

**Constitutio: Jurnal Riset Hukum Kenegaraan & Politik***P-ISSN: 2961-9238 / E-ISSN: 2961-8983**Volume 5, Nomor 1, Januari - Juni 2026*<https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/constitutio>**Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)  
Terhadap Pendaftaran Hak Merek Dagang di Kota Samarinda****Surahman<sup>1</sup>, Sulastri<sup>2</sup>**<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, IndonesiaEmail Konfirmasi: [ss175@umkt.ac.id](mailto:ss175@umkt.ac.id)**Abstrak**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek dagangnya, termasuk di Kota Samarinda. Kondisi ini menunjukkan rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha terhadap pentingnya perlindungan hukum atas merek yang digunakan dalam kegiatan usaha. Penelitian ini membahas dua permasalahan, yaitu bagaimana tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM di Kota Samarinda terhadap pentingnya pendaftaran hak merek dagang dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran hukum tersebut. Penelitian menggunakan metode yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pelaku UMKM dan instansi terkait, penyebaran kuesioner, serta studi dokumentasi. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori kesadaran hukum yang meliputi indikator pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan pola perilaku hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran hukum pelaku UMKM di Kota Samarinda masih tergolong rendah hingga berkembang. Sebagian besar pelaku usaha belum memahami secara memadai peraturan mengenai merek dagang, manfaat pendaftaran merek, serta prosedur pendaftarannya. Meskipun demikian, mayoritas responden memiliki sikap positif terhadap pentingnya perlindungan merek. Hambatan utama yang ditemukan adalah kurangnya informasi, anggapan biaya pendaftaran yang mahal, dan prosedur yang dianggap rumit. Upaya peningkatan kesadaran hukum dilakukan melalui sosialisasi, edukasi, pendampingan, fasilitasi biaya, dan kerja sama lintas instansi guna mendorong pendaftaran merek oleh pelaku UMKM.

**Kata Kunci: UMKM, Kesadaran Hukum, Merek Dagang, Pendaftaran Merek**

## Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Lubis & Salsabila, 2024). Kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi menjadikan sektor ini sebagai bagian penting dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Yolanda, 2024). Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi salah satu sektor yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi perekonomian (Wati et al., 2024). Oleh karena itu, keberlangsungan dan perkembangan UMKM perlu didukung melalui berbagai instrumen, termasuk perlindungan hukum terhadap aset usaha yang dimiliki. Salah satu aspek penting yang perlu mendapatkan perlindungan hukum adalah merek dagang. Merek memiliki fungsi sebagai identitas dan pembeda suatu barang atau jasa dari produk sejenis yang diperdagangkan di pasar (I. Sari, 2025). Selain berfungsi sebagai sarana promosi, merek juga merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang memiliki nilai ekonomi dan dapat meningkatkan daya saing suatu usaha (M. Y. A. R. Sari & Patria, 2020). Menurut Rahmi Jened, merek tidak hanya berfungsi sebagai tanda pembeda, tetapi juga merupakan aset bisnis yang memiliki nilai komersial dan reputasi yang dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi pemiliknya (Jened, 2015). Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek menjadi kebutuhan penting bagi setiap pelaku usaha, termasuk pelaku UMKM.

Dalam perspektif HKI, perlindungan hukum terhadap merek bertujuan memberikan kepastian hukum kepada pemilik merek serta mencegah penggunaan tanpa hak oleh pihak lain (Siregar et al., 2022). O.K. Saidin menjelaskan bahwa hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan sendiri mereknya atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Saidin, 2019). Perlindungan tersebut hanya dapat diperoleh melalui mekanisme pendaftaran sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Indonesia menganut sistem *first to file*, yaitu hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya. Konsekuensinya, merek yang tidak didaftarkan tidak memperoleh perlindungan hukum secara optimal. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan berbagai sengketa, seperti penggunaan merek tanpa izin, pemalsuan, maupun klaim kepemilikan oleh pihak lain (Pratama & Roisah, 2025). Salah satu contoh yang pernah terjadi di Kalimantan Timur adalah sengketa merek "Teh TeaWai" dengan produk "Teh Tiwai" yang menunjukkan pentingnya pendaftaran merek sebagai instrumen perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Kasus

tersebut menjadi bukti bahwa merek yang tidak memperoleh perlindungan hukum berisiko menimbulkan kerugian ekonomi maupun hukum bagi pemilik usaha.

