebesar 76,7% mengindikasikan tingginya potensi persaingan produk yang membutuhkan diferensiasi melalui identitas merek yang kuat.

Hasil pengisian kuesioner sebelum kegiatan menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta terhadap hak merek masih relatif rendah. Sebanyak 56,7% (17 orang) menyatakan belum mengetahui atau memahami hak merek, sedangkan 43,3% (13 orang) menyatakan telah mengetahui secara umum. Selain itu, dari sisi implementasi perlindungan hukum, sebanyak 96,7% (29 orang) belum pernah mendaftarkan mereknya, dan hanya 3,3% (1 orang) yang telah melakukan pendaftaran. Dari aspek legalitas usaha, sebanyak 66,7% (20 orang) peserta belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sementara 33,3% (10 orang) telah memiliki NIB.

Setelah pelaksanaan penyuluhan hukum, diskusi interaktif, dan pendampingan teknis, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap hak merek. Berdasarkan evaluasi akhir (post-test), sebanyak 86,7% peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai fungsi merek, prinsip *first to file*, serta tahapan pendaftaran merek secara daring. Dengan demikian, terjadi peningkatan tingkat pemahaman sebesar 43,4% dibandingkan kondisi awal, 100% peserta menginginkan mereknya terdaftar di Kementerian Hukum dan HAM, 100% peserta menginginkan untuk memiliki NIB, dan 100% peserta telah memiliki akun untuk mendaftar merek secara daring.

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Pemahaman dan Kesadaran Pendaftaran Merek Sebelum dan Sesudah Kegiatan

No	Indikator Pengetahuan & Kesadaran Pendaftaran Merek	Sebelum Kegiatan %	Sesudah Kegiatan %
1	Pengetahuan & pemahaman hak merek	43,3	86,7
2	Keinginan mendaftarkan merek	3,3	100
3	Keinginan memiliki NIB	33,3	100
4	Memiliki akun untuk mendaftar merek secara daring	0	100

Pada aspek substansi merek, seluruh peserta telah memiliki nama merek, namun sebagian besar masih menggunakan kata umum atau belum memiliki logo dalam bentuk visual yang memenuhi ketentuan daya pembeda. Setelah dilakukan pendampingan dan evaluasi terhadap merek yang digunakan, sebanyak 10 UMKM telah memiliki logo yang relatif sesuai dengan ketentuan normatif, sedangkan 20 UMKM menyatakan komitmen untuk memperbaiki atau menyesuaikan nama dan logo merek agar tidak bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Perubahan ini mencerminkan adanya peningkatan kesadaran mengenai pentingnya unsur daya pembeda dan kepatuhan terhadap ketentuan hukum substantif.



Gambar 1 . Logo merek UMKM yang telah mendapatkan saran perbaikan

Selain itu, peserta juga memperoleh pemahaman mengenai skema keringanan biaya pendaftaran merek bagi UMKM sebesar Rp500.000 per kelas, dengan syarat melampirkan surat pernyataan UMKM dan surat rekomendasi dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala. Informasi ini meningkatkan motivasi peserta untuk melanjutkan proses pendaftaran secara resmi.

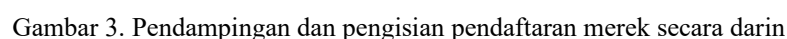
Pada kegiatan pendampingan pendaftaran merek UMKM Kabupaten Barito Kuala juga bersinergi dengan mahasiswa. Lima orang mahasiswa membantu pelaku UMKM untuk membuat akun merek secara langsung.

