

---

## Pendampingan Hukum bagi UMKM dalam Pendaftaran dan Pemanfaatan Merek Dagang

Firy Oktaviarni<sup>1</sup>, Dwi Suryahartati<sup>2</sup>, Windarto<sup>3</sup>, Isran Idris<sup>4</sup>, M. Zulfa Aulia<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup> Fakultas Hukum Universitas Jambi

email: [firyaoktaviarni@unja.ac.id](mailto:firyaoktaviarni@unja.ac.id), [dwisurya@unja.ac.id](mailto:dwisurya@unja.ac.id), [mas\\_wiend@unja.ac.id](mailto:mas_wiend@unja.ac.id),  
[isranidris@unja.ac.id](mailto:isranidris@unja.ac.id), [m.zulfaaulia@unja.ac.id](mailto:m.zulfaaulia@unja.ac.id)

### Abstract

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan hukum kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Jambi dalam proses pendaftaran dan pemanfaatan merek dagang. Merek dagang merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha karena berfungsi sebagai identitas bisnis dan alat untuk melindungi kekayaan intelektual. Namun, banyak pelaku UMKM di Kota Jambi yang belum memahami prosedur pendaftaran merek dagang serta pentingnya perlindungan hukum terhadap merek dagang mereka. Melalui program ini, tim pendamping memberikan edukasi dan bimbingan mengenai langkah-langkah pendaftaran merek dagang, manfaat perlindungan hukum terhadap merek, serta bagaimana merek dagang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing usaha. Kegiatan ini melibatkan sosialisasi, lokakarya, serta konsultasi hukum langsung dengan pelaku UMKM. Hasil dari pengabdian menunjukkan bahwa pendampingan hukum mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya merek dagang, serta mempermudah mereka dalam proses pendaftaran. Kegiatan ini juga diharapkan mampu mendorong lebih banyak UMKM di Kota Jambi untuk memanfaatkan merek dagang sebagai alat pengembangan bisnis yang lebih berkelanjutan.

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

### ABSTRACT

*This community service activity aims to provide legal assistance to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jambi City in the process of trademark registration and utilization. Trademarks are one of the important aspects in business development because they serve as business identity and tools to protect intellectual property. However, many MSME actors in Jambi City do not yet understand the trademark registration procedures and the importance of legal protection for their trademarks. Through this program, the mentoring team provides education and guidance on the steps for trademark registration, the benefits of legal protection for trademarks, and how trademarks can be utilized to enhance business competitiveness. This activity involves socialization, workshops, and direct legal consultations with MSME actors. The results of the service show that legal assistance can enhance the understanding and awareness of MSME actors regarding the importance of trademarks, as well as facilitate their registration process. This program is also expected to encourage more SMEs in Jambi City to utilize trademarks as a tool for more sustainable business development.*

**Keywords: Legal Assistance, MSMEs, Trademarks, Registration**

## PENDAHULUAN

Usaha Kecil Mikro Menengah (selanjutnya disebut UMKM) merupakan industri yang berkembang dengan sangat cepat dan besar di Indonesia. Industri UMKM menjadi salah satu pilar perekonomian yang menggerakkan roda perekonomian di Indonesia<sup>1</sup>. Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan bisnis. Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah pelaku ekonomi swasta yang memiliki potensi besar dan berkontribusi besar pada perekonomian nasional<sup>2</sup>.

UMKM memegang peranan vital dalam perekonomian nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Meski demikian, pelaku UMKM masih menghadapi banyak tantangan dalam pengembangan usahanya, terutama dalam hal perlindungan hukum terhadap aset intelektual seperti merek dagang. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 65,46 juta unit, meningkat 1,98% dibandingkan tahun 2021 yang berjumlah 64,19 juta unit. Struktur UMKM di Indonesia didominasi oleh usaha mikro, dengan omzet maksimal Rp2 miliar per tahun, yang mencapai 63.953 unit pada 2021 atau 99,62% dari total unit usaha di Indonesia. Data ini konsisten selama lima tahun terakhir<sup>3</sup>.