Meskipun demikian, tingkat pendaftaran merek di kalangan UMKM masih relatif rendah. Data Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Samarinda tahun 2024 menunjukkan bahwa dari 1.275 UMKM aktif, hanya sekitar 100 UMKM yang telah mendaftarkan mereknya. Kondisi tersebut mengindikasikan masih rendahnya kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hak kekayaan intelektual. Rendahnya kesadaran hukum tersebut umumnya dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan mengenai prosedur pendaftaran, minimnya sosialisasi, serta anggapan bahwa biaya pendaftaran relatif mahal dan prosedurnya rumit (Fathanudien et al., 2021).

Kesadaran hukum merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum. Soerjono Soekanto (1982) menjelaskan bahwa kesadaran hukum merupakan nilai-nilai yang terdapat dalam diri manusia mengenai hukum yang berlaku maupun hukum yang diharapkan berlaku dalam masyarakat. Tingkat kesadaran hukum dapat diukur melalui empat indikator, yaitu pengetahuan hukum (*legal knowledge*), pemahaman hukum (*legal understanding*), sikap hukum (*legal attitude*), dan pola perilaku hukum (*legal behavior*). Keempat indikator tersebut menjadi dasar untuk menilai sejauh mana pelaku UMKM memahami pentingnya pendaftaran merek dan menerapkannya dalam aktivitas usaha mereka. Semakin tinggi tingkat kesadaran hukum seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk mematuhi dan memanfaatkan instrumen hukum yang tersedia (Rosana, 2014). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rendahnya tingkat pendaftaran merek pada UMKM berkaitan erat dengan rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha. Penelitian Maghfiroh, dkk menemukan bahwa kesadaran hukum pemilik UMKM terhadap pendaftaran merek masih tergolong rendah karena kurangnya pemahaman mengenai fungsi, manfaat, dan prosedur pendaftaran merek (Maghfiroh et al., 2026). Penelitian Hariss, Fauzia, dan Ramayana juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum melakukan pendaftaran merek karena keterbatasan informasi mengenai prosedur dan biaya pendaftaran (Hariss et al., 2023). Sementara itu, penelitian Asriannor, dkk menyimpulkan bahwa rendahnya tingkat pendaftaran merek disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai manfaat perlindungan hukum yang diperoleh setelah merek didaftarkan (Asriannor et al., 2026). Jadi perlindungan hukum terhadap merek memiliki peran penting dalam menciptakan kepastian hukum serta meningkatkan daya saing pelaku usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa rendahnya tingkat pendaftaran merek pada UMKM masih menjadi permasalahan

yang memerlukan perhatian serius. Namun demikian, penelitian mengenai kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pendaftaran hak merek dagang di Kota Samarinda masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek berdasarkan indikator kesadaran hukum Soerjono Soekanto, sekaligus menganalisis berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran hukum tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum kekayaan intelektual, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, instansi terkait, dan pelaku UMKM dalam meningkatkan perlindungan hukum terhadap merek dagang. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu mendorong peningkatan kesadaran hukum pelaku UMKM sehingga semakin banyak merek usaha yang terdaftar dan memperoleh perlindungan hukum yang optimal.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan yuridis empiris digunakan untuk mengkaji penerapan hukum dalam realitas sosial melalui pengamatan terhadap perilaku hukum masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda terkait pendaftaran hak merek dagang. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pentingnya pendaftaran merek serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran hukum tersebut (Wijaya et al., 2025).

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Samarinda dengan melibatkan pelaku UMKM, Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kota Samarinda, serta Kantor Wilayah Kementerian Hukum Provinsi Kalimantan Timur sebagai sumber data primer. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM, serta data sekunder yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan, buku, jurnal ilmiah, dan berbagai literatur yang relevan dengan perlindungan merek dan kesadaran hukum.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menghubungkan temuan lapangan terhadap teori kesadaran hukum Soerjono Soekanto yang meliputi indikator pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan pola perilaku hukum (Soekanto & Mamudji, 2015). Hasil analisis disajikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pendaftaran hak merek dagang di Kota Samarinda.