Adapun prosesnya adalah sebagai berikut:

1. Peserta kegiatan diminta untuk mengunjungi halaman website <https://merek.dgip.go.id/> , kemudian klik daftar pada bagian kanan atas.
2. Peserta mengisi data diri seperti email, pasword, nama sesuai KTP, Nomor KTP, alamat sesuai KTP jenis kelamin, tanggal lahir, kewarganegaraan, nomor HP. Jika sudah mengisi masukan kode pada bagian bawah kiri kemudian klik proses
3. Jika sudah melakukan pendaftaran, cek email untuk konfirmasi dan lakukan login dengan memasukkan email dan pasword.
4. Jika sudah masuk ke dalam sistem, pelaku usaha bisa melakukan permohonan pendaftaran merek secara online dengan mengklik tambah permohonan
5. Pada point GENERAL INFO, isi tipe permohonan, asal pemohon, jenis permohonan
6. Pada Point Pemohon, masukkan data pemohon dengan benar dan lengkap
7. Masukan data merek. Tentukan tipe merek, dan upload label merek dengan format JPEG, ukuran maksimal 5MB, ukuran gambar maksimal 1024x1024 pixel. Isi nama merek dan deskripsikan merek secara singkat apakah bentuk label merek berbentuk kotak, lingkaran, segitiga dan seterusnya. Isi juga kolom unsur warna dengan menyampaikan unsur warna yang ada pada label merek, misalnya biru, hitam dan putih. Jika merek menggunakan bahasa asing, maka pemohon harus menyampaikan terjemahannya.
8. Pada point KELAS, lakukan penambahan kelas. Kelas merupakan kategori pada produk yang diberikan hak merek. Untuk data kelas bisa melakukan pengecekan di <https://skm.dgip.go.id/>. Misalny pada contoh untuk kelas pakaian berada dikelas 25, maka pemohon bisa memilih kelas 25 pada sistem dan memilih dengan tanda centang sesuai dengan produk yang dijual

- Setelah melalui tahap pemeriksaan kemudian dilakukan tahap pengumuman dan pemeriksaan substantif terhadap merek yang diajukan. Hasil pemeriksaan akan disampaikan apakah merek bisa diterima atau ditolak. Untuk merek pelaku UMKM yang diterima bisa melakukan penerbitan sertifikat.

Gambar 2. Pendaftaran akun untuk mendaftar hak merek UMKM secara daring



PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan adanya kesenjangan signifikan antara praktik usaha yang telah berjalan dengan tingkat perlindungan hukum atas identitas usaha para pelaku UMKM di Kabupaten Barito Kuala. Data awal (pre-test) memperlihatkan bahwa 56,7% peserta belum memahami hak merek dan 96,7% belum mendaftarkan mereknya. Kondisi ini mencerminkan rendahnya kesadaran hukum (*legal awareness*) di kalangan pelaku UMKM, khususnya terkait pentingnya pendaftaran merek sebagai instrumen perlindungan hukum dan strategi peningkatan daya saing.

Dalam sistem hukum merek di Indonesia yang menganut prinsip *first to file*, perlindungan hukum hanya diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu mendaftarkan mereknya. Dengan demikian, UMKM yang belum mendaftarkan merek berada dalam posisi yang rentan terhadap potensi pengambilalihan, penjiplakan, maupun sengketa hukum. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa rendahnya tingkat pendaftaran merek pada UMKM umumnya disebabkan oleh kurangnya informasi, persepsi biaya yang mahal, serta anggapan bahwa perlindungan merek bukan prioritas utama dalam pengembangan usaha.

Dominasi sektor kuliner (76,7%) dalam kegiatan ini memperkuat urgensi perlindungan merek. Produk kuliner memiliki karakteristik pasar yang sangat kompetitif dan mudah ditiru, baik dari segi nama produk, kemasan, maupun konsep branding. Tanpa perlindungan hukum yang memadai, diferensiasi produk menjadi lemah dan potensi kerugian akibat persaingan tidak sehat semakin besar. Oleh karena itu, pendampingan pendaftaran merek tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga strategis dalam membangun positioning dan *brand identity* UMKM.

