

**Constituto: 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/constituo>**Kesenjangan Kesadaran Hukum dan Implementasi Pendaftaran Merek pada Pelaku UMKM di Kota Samarinda****Anggit Prasetya Zen¹, Rahmatullah Ayu Hasmiati²**^{1,2}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, IndonesiaEmail Konfirmasi: anggit@gmail.com**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran hukum pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap perlindungan merek serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kesenjangan antara kesadaran hukum dan implementasi pendaftaran merek di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris dengan pendekatan perundang-undangan dan empiris melalui penyebaran kuesioner dan wawancara terhadap pelaku UMKM, pejabat Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda, serta Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kota Samarinda memiliki tingkat kesadaran hukum yang tinggi terhadap perlindungan merek, ditandai dengan 87,9% responden memahami fungsi pendaftaran merek, 88,9% mengetahui manfaat pencegahan peniruan, dan 89,9% memahami risiko merek yang tidak terdaftar. Namun demikian, hanya 39,4% responden yang telah mendaftarkan mereknya secara resmi ke DJKI, sementara 60,6% belum melakukan pendaftaran. Kesenjangan ini disebabkan oleh kurangnya informasi dan sosialisasi, terbatasnya pendampingan hukum, persepsi kompleksitas prosedur pendaftaran, serta faktor biaya dan akses layanan. Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan perlindungan merek UMKM tidak lagi terletak pada rendahnya kesadaran hukum, melainkan pada belum berkembangnya perilaku hukum (*legal behavior*) sebagai wujud nyata dari kesadaran yang dimiliki.

Kata kunci : Kesadaran Hukum; Pendaftaran Merek; UMKM; Hak Kekayaan Intelektual; Kota Samarinda**Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mereduksi kemiskinan, serta mendorong pemerataan pembangunan ekonomi di seluruh pelosok Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai sekitar 66 juta unit dan

berkontribusi sebesar 61 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, setara dengan sekitar Rp9.580 triliun. UMKM mampu menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau sekitar 97 persen dari total tenaga kerja nasional (Kemenkopukm, 2023).

Kota Samarinda sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Timur sekaligus salah satu kota terbesar di Pulau Kalimantan merupakan pusat kegiatan ekonomi, perdagangan, dan jasa yang terus berkembang pesat. Dengan posisi strategis yang semakin diperkuat oleh proyek pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan Timur, Samarinda mengalami lonjakan aktivitas ekonomi yang mendorong tumbuhnya ribuan UMKM di berbagai sektor, mulai dari kuliner, fashion, kerajinan, hingga teknologi digital. Namun di tengah geliat pertumbuhan tersebut, terdapat satu persoalan mendasar yang kerap luput dari perhatian para pelaku UMKM, yaitu perlindungan terhadap aset merek dagang mereka. Merek merupakan identitas komersial yang menjadi pembeda antara produk satu pelaku usaha dengan yang lainnya, sekaligus aset kompetitif yang sangat berharga bagi UMKM.

Kerangka hukum perlindungan merek di Indonesia diatur melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang menganut sistem konstitutif atau *first to file*. Sistem ini berarti bahwa perlindungan hukum atas sebuah merek hanya diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut secara resmi ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkopukm, 2023).

Riset yang dilakukan oleh Amelia, Barthos, dan Sara mengungkapkan bahwa efektivitas perlindungan kekayaan intelektual pada UMKM masih jauh dari ideal. Mayoritas pelaku UMKM tidak mendaftarkan merek mereka, sehingga tidak mendapatkan perlindungan hukum apapun atas identitas dagang yang telah mereka bangun selama bertahun-tahun (Amelia et al., 2023). Dari sisi pendaftaran merek, pemerintah telah memberikan kemudahan bagi pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil (UMK). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2024, biaya pendaftaran merek bagi UMK secara daring hanya dikenakan sebesar Rp500.000 per kelas. Pada tahun 2022, DJKI mencatat permohonan merek sebanyak 120.216 permohonan, naik 15,99 persen dibandingkan tahun sebelumnya.