## Pembahasan/Hasil

### A. Kesadaran Hukum Pelaku UMKM di Kota Samarinda terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang

Kesadaran hukum merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat kepatuhan masyarakat terhadap ketentuan hukum yang berlaku. Dalam penelitian ini, tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM di Kota Samarinda dianalisis menggunakan teori kesadaran hukum Soerjono Soekanto yang meliputi empat indikator, yaitu pengetahuan hukum (*legal knowledge*), pemahaman hukum (*legal understanding*), sikap hukum (*legal attitude*), dan pola perilaku hukum (*legal behavior*) (Soekanto, 1982). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan hukum pelaku UMKM terhadap peraturan mengenai merek masih tergolong rendah. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 45 responden, sebanyak 26 responden (57,8%) menyatakan tidak mengetahui adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai merek dagang, sedangkan 21 responden (46,7%) menyatakan mengetahui adanya peraturan tersebut. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memahami bahwa perlindungan merek diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan beberapa pelaku UMKM yang mengaku belum mengetahui adanya regulasi mengenai merek maupun prosedur pendaftarannya. Sebagian responden menyatakan bahwa selama ini mereka hanya menggunakan merek sebagai nama usaha tanpa mengetahui bahwa merek tersebut dapat memperoleh perlindungan hukum apabila didaftarkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa indikator pengetahuan hukum sebagai tahapan awal terbentuknya kesadaran hukum belum terpenuhi secara optimal. Menurut Soerjono Soekanto, rendahnya pengetahuan hukum akan berdampak pada rendahnya kepatuhan masyarakat terhadap hukum karena masyarakat belum memahami hak dan kewajibannya sebagai subjek hukum (Soekanto, 1982). Selain pengetahuan hukum, penelitian ini juga menemukan bahwa tingkat pemahaman hukum pelaku UMKM masih terbatas. Sebagian responden memahami bahwa merek berfungsi sebagai identitas usaha dan pembeda produk, namun belum memahami manfaat hukum yang diperoleh setelah merek didaftarkan. Padahal, Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 menegaskan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Ketentuan ini menunjukkan bahwa Indonesia menganut sistem *first to file*, yaitu perlindungan hukum diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan mereknya.

Apabila dianalisis lebih lanjut, rendahnya pemahaman hukum tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara keberadaan norma hukum dengan pemahaman masyarakat terhadap norma tersebut. Banyak pelaku UMKM belum

menyadari bahwa penggunaan merek tanpa pendaftaran dapat menimbulkan risiko hukum berupa kehilangan hak atas merek apabila terdapat pihak lain yang lebih dahulu mendaftarkannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Rahmi Jened yang menyatakan bahwa sistem perlindungan merek di Indonesia bersifat konstitutif sehingga hak eksklusif atas merek hanya diberikan kepada pihak yang terlebih dahulu melakukan pendaftaran (Jened, 2015).

Selain dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan pemahaman hukum, kesadaran hukum pelaku UMKM juga dipengaruhi oleh budaya hukum yang berkembang di lingkungan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian pelaku UMKM menganggap bahwa pendaftaran merek belum menjadi kebutuhan yang mendesak selama usaha yang dijalankan tidak mengalami permasalahan hukum. Pola pikir tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih memandang hukum sebagai sarana penyelesaian masalah setelah sengketa terjadi, bukan sebagai instrumen perlindungan yang dapat digunakan untuk mencegah timbulnya sengketa di kemudian hari. Pandangan tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara tujuan pembentukan hukum dengan persepsi masyarakat terhadap hukum itu sendiri. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pada dasarnya bertujuan memberikan perlindungan hukum secara preventif kepada pemilik merek. Dengan adanya pendaftaran merek, pemilik usaha memperoleh hak eksklusif untuk menggunakan mereknya dan berhak memperoleh perlindungan apabila terjadi pelanggaran oleh pihak lain. Namun dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM yang baru menyadari pentingnya pendaftaran merek ketika menghadapi risiko peniruan produk atau sengketa kepemilikan merek.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian pelaku UMKM baru memahami pentingnya pendaftaran merek setelah mengetahui adanya kasus sengketa merek yang terjadi pada pelaku usaha lain. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kesadaran hukum sering kali muncul setelah adanya potensi kerugian atau konflik hukum. Padahal, tujuan utama pendaftaran merek adalah memberikan perlindungan hukum secara preventif agar sengketa dapat dihindari sejak awal. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memandang hukum sebagai sarana penyelesaian masalah setelah sengketa terjadi, bukan sebagai instrumen perlindungan yang dapat digunakan untuk mencegah munculnya permasalahan hukum di kemudian hari. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa terdapat pelaku UMKM yang merasa usahanya masih berskala kecil sehingga belum memerlukan perlindungan merek. Anggapan tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha masih memandang pendaftaran merek sebagai kebutuhan bagi perusahaan besar saja. Padahal, secara yuridis perlindungan merek diberikan tanpa membedakan skala usaha. Setiap pelaku usaha, baik usaha mikro, kecil, menengah, maupun usaha besar, memiliki hak yang sama untuk memperoleh perlindungan