Hingga saat ini, pertumbuhan UMKM masih menghadapi banyak masalah, seperti tidak memahami strategi pemasaran, dan hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual (HKI) merupakan aset yang tidak berwujud (*intangible asset*) yang memiliki nilai ekonomi dan memberikan manfaat bagi UMKM<sup>4</sup>. Pelaku UMKM masih menghadapi banyak tantangan saat mengembangkan usahanya, terutama dalam hal perlindungan hukum terhadap aset intelektual seperti merek dagang.

Sebagai salah satu jenis HKI, merek adalah tanda yang melekat pada barang dan/atau jasa yang digunakan dalam perdagangan barang dan jasa. Merek dapat digunakan sebagai identitas produk yang dibuat oleh UMKM yang bermanfaat sebagai

---

<sup>1</sup> Andrew Betlehn, Prisca Oktaviani Samosir, Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia, *Jurnal Law & Justice*, Volume 3 No. 1 April 2018, hlm 3.

<sup>2</sup> Budi Agus Riswandi, "Hukum Merek Dan Usaha Kecil Menengah (Ukm): Upaya Mewujudkan Daya Kompetitif," *Journal of Management and Business*, 2004, hlm 49.

<sup>3</sup> Lukman Firdaus, Resti Amelia dan Lukman Hakim, Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Digital, *Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi*, Volume 5 No. 1 Mei 2024, hlm 46.

<sup>4</sup> Muh Ali Masnun, Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Hak atas Merek Kolektif, *Jurnal Wawasan Yuridika*, Volume 3 No.2 September 2019, hlm 219-220.

daya pembeda dengan produk lain sehingga konsumen dapat membedakannya saat membeli. Merek juga dapat digunakan sebagai alat promosi, yaitu sebagai daya tarik produk, dan juga dapat menciptakan citra yang memberikan keyakinan jaminan kualitas atas suatu produk<sup>5</sup>.

Merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Pasal 1 angka 1 UU MIG menyebutkan bahwa Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Dari defenisi merek tersebut menurut Pasal 1 angka 5 UU MIG diketahui bahwa Hak atas Merek adalah “hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”. Ada beberapa jenis merek yang terdapat dalam UU MIG yaitu merek dagang, merek jasa dan merek kolektif. Merek dapat digunakan sebagai identitas produk yang dihasilkan UMKM yang bermanfaat sebagai daya pembeda dengan produk lain sehingga memudahkan konsumen untuk mengenalinya saat akan membeli. Merek juga dapat digunakan sebagai alat promosi, yaitu sebagai daya tarik produk, di samping juga untuk membuat citra yang memberikan keyakinan jaminan kualitas atas suatu produk<sup>6</sup>.

Merek dagang tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk atau jasa, tetapi juga sebagai simbol reputasi dan kepercayaan konsumen. Namun, masih banyak UMKM yang menjalankan usahanya tanpa terlebih dahulu mendaftarkan mereknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HKI) bertanggung jawab untuk melindungi hak kekayaan intelektual (HKI).

Salah satu hak yang dilindungi oleh HKI adalah hak untuk mendaftarkan merek. Direktorat HKI memberikan legitimasi atau legalitas untuk pendaftaran merek. Karena persaingan pasar yang ketat, perusahaan harus mengembangkan strategi bisnis dan strategi pemasaran yang inovatif untuk merebut pangsa pasar yang telah mereka kuasai dengan susah payah. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan merek pada kemasan

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm 220.

<sup>6</sup> *Ibid*.

barang dan jasa, khususnya untuk UMKM. Para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menggunakan merek sebagai "perisai" untuk mempertahankan produk mereka dalam dunia perdagangan bebas, dan mereka juga memiliki hak untuk mempertahankan merek mereka di hadapan hukum. Akibatnya, hak pemilik merek digunakan untuk menjaga persaingan di dunia<sup>7</sup>.

Di Indonesia, prinsip *first to file* adalah asas utama perlindungan merek. Ini berarti bahwa merek hanya akan dilindungi jika didaftarkan ke Kementerian Hukum dan HAM dan terdaftar di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjual barang dan jasa dengan merek tertentu namun tidak didaftarkan, maka UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas merek tersebut.