Persoalan rendahnya efektivitas perlindungan hukum terhadap merek UMKM di Kota Samarinda dipicu oleh beberapa faktor: rendahnya literasi hukum, keterbatasan akses layanan, penegakan hukum yang masih lemah, dan belum optimalnya sinergi pemerintah daerah. Sebagaimana ditegaskan oleh Soekanto Soekanto dalam teori efektivitas hukumnya, efektif atau tidaknya suatu aturan hukum sangat bergantung pada faktor hukumnya sendiri, faktor penegak hukum, faktor sarana dan prasarana, faktor masyarakat, dan faktor kebudayaan (Soekanto, 2014). Penelitian ini memiliki nilai kebaruan ("*novelty*") dalam menganalisis

implementasi perlindungan hukum merek secara terpadu pada UMKM di Kota Samarinda.

Tabel 1 Kerangka Regulasi Perlindungan Merek UMKM di Indonesia

No.	Aspek Regulasi	Ketentuan Hukum	Keterangan
1	Perlindungan Merek	UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek	Sistem first-to-file, perlindungan 10 tahun
2	Tarif PNBP UMKM	PP No. 45 Tahun 2024	Tarif khusus Rp500.000/kelas (online) bagi UMK
3	Fasilitas Pendaftaran	SE DJKI No. HKI.4-TI-04.01 Tahun 2023	Panduan kemudahan pendaftaran merek bagi UMK

Sumber: DJKI Kemenkumham RI, PP No. 45 Tahun 2024 (diolah penulis)

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap perlindungan merek dan implementasi pendaftaran merek di Kota Samarinda; dan (2) menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan kesenjangan antara kesadaran hukum dan pendaftaran merek di Kota Samarinda.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara faktual penerapan ketentuan hukum dalam praktik masyarakat. Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan empiris (*empirical approach*) (Ali, 2021). Pendekatan perundang-undangan dilakukan melalui kajian terhadap berbagai regulasi yang berkaitan dengan perlindungan hukum merek, khususnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sementara itu, pendekatan empiris dilakukan dengan mengkaji fenomena hukum yang terjadi di lapangan melalui pengumpulan data secara langsung dari pihak-pihak yang berkaitan dengan objek penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, dengan sumber data yang terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kegiatan penelitian lapangan berupa penyebaran kuesioner kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta wawancara secara langsung dengan pelaku UMKM, pejabat Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda, dan pihak Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Timur. Data tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai pemahaman,

pelaksanaan, serta hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam kaitannya dengan penerapan perlindungan hukum merek. Adapun data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dengan menelaah bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier yang relevan dengan permasalahan penelitian (Juliardi et al., 2023).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses menyeleksi dan mengelompokkan data yang diperoleh agar sesuai dengan fokus penelitian. Tahap kedua adalah penyajian data dalam bentuk uraian deskriptif maupun tabel untuk mempermudah pemahaman terhadap hasil penelitian. Selanjutnya dilakukan analisis isi hukum (*Legal Content Analysis*) dengan membandingkan ketentuan hukum yang berlaku secara normatif (*das sollen*) dengan kondisi penerapan hukum yang ditemukan di lapangan (*das sein*). Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis untuk menjawab permasalahan penelitian secara komprehensif (Wijaya et al, 2025).

Pembahasan/hasil

A. Kesadaran Hukum UMKM terhadap Perlindungan Merek di Kota Samarinda

Kesadaran terhadap hukum menjadi salah satu elemen penentu berhasil atau tidaknya penerapan suatu norma hukum di tengah masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setyowati dan Prabowo, tingkat kesadaran hukum pelaku usaha memiliki pengaruh terhadap kemauan untuk melakukan perlindungan hak kekayaan intelektual, khususnya merek sebagai identitas usaha yang memiliki nilai ekonomi dan nilai reputasi di pasar (Setyowati & Prabowo, 2023).

Penelitian oleh Ramadhan menunjukkan bahwa rendahnya pemanfaatan perlindungan hak kekayaan intelektual pada UMKM sering kali tidak disebabkan oleh ketiadaan regulasi, melainkan oleh keterbatasan pemahaman pelaku usaha mengenai manfaat hukum yang dapat diperoleh melalui perlindungan hak kekayaan intelektual (Ramadhan, 2022).