hukum atas merek yang digunakan dalam kegiatan usahanya. Dengan demikian, perlindungan merek bukan hanya kebutuhan perusahaan besar, melainkan kebutuhan seluruh pelaku usaha yang ingin menjaga identitas dan keberlangsungan usahanya.

Dalam perspektif ekonomi, merek merupakan aset tidak berwujud yang memiliki nilai strategis bagi perkembangan usaha. Merek yang dikenal oleh masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan nilai komersial suatu produk. Oleh karena itu, perlindungan terhadap merek tidak hanya memberikan manfaat hukum, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memahami hubungan antara perlindungan merek dengan peningkatan daya saing usaha. Kondisi ini menunjukkan perlunya edukasi yang lebih intensif mengenai manfaat ekonomi dari pendaftaran merek. Rendahnya pemahaman tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memandang merek hanya sebagai nama usaha dan belum memahami bahwa merek juga merupakan aset bisnis yang dapat meningkatkan nilai usaha dan daya saing produk di pasar. Pada indikator sikap hukum, mayoritas responden menunjukkan sikap positif terhadap pentingnya pendaftaran merek. Para pelaku UMKM berpendapat bahwa perlindungan merek diperlukan untuk menghindari peniruan produk, menjaga identitas usaha, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Sikap tersebut menunjukkan bahwa secara normatif pelaku UMKM telah menerima pentingnya keberadaan aturan hukum mengenai merek. Namun demikian, sikap positif tersebut belum sepenuhnya diwujudkan dalam tindakan nyata berupa pendaftaran merek.

Sementara itu, pada indikator pola perilaku hukum, sebagian besar pelaku UMKM belum mendaftarkan merek yang digunakan dalam kegiatan usahanya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kondisi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kurangnya informasi mengenai prosedur pendaftaran, keterbatasan biaya, minimnya pendampingan, serta anggapan bahwa proses pendaftaran memerlukan waktu yang lama dan rumit. Keadaan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan, pemahaman, dan sikap hukum dengan perilaku hukum yang diwujudkan dalam tindakan konkret. Apabila dikaitkan dengan teori kesadaran hukum Soerjono Soekanto, rendahnya tingkat pendaftaran merek menunjukkan bahwa proses internalisasi norma hukum belum berlangsung secara optimal. Masyarakat yang memiliki kesadaran hukum tinggi tidak hanya mengetahui adanya aturan hukum, tetapi juga memahami tujuan pembentukan aturan tersebut dan secara sukarela melaksanakan ketentuan yang berlaku. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih berada pada tahap mengetahui

keberadaan merek sebagai identitas usaha, tetapi belum sampai pada tahap menjadikan pendaftaran merek sebagai kebutuhan hukum yang harus dipenuhi.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan akses informasi turut memengaruhi kesadaran hukum pelaku UMKM. Pelaku usaha yang aktif mengikuti pelatihan, seminar, atau kegiatan pendampingan usaha cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya perlindungan merek dibandingkan pelaku usaha yang belum pernah mengikuti kegiatan serupa. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan kesadaran hukum masyarakat. Selain faktor pendidikan, perkembangan teknologi informasi juga memberikan pengaruh terhadap tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM. Saat ini informasi mengenai prosedur pendaftaran merek dapat diakses secara mudah melalui media digital. Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan yang sama dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Sebagian responden mengaku masih mengalami kesulitan dalam mengakses informasi maupun menggunakan sistem pendaftaran merek secara elektronik. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan agar transformasi digital dalam pelayanan hukum dapat dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku UMKM.