Analisis komparatif sebelum dan sesudah kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap hak merek. Tingkat pemahaman meningkat dari 43,3% menjadi 86,7% setelah kegiatan. Peningkatan ini menunjukkan efektivitas metode pendekatan yang digunakan, yaitu kombinasi antara penyuluhan hukum, diskusi interaktif, simulasi, dan pendampingan teknis secara langsung. Pendekatan partisipatif tersebut memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep normatif, tetapi juga menguasai aspek teknis pendaftaran melalui sistem daring Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual

Sebelum UMKM mendaftarkan merek, pelaku UMKM tersebut harus memiliki merek baik berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, bentuk dua dimensi, merek tiga dimensi, merek suara, ataupun merek hologram. Penentuan merek sangat penting, karena dalam salah satu isian pada pendaftaran pelaku UMKM harus melampirkan logo merek dengan format JPEG, maksimal ukuran 5MB, dengan ukuran maksimal 1024x1024 pixels.

Semua pelaku UMKM telah memiliki nama merek, namun beberapa merek masih menggunakan kata umum. Merek yang mereka miliki hanya pada kata dan bukan dalam bentuk sebuah logo atau gambar merek. Pemilihan nama oleh pelaku UMKM menjadi penting dalam penamaan sebuah merek agar bisa diterima pada saat pendaftaran dan menjadi pembeda serta ciri khas pada produk UMKM tersebut. Oleh karena itu pada kegiatan ini pelaku UMKM mendapatkan beberapa saran perubahan/perbaikan logo merek yang tidak bertentangan dengan aturan. Untuk melakukan pengecekan nama merek apakah sudah terdaftar atau belum, pelaku UMKM bisa mengecek langsung ke halaman website <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/>.

Selain peningkatan pengetahuan, terjadi perubahan sikap dan kesiapan administratif peserta. Sebanyak 20 UMKM yang sebelumnya memiliki nama usaha dengan kata umum dan tanpa logo, setelah kegiatan ini menyatakan akan memperbaiki atau menyesuaikan nama dan logo mereka agar memenuhi unsur daya pembeda dan tidak bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak berhenti pada transfer informasi, tetapi menghasilkan komitmen nyata untuk melakukan perbaikan identitas usaha. Kesadaran mengenai pentingnya daya pembeda menjadi krusial, karena banyak pelaku UMKM sebelumnya menggunakan kata

umum atau deskriptif yang berpotensi ditolak dalam pemeriksaan substantif. Adapaun 10 UMKM berdasarkan nama usaha dan logo telah memenuhi syarat dan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Dari aspek legalitas usaha, mayoritas peserta (66,7%) belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan UMKM tidak hanya terletak pada perlindungan kekayaan intelektual, tetapi juga pada formalitas legal usaha secara umum. Dalam konteks penguatan daya saing, kepemilikan NIB, sertifikat halal, dan sertifikat merek merupakan prasyarat untuk memasuki pasar ritel modern. Dengan demikian, pendampingan pendaftaran merek memiliki implikasi lebih luas terhadap akses pasar dan peluang ekspansi usaha. Informasi mengenai keringanan biaya pendaftaran merek bagi UMKM sebesar Rp500.000 per kelas juga berperan penting dalam mengubah persepsi peserta. Sebelum kegiatan, salah satu hambatan utama adalah anggapan bahwa pendaftaran merek membutuhkan biaya tinggi. Setelah diberikan penjelasan mengenai skema subsidi pemerintah dan mekanisme surat rekomendasi dari dinas terkait, hambatan persepsi biaya dapat diminimalisasi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor informasi yang akurat memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pendaftaran. Setelah kegiatan hasil post-test menyatakan bahwa 100% peserta menginginkan usahanya memiliki NIB. UMKM bisa mendapatkan NIB dengan mendaftar melalui <https://oss.go.id/> atau datang langsung ke Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala.