Tabel 2 Tingkat Kesadaran Hukum UMKM terhadap Perlindungan Merek di Kota Samarinda

No	Indikator	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Interpretasi
1	Memahami fungsi pendaftaran merek	87,9	12,1	Tinggi
2	Mengetahui pendaftaran merek dapat mencegah peniruan	88,9	11,1	Tinggi

3	Memahami risiko apabila merek tidak terdaftar	89,9	10,1	Tinggi
4	Pendaftaran merek membuat usaha lebih aman	92,0	8,0	Sangat Tinggi
5	Pelaku peniru merek dapat ditindak secara hukum	86,9	13,1	Tinggi
6	Pendaftaran merek menciptakan persaingan usaha yang lebih adil	90,9	9,1	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2026.

Alfateh dan Azhari mengemukakan bahwa jaminan hukum atas merek tidak hanya berdampak pada kepastian bagi pemilik usaha, melainkan turut mendorong daya saing sekaligus mempertebal kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM (Alfateh & Azhari, 2025).

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 87,9% responden memahami fungsi pendaftaran merek, 88,9% menyatakan bahwa pendaftaran merek dapat membantu mencegah peniruan, dan 89,9% responden memahami risiko yang timbul apabila merek usaha tidak memperoleh perlindungan hukum. Temuan ini sejalan dengan penelitian Giovani dan Entoh yang menyatakan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memahami pentingnya merek sebagai aset bisnis yang dapat meningkatkan nilai ekonomi usaha, namun pemahaman tersebut belum selalu diikuti oleh tindakan hukum berupa pendaftaran merek secara resmi (Giovani & Entoh, 2024).

B. Implementasi Pendaftaran Merek pada UMKM Kota Samarinda

Penerapan perlindungan merek tidak cukup diukur dari seberapa dalam pelaku usaha memahami urgensinya, melainkan juga harus dilihat dari langkah konkret yang diambil untuk memperoleh perlindungan hukum secara formal. Dalam sistem first to file, hak eksklusif atas merek baru lahir setelah merek didaftarkan dan memperoleh sertifikat dari DJKI.

Tabel 3 Implementasi Pendaftaran Merek pada UMKM Kota Samarinda

No	Indikator	Ya (%)	Tidak (%)
1	Usaha memiliki legalitas usaha	54,5	45,5
2	Merek telah didaftarkan ke DJKI	39,4	60,6
3	Memiliki bukti atau dokumen kepemilikan merek	39,4	60,6

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, terlihat bahwa implementasi perlindungan hukum merek pada UMKM di Kota Samarinda belum berjalan secara optimal. Hanya sekitar 39,4% responden yang telah melakukan pendaftaran merek, sedangkan 60,6% responden lainnya belum mendaftarkan merek yang digunakan dalam kegiatan usahanya. Temuan ini memperlihatkan bahwa tingginya kesadaran hukum tidak dengan sendirinya melahirkan kepatuhan hukum yang terwujud dalam bentuk pendaftaran merek secara resmi. Kondisi ini sejalan dengan pemikiran Soerjono Soekanto yang menegaskan bahwa efektivitas hukum bukan semata-mata ditentukan oleh ada tidaknya aturan, melainkan juga dipengaruhi oleh kondisi sosial masyarakat, ketersediaan sarana pendukung, serta budaya hukum.

Hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang belum mendaftarkan merek sebenarnya telah mengetahui manfaatnya. Namun mereka menghadapi berbagai kendala seperti kurang memahami prosedur pendaftaran, menganggap proses pendaftaran cukup rumit, belum memiliki waktu, serta menganggap usaha masih berskala kecil. Salah satu informan menyatakan: "Kami sudah menggunakan nama usaha ini sejak awal berdiri dan pelanggan sudah mengenalnya, tetapi sampai sekarang belum mendaftarkan merek karena belum memahami prosedurnya."