Menurut Soerjono Soekanto, kesadaran hukum tidak hanya diukur dari pengetahuan terhadap aturan hukum, tetapi juga dari sejauh mana aturan tersebut diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, meskipun sebagian pelaku UMKM telah memiliki sikap yang positif terhadap pentingnya pendaftaran merek, tingkat kesadaran hukumnya belum dapat dikatakan tinggi apabila belum diwujudkan dalam bentuk perilaku hukum berupa pendaftaran merek. Berdasarkan hasil analisis keempat indikator tersebut, tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM di Kota Samarinda terhadap pentingnya pendaftaran hak merek dagang masih berada pada kategori rendah hingga berkembang. Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, dapat dipahami bahwa rendahnya tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pendaftaran hak merek dagang merupakan persoalan yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi rendahnya pengetahuan dan pemahaman hukum, sedangkan faktor eksternal meliputi kurangnya sosialisasi, keterbatasan akses informasi, budaya hukum masyarakat, serta belum optimalnya pendampingan hukum kepada pelaku usaha.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa rendahnya tingkat pendaftaran merek bukan semata-mata disebabkan oleh ketidakpatuhan terhadap hukum, melainkan lebih banyak dipengaruhi oleh rendahnya tingkat pengetahuan dan pemahaman hukum. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran hukum tidak dapat dilakukan melalui satu pendekatan saja, melainkan memerlukan kerja sama antara

pemerintah, instansi terkait, akademisi, dan pelaku UMKM untuk membangun budaya hukum yang lebih baik dalam masyarakat. Upaya tersebut perlu diarahkan pada penguatan literasi hukum, peningkatan edukasi mengenai Hak Kekayaan Intelektual, perluasan sosialisasi mengenai manfaat pendaftaran merek, serta penyediaan program pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM memahami manfaat ekonomi maupun manfaat hukum dari pendaftaran merek dan terdorong untuk melakukan pendaftaran merek secara sukarela.

## **B. Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Pelaku UMKM terhadap Pendaftaran Hak Merek Dagang di Kota Samarinda**

Rendahnya tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pendaftaran merek dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya sosialisasi mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HKI), minimnya akses informasi terkait prosedur pendaftaran merek, anggapan bahwa biaya pendaftaran relatif mahal, serta persepsi bahwa proses pendaftaran memerlukan waktu yang lama dan rumit. Faktor-faktor tersebut juga ditemukan dalam berbagai penelitian mengenai perlindungan HKI pada sektor UMKM di Indonesia (Saidin, 2019). Berdasarkan hasil penelitian, Kantor Wilayah Kementerian Hukum Provinsi Kalimantan Timur dan Dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Kota Samarinda telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran hukum pelaku UMKM. Upaya tersebut dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, penyuluhan hukum, pendampingan pendaftaran merek, serta pemberian informasi mengenai prosedur dan manfaat pendaftaran merek.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang pernah mengikuti kegiatan sosialisasi memiliki tingkat pemahaman yang lebih baik dibandingkan dengan pelaku usaha yang belum pernah memperoleh informasi mengenai HKI. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan pengetahuan hukum masyarakat. Semakin sering pelaku UMKM memperoleh informasi mengenai manfaat pendaftaran merek, maka semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan pendaftaran merek. Selain sosialisasi, pendampingan hukum juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesadaran hukum pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian responden mengaku mengalami kesulitan dalam memahami persyaratan administrasi dan mekanisme pendaftaran merek secara elektronik. Oleh karena itu, pendampingan dari instansi terkait diperlukan agar pelaku UMKM dapat memahami tahapan pendaftaran secara lebih mudah dan efektif.

Dalam perspektif teori kesadaran hukum Soerjono Soekanto, berbagai upaya tersebut bertujuan meningkatkan indikator pengetahuan hukum dan pemahaman hukum sehingga dapat membentuk sikap hukum yang positif dan pada akhirnya mendorong terbentuknya pola perilaku hukum berupa pendaftaran merek secara

sukarela. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Soekanto yang menyatakan bahwa efektivitas hukum sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman masyarakat terhadap norma hukum yang berlaku. Selain itu, upaya peningkatan kesadaran hukum juga sejalan dengan tujuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang memberikan perlindungan hukum kepada pemilik merek terdaftar. Dengan meningkatnya jumlah pelaku UMKM yang mendaftarkan mereknya, maka kepastian hukum, perlindungan terhadap hak eksklusif, dan daya saing usaha juga akan semakin meningkat.