Secara konseptual, kegiatan ini dapat dipahami sebagai bentuk *legal capacity building* berbasis pemberdayaan masyarakat. Peningkatan kapasitas hukum tidak hanya meningkatkan perlindungan terhadap produk UMKM, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi lokal. Merek yang terdaftar memberikan nilai tambah komersial, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membuka peluang pengembangan usaha seperti kemitraan dan waralaba. Dengan demikian, perlindungan merek tidak hanya berfungsi sebagai instrumen hukum, tetapi juga sebagai instrumen ekonomi.

Implikasi jangka panjang dari kegiatan ini adalah terbentuknya ekosistem UMKM yang lebih sadar hukum dan lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas. Namun demikian, keberlanjutan program menjadi faktor penting. Tanpa monitoring lanjutan dan pendampingan berkelanjutan, terdapat kemungkinan bahwa sebagian peserta tidak melanjutkan proses hingga tahap penerbitan sertifikat. Oleh karena itu, diperlukan strategi tindak lanjut seperti klinik HKI berkala atau sistem mentoring lanjutan untuk memastikan peningkatan pengetahuan benar-benar terkonversi menjadi peningkatan jumlah pendaftaran merek.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan penyuluhan hukum yang dikombinasikan dengan pendampingan teknis langsung efektif dalam meningkatkan pemahaman, kesiapan administratif, dan komitmen UMKM terhadap pendaftaran merek. Model ini dapat direplikasi pada wilayah lain dengan karakteristik serupa sebagai bagian dari strategi pemberdayaan UMKM berbasis perlindungan hukum dan peningkatan daya saing.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pendaftaran merek bagi UMKM di Kabupaten Barito Kuala menunjukkan adanya kesenjangan awal antara aktivitas usaha dan perlindungan hukum merek, yang ditandai dengan rendahnya pemahaman peserta (43,3%), minimnya pendaftaran merek (3,3%), serta rendahnya kepemilikan NIB (33,3%). Melalui penyuluhan hukum, diskusi interaktif, dan pendampingan teknis secara daring, terjadi peningkatan signifikan pemahaman menjadi 86,7%, serta peningkatan komitmen administratif dengan 100% peserta menyatakan keinginan mendaftarkan merek dan memiliki NIB, disertai perbaikan nama dan logo oleh 20 UMKM agar sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Hasil ini menegaskan bahwa model pendampingan berbasis *legal*

capacity building efektif dalam meningkatkan kesadaran hukum, kesiapan teknis, dan komitmen UMKM terhadap perlindungan merek, serta berimplikasi pada penguatan legalitas dan peningkatan daya saing usaha, dengan tetap memerlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan hingga tahap penerbitan sertifikat merek.

PENGHARGAAN

Terimakasih kepada Kementrian Agama melalui Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Litapdimas Tahun 2023, Tim peneliti dan pelaksana kegiatan Pengabdian, dan mitra kerjasama Kemenkumham Kanwil Kalimantan Selatan, UMKM HIPMIKINDO Kabupaten Barito Kuala serta Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Barito Kuala.