C. Kesenjangan antara Kesadaran Hukum dan Pendaftaran Merek

Penelitian ini mengungkap fenomena yang menarik: di satu sisi, tingkat kesadaran hukum pelaku UMKM terhadap pentingnya perlindungan merek tergolong tinggi (87-90%), namun di sisi lain tingkat pendaftaran merek hanya mencapai 39,4%. Terdapat jarak yang nyata antara pemahaman hukum yang dimiliki pelaku UMKM dengan realisasi perlindungan hukum melalui tindakan pendaftaran merek.

Tabel 4 Kesenjangan antara Kesadaran Hukum dan Implementasi Pendaftaran Merek

Indikator	Persentase (%)
Memahami fungsi pendaftaran merek	87,9
Mengetahui pendaftaran merek mencegah peniruan	88,9
Memahami risiko merek tidak terdaftar	89,9
Telah mendaftarkan merek ke DJKI	39,4
Belum mendaftarkan merek ke DJKI	60,6

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2026.

Dalam perspektif teori kesadaran hukum, kondisi tersebut menunjukkan bahwa unsur *legal knowledge* (pengetahuan hukum), *legal understanding* (pemahaman hukum), dan *legal attitude* (sikap hukum) telah berkembang dengan baik. Akan tetapi, unsur *legal behavior* (perilaku hukum) belum sepenuhnya terbentuk.

Temuan ini sekaligus menjadi temuan utama penelitian. Permasalahan utama justru terletak pada kesenjangan antara kesadaran hukum dan implementasi, bukan pada rendahnya pengetahuan hukum. Hambatan utama berupa keterbatasan informasi mengenai prosedur pendaftaran, kurangnya pendampingan, persepsi bahwa proses pendaftaran membutuhkan waktu lama, serta anggapan bahwa usaha kecil belum memerlukan perlindungan merek secara formal (Soekanto, 2021).

D. Faktor-Faktor yang Menghambat Pendaftaran Merek

Menurut teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto, keberhasilan penerapan suatu norma hukum bergantung pada lima faktor: substansi hukum, aparat penegak hukum, ketersediaan sarana dan fasilitas, kondisi masyarakat, serta nilai-nilai budaya hukum (Soekanto, 2021).

Tabel 5 Faktor-Faktor Penghambat Pendaftaran Merek pada UMKM Kota Samarinda

No	Faktor Penghambat	Kategori Teori Efektivitas Hukum
1	Kurangnya pemahaman mengenai prosedur pendaftaran merek	Faktor Masyarakat
2	Kurangnya sosialisasi dan informasi mengenai pendaftaran merek	Faktor Sarana/Fasilitas
3	Minimnya pendampingan hukum bagi UMKM	Faktor Penegak Hukum dan Sarana
4	Persepsi bahwa proses pendaftaran merek rumit dan memakan waktu	Faktor Masyarakat
5	Anggapan bahwa usaha kecil belum memerlukan pendaftaran merek	Faktor Kebudayaan Hukum
6	Kekhawatiran mengenai biaya dan proses administrasi	Faktor Sarana/Fasilitas

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2026.

Hasil wawancara dengan Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Timur menyatakan: "Kami secara rutin melakukan sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM terkait pentingnya pendaftaran merek. Namun tidak semua pelaku usaha dapat terjangkau dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan." Dinas

Koperasi dan UMKM Kota Samarinda menyatakan: “Pendampingan terkait kekayaan intelektual memang sudah dilakukan melalui beberapa program pembinaan UMKM, tetapi belum seluruh pelaku UMKM dapat memperoleh pendampingan secara intensif.” Salah satu informan pelaku UMKM menyatakan: “Kami memahami pentingnya pendaftaran merek, tetapi saat ini lebih fokus pada kebutuhan usaha sehari-hari. Biaya yang ada lebih diprioritaskan untuk operasional usaha.” (Soekanto, 2021).

E. Analisis Teori Perlindungan Hukum dan Efektivitas Hukum

Ditinjau dari teori perlindungan hukum, negara sesungguhnya telah menyediakan perangkat perlindungan yang cukup komprehensif bagi pelaku UMKM melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Regulasi tersebut memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek yang telah terdaftar serta menyediakan mekanisme hukum untuk mencegah dan menindak pelanggaran merek.