Oleh karena itu, peningkatan kesadaran hukum pelaku UMKM tidak dapat dilakukan hanya melalui penegakan hukum, tetapi juga memerlukan pendekatan edukatif dan preventif. Melalui sosialisasi yang berkelanjutan, pendampingan hukum, kemudahan akses pendaftaran, serta dukungan pemerintah daerah, diharapkan jumlah UMKM yang mendaftarkan mereknya akan terus meningkat sehingga memperoleh perlindungan hukum yang optimal dan mampu meningkatkan daya saing usaha di Kota Samarinda.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran hukum pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Samarinda terhadap pentingnya pendaftaran hak merek dagang masih tergolong rendah hingga berkembang. Hal tersebut terlihat dari masih rendahnya tingkat pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM mengenai ketentuan hukum yang mengatur merek, manfaat pendaftaran merek, serta prosedur pendaftarannya. Meskipun sebagian besar pelaku UMKM telah menunjukkan sikap positif terhadap pentingnya perlindungan merek sebagai identitas usaha dan sarana perlindungan hukum, kesadaran tersebut belum sepenuhnya diwujudkan dalam bentuk perilaku hukum berupa pendaftaran merek. Akibatnya, masih banyak pelaku UMKM yang menjalankan usahanya tanpa memperoleh perlindungan hukum atas merek yang digunakan.

Upaya peningkatan kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pendaftaran hak merek dagang di Kota Samarinda dilakukan melalui berbagai kegiatan sosialisasi, penyuluhan hukum, pendampingan pendaftaran merek, serta pemberian informasi mengenai manfaat dan prosedur pendaftaran merek oleh instansi terkait. Upaya tersebut bertujuan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman hukum pelaku UMKM sehingga dapat mendorong terbentuknya sikap dan perilaku hukum yang lebih baik. Oleh karena itu, diperlukan sinergi yang berkelanjutan antara pemerintah, instansi terkait, dan pelaku UMKM dalam meningkatkan literasi hukum mengenai perlindungan merek agar semakin banyak pelaku usaha yang memperoleh perlindungan hukum serta mampu meningkatkan daya saing usahanya.

**Daftar Pustaka**

- Asriannor, A., Gazali, M. I., & Nugraha, R. D. (2026). Analisis Kesadaran Dan Kendala Pendaftaran Merek Pada Umkm Di Desa Manarap Lama Dan Manarap Tengah. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 4(1), 514–519. <https://doi.org/10.62976/ijjel.v4i1.1640>
- Fathanudien, A., Budiman, H., & Tendiyanto, T. (2021). Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat dalam Memahami Pendaftaran Merek bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Empowerment*, 4(03), 286–292. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i03.5094>
- Hariss, A., Fauzia, N., & Ramaya, P. I. (2023). Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM dalam Pendaftaran Merek Dagang di Kemenkumham Kota Jambi. *Wajah Hukum*, 7(1), 155. <https://doi.org/10.33087/wjh.v7i1.1194>
- Jened, R. (2015). *Hukum Merek (Trademark Law): Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*. Prenadamedia Group.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Maghfiroh, A. W., Nadhirah, A. A., Nisa, S., & Utami, Y. E. W. (2026). Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek (Studi Kasus Ayam Kentucky Di Kabupaten Banjar). *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 4(1), 97–108. <https://doi.org/10.62976/ijjel.v4i1.1588>
- Pratama, R. R., & Roisah, K. (2025). Hubungan Hukum Terhadap Kepemilikan Hak Cipta Yang Dijadikan Merek Bagi Pencipta Dan Pemegang Merek. *JURNAL USM LAW REVIEW*, 8(1), 65–85. <https://doi.org/10.26623/julr.v8i1.10363>
- Rosana, E. (2014). Kepatuhan Hukum Sebagai Wujud Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 10(1), 61–84. <https://doi.org/10.24042/tps.v10i1.1600>
- Saidin, O. K. (2019). *Aspek hukum hak kekayaan intelektual (Intellectual Property Rights)*. Rajawali Pers.
- 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>
- Sari, M. Y. A. R., & Patria, R. Y. (2020). Tantangan Pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Solusi Permodalan [The Challenges of Utilizing Intellectual Property Rights as a Capital Solution]. *Law Review*, 20(2), 111. <https://doi.org/10.19166/lr.v20i2.2671>
-

- Siregar, A., Saidin, O., & Leviza, J. (2022). Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 161-169. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i3.64>
- Soekanto, S. (1982). *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*. Rajawali Pers.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 265-282. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576>
- Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Buku Referensi Metodologi Penelitian Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(3), 170-186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>