DAFTAR PUSTAKA

- Amboro, F. Y. P. (2019). Problematika Pendaftaran Merek Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Batam. *Journal of Judicial Review*, XXI(1).
- Damarani, N. I., Kirani, K. N., Cloudya, B., Setiadi, S. F., Fa'adillah, D., Pollatu, S. K. C., Rensa, L. A., Zakaria, S. A., Saharany, A. N., Pebrianti, K. R., Rahmadhani, A., Tsabitha, A., Gafar, A. A. R., Maksumiyah, A. Z. Al, Purba, Y. K., Zakia, S. P., & Aryana, R. A. (2025). Sosialisasi Urgensi Pendaftaran Hak Merek Guna Membangun Kekuatan dan perlindungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Daya Saing di Era Globalisasi. *Jurnal Kreatif: Karya Pengabdian Untuk Masyarakat Aktif Dan Inovatif*, 2(01), 13–30. <https://doi.org/10.64578/JKREATIF.V1I03.122>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2021, March 25). *Hari Kekayaan Intelektual Sedunia 2021, Pemerintah Dukung UMKM Tingkatkan Daya Saing di Pasar Global*. <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/hari-kekayaan-intelektual-sedunia-2021-pemerintah-dukung-umkm-tingkatkan-daya-saing-di-pasar-global?kategori=liputan-humas>
- Fathanudien, A., Budiman, H., & Tendiyanto, T. (2021). Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat dalam Memahami Pendaftaran Merek bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(03), 286–292. <https://doi.org/10.25134/EMPOWERMENT.V4I03.5094>
- Kementrian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia. (2019). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019*. https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1650868533_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019%20=.pdf
- Kusumawardhana, R. F. A. (2023). Efektifitas Prinsip First to File Pada Sistem Pendaftaran Merek Dalam Melindungi Haki Merek. *Journal of Private Law*, 11(1), 12. <https://doi.org/10.20961/PRIVAT.V11I1.47322>
- M. Ivan Mahdi. (2022). *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia*. [Www.Dataindonesia.Id. https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia](https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia)
- Makbul, M., & Fathaniyah, L. (2023). Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Melalui Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah Berbasis Mahasiswa. *Jurnal Literasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 47–55. <https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i1.33>

- Melinda, T., Kodrat, D. S., & Budi, H. S. (2023). Pelatihan Branding Bagi UMKM Griya Kreative Private. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 6(02), 119–128. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v6.i02.a5565>
- Purnamasari, I. (2018). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERKENAL DI INDONESIA (STUDI KASUS PUTUSAN MA NOMOR 264K/PDT.SUS-HKI/2015). *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.24246/alethea.vol2.no1.p1-16>
- Qurotul, A., Salsabila, A. N., Febiyanti, L. E., Fturrahman Bataiv, M., Budiarti, A., Inggris, B., Hukum, F., Bisnis, D., Duta, U., Ki, B. J., & Sarkoro, M. (2024). Peran Vital Desain Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha dan Mendukung Pertumbuhan UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 4(1). <https://www.ojs.uadb.ac.id/HUBISINTEK/article/view/3546>
- Sari, I. (2025). URGENSI DAN FUNGSI MEREK DALAM DUNIA BISNIS DEMI TERJAMINNYA PERLINDUNGAN HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL (HAKI). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 15(1), 23–36. <https://doi.org/10.35968/M-PU.V15I1.1390>
- Satyahadi, D., & Disemadi, H. S. (2023). PERLINDUNGAN MEREK PRODUK UMKM: KONSTRUKSI HUKUM & PERAN PEMERINTAH. *Jurnal Yustisiabel*, 7(1), 65. <https://doi.org/10.32529/yustisiabel.v7i1.2137>
- Tiara, D., & Yulinda, K. (2021). Kesadaran Hukum Pengusaha Hotel Kota Padang Dalam Pendaftaran Merek. *Law Journal of Mai Wandeu (LJMW)*, 1(1).
- Toguan, Z. (2021). Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *UIR Law Review*, 5(2), 42–56. [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2021.vol5\(2\).7168](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2021.vol5(2).7168)
- Urbanisasi, & Tobing, D. R. L. (2025). Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Ekonomi Digital: Tantangan Penegakan Hak Cipta dan Merek di Indonesia: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 11899–11906. <https://doi.org/10.31004/JERKIN.V4I2.3745>
- Widiantoro, R. F. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Sarana Perlindungan Hukum. *Jurnal Lex Renaissance*, 7(2), 416–426. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol7.iss2.art14>
- Zamharir, T. A., Faslah B A Manajemen, R., Malang, M., Manajemen, B., Ekonomi, F., Malik, M., & Malang, I. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Dagang Dalam Perspektif UU No.20 Tahun 2016 Pada UMKM : perlindungan hukum merek umkm. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(4), 2577–2583. <https://doi.org/10.62379/JEBD.V2I4.2718>