Tabel 6 Mekanisme Penegakan Hukum Merek Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016

Jalur Hukum	Dasar Hukum	Mekanisme	Sanksi/Hasil
Pidana	Pasal 100-103 UU No. 20/2016	Laporan ke Polri/PPNS DJKI → Penyidikan → Penuntutan	Pidana penjara maks. 5 tahun dan/atau denda maks. Rp2 miliar
Perdata	Pasal 83 UU No. 20/2016	Gugatan ke Pengadilan Niaga → Mediasi → Putusan	Ganti rugi, penghentian penggunaan merek, pembatalan merek
Administratif	Pasal 76-85 UU No. 20/2016	Permohonan pembatalan/penghapusan merek ke DJKI atau Pengadilan Niaga	Pembatalan atau penghapusan pendaftaran merek

Sumber: UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek (diolah penulis)

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang telah tersedia belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM di Kota Samarinda. Meskipun sebagian besar responden memahami manfaat perlindungan merek, mayoritas belum melakukan pendaftaran merek secara resmi.

Berdasarkan teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto, rendahnya tingkat pendaftaran merek dipengaruhi oleh faktor masyarakat, sarana pendukung, dan budaya hukum. Regulasi mengenai perlindungan merek telah tersedia melalui UU No. 20 Tahun 2016, namun implementasinya masih menghadapi kendala (Alfateh & Azhari, 2025). Berdasarkan teori kesadaran hukum, pelaku UMKM di Kota Samarinda baru sampai pada tahap pengetahuan dan pemahaman (legal knowledge dan legal understanding), namun belum sepenuhnya mencapai tahap kepatuhan dan pelaksanaan hukum (legal behavior). Hasil penelitian ini membuktikan adanya gap antara kesadaran dan tindakan hukum yang menjadi temuan utama penelitian ini (Giovani & Entoh, 2024).

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa inti permasalahan perlindungan merek pada UMKM di Kota Samarinda bukan bersumber dari rendahnya kesadaran hukum, melainkan dari adanya jurang yang lebar antara kesadaran tersebut dan pelaksanaan pendaftaran merek secara formal. *Pertama*, mayoritas pelaku UMKM di Kota Samarinda memiliki tingkat kesadaran hukum yang tinggi terhadap perlindungan merek (87,9–92%), namun hanya 39,4% yang telah mendaftarkan mereknya ke DJKI, sementara 60,6% belum mendaftarkan merek. Perlindungan yang diterapkan masih bersifat de facto dan informal. *Kedua*, kesenjangan antara kesadaran hukum dan implementasi pendaftaran merek disebabkan oleh kurangnya informasi dan sosialisasi, terbatasnya pendampingan hukum, persepsi kompleksitas prosedur pendaftaran, serta faktor biaya dan akses layanan. *Ketiga*, upaya mendorong peningkatan jumlah pendaftaran merek tidak cukup dilakukan melalui sosialisasi hukum semata. Diperlukan pendampingan yang berkelanjutan, penyederhanaan alur prosedur, serta perluasan akses layanan agar kesadaran hukum yang telah terbentuk dapat berkembang menjadi kepatuhan hukum yang nyata (legal behavior).

Daftar Pustaka

- Adryani, V., & Kansil, C. S. (2020). Perlindungan Hukum Merek Terkenal Terhadap Pengaturan Prinsip Persamaan Pada pokoknya yang Diajukan dengan Itikad Tidak Baik (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor: 92K/Pdt. Sus-HKI/2017). *Jurnal Hukum Adigama*, 3(2), 874-895. <https://doi.org/10.24912/adigama.v3i2.10596>
- Alfateh, H., & Azhari, A. F. (2025). Legal Protection of Intellectual Property Rights for MSME Products in Indonesia: The Impacts of Import Relaxation Policy Under Minister of Trade Regulation No. 8 of 2024. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 5(5), 3521-3536. <https://doi.org/10.38035/jlph.v5i5.1873>
-

Ali, Z. (2021). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika.

Amelia, T., Barthos, M., & Sara, R. (2023, November). Efektivitas Perlindungan Kekayaan Intelektual Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif. In *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur Publikasi Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 2, No. 1, pp. 1-12).

Anggraen, A. D., Santoso, B., & Prabandari, A. P. (2021). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bidang Pengrajin Batik dan Kuliner. *Notarius*, 14(2), 650-665. <https://doi.org/10.14710/nts.v14i2.43711>

Asikin, Z. (2020). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2023). Panduan Pendaftaran Merek Online. Diakses dari <https://dgip.go.id/merek>.

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Surat Edaran Nomor HKI.4-TI-04.01 Tahun 2023 tentang Kemudahan Pendaftaran Merek bagi Usaha Mikro dan Kecil.

DJKI Kemenkumham. (2022). Laporan Tahunan Kekayaan Intelektual 2022. Diakses dari <https://dgip.go.id/laporan-tahunan>.

Djumhana, M., & Djubaedillah, R. (2014). *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori, dan Praktiknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Giovani, S. R., & Entoh, S. S. (2024). Peran hak kekayaan intelektual terhadap UMKM ditinjau dari aspek hukum dan ekonomi Indonesia. *Anthology: Inside Intellectual Property Rights*, 2(1), 184-207.

Harahap, M. Y. (2020). *Tinjauan Merek secara Umum dan Hukum Merek Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Hariss, A., Fauzia, N., & Ramaya, P. I. (2023). Kesadaran Hukum Pengusaha UMKM dalam Pendaftaran Merek Dagang di Kemenkumham Kota Jambi. *Wajah Hukum*, 7(1), 155-165.

Hasil Wawancara dengan Informan Pelaku UMKM di Kota Samarinda. (2026).

Hasil Wawancara dengan Pejabat Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda. (2026).

Hasil Wawancara dengan Pejabat Kantor Wilayah Kementerian Hukum Kalimantan Timur. (2026).

- Indriyanto, B. (2021). *Perlindungan Merek*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Juliardi, B., Runtunuwu, Y. B., Musthofa, M. H., TL, A. D., Asriyani, A., Hazmi, R. M., ... & Samara, M. R. (2023). *Metode Penelitian Hukum*. CV. Gita Lentera.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Data UMKM Nasional 2023. Diakses dari <https://www.kemenkopukm.go.id>.
- Margono, S. (2010). *Hukum dan Perlindungan Merek*. Jakarta: Novindo Pustaka Mandiri.
- Miru, A. (2019). *Hukum Merek*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhammad, A. (2010). *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Panayotova, S., & Nikolova-Minkova, V. (2020). Intellectual Property In Digital Environment. *Challenges of Tourism and Business Logistics in the 21st Century*, 3(1), 89-99.
- Purba, A. Z. U. (2021). *HKI Pasca TRIPs*. Bandung: Alumni.
- Rahardjo, S. (2006). *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ramadhan, R. I. (2022). Perlindungan hak kekayaan intelektual hasil produk umkm era digitalisasi. *Jurnal Magister Hukum Perspektif*, 13(1), 16-25.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2024 tentang Jenis dan Tarif PNBP pada Kementerian Hukum dan HAM.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. LN RI Tahun 2008 Nomor 93.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. LN RI Tahun 2016 Nomor 252.
- Sardjono, A. (2020). *Hak Kekayaan Intelektual dan Pengetahuan Tradisional*. Bandung: Alumni.
- Sinaga, N. A. (2020). Pentingnya perlindungan hukum kekayaan intelektual bagi pembangunan ekonomi Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 6(2), 144-165. <https://doi.org/10.31599/sasana.v6i2.385>
-

- Soekanto, S. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto, S. (2021). *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudaryat, Sudjana, & Rika, R. (2010). *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Oase Media.
- Sudjana. (2019). *Hukum Kekayaan Intelektual dan Alih Teknologi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Supramono, G. (2008). *Menyelesaikan Sengketa Merek menurut Hukum Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Usman, R. (2003). *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*. Bandung: Alumni.
- 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.
- WIPO. (2023). What is Intellectual Property? Diakses dari <https://www.wipo.int/about-ip/en>.