Terkait manfaat pendaftaran Merek dapat dianalisis situasinya yaitu:

1. Situasi Sosial: Kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya merek dagang masih relatif rendah. Banyak UMKM belum memahami prosedur pendaftaran merek atau manfaat perlindungan hukumnya. Secara kultural, sebagian pelaku usaha menganggap bahwa selama konsumen sudah mengenali produk mereka, proses pendaftaran merek tidak perlu dilakukan. Akibatnya, perlindungan hukum merek bagi produk UMKM banyak yang belum dimanfaatkan, dan daya saing produk lokal di pasaran menjadi relatif rendah tanpa hak eksklusif atas merek.
2. Situasi Ekonomi: Produk dengan merek terdaftar memiliki nilai jual lebih tinggi, peluang ekspansi pasar lebih luas, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Namun, biaya pendaftaran dan keterbatasan sumber daya sering menjadi kendala.
3. Situasi Kelembagaan: Pemerintah, perguruan tinggi, koperasi, dan komunitas memiliki peran penting dalam mendampingi UMKM. Program seperti keringanan biaya pendaftaran merek, sosialisasi HKI, dan klinik hukum menjadi sarana nyata dalam mendukung UMKM.
4. Hubungan dengan Pihak Eksternal: UMKM yang memiliki merek terdaftar lebih mudah menjalin hubungan dengan konsumen, mitra bisnis, maupun investor. Sebaliknya, tanpa merek, UMKM rentan ditiru pesaing dan sulit membangun reputasi jangka panjang.

Berdasarkan Sumber Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi tahun 2023, masyarakat di Kecamatan Sungai gelam sebagian besar merupakan petani yang sumber

---

<sup>7</sup>Ibid, hlm 434.

penghasilannya dari bertani baik petani hortikultura maupun perkebunan. Sebagian sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), pekerja harian lepas dan sebagai buruh yang terdiri dari buruh pertanian, pabrik dan sebagainya. Petani menjadikan usahatani sebagai sumber penghasilan utama, sehingga menjadi faktor utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berikut Tabel menunjukkan pekerjaan masyarakat di Kecamatan Sungai Gelam.

Meningkatnya jumlah UMKM di Provinsi Jambi, menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, UMKM harus memiliki kemampuan untuk merancang strategi bisnis yang inovatif agar mereka dapat berkembang dengan cepat dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Berkembangnya ekonomi berbasis digital, di tahun 2023, jumlah UMKM di Provinsi Jambi mencapai 176.051 unit. Banyak dari UMKM ini bergerak di berbagai industri dan telah menunjukkan peningkatan yang signifikan. Berikut adalah data jumlah UMKM yang ada di Provinsi Jambi di Tahun 2023 :

Wilayah (Kab/Kota)	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah			
	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
	2023	2023	2023	2023
KERINCI	6.753	646	69	7.468
MERANGIN	6.840	693	13	7.546
SAROLANGUN	2.510	107	10	2.627
BATANGHARI	17.466	138	69	17.673
MUARO JAMBI	41.234	0	0	41.234
TANJUNG JABUNG TIMUR	17.658	1.135	253	19.046
TANJUNG JABUNG BARAT	7.650	1.048	0	8.698
TEBO	8.370	0	0	8.370
BUNGO	2.443	881	290	3.614
KOTA JAMBI	46.912	3.835	0	50.747
KOTA SUNGAI PENUH	7.722	1.125	181	9.028
PROVINSI JAMBI	165.558	9.608	885	176.051

Keterangan Data :  
Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi

Kondisi tersebut terus berubah, sehingga diperkirakan bahwa jumlah pengusaha UMKM di Kota Jambi akan meningkat pada tahun 2024. Data yang paling signifikan adalah jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kota Jambi, yang berjumlah 47.712 unit usaha. Banyak UMKM di Kota Jambi yang menggunakan merek dagangnya sendiri, tetapi tim Pengabdian menemukan bahwa banyak dari UMKM tersebut belum mendaftarkan merek dagangnya atau belum mendaftarkannya karena berbagai alasan. Tujuan dari PPM ini adalah untuk memberikan pendampingan dalam pemanfaatan merek dagangnya apakah digunakan atau tidak. tersebut di atas diperlukan suatu perlindungan merek barang-barang yang diproduksi UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka kegiatan pengabdian berupa pendampingan hukum menjadi penting untuk

memberikan pemahaman, keterampilan teknis, serta motivasi bagi pelaku UMKM agar mampu mendaftarkan dan memanfaatkan merek dagangnya secara optimal. Berkaitan dengan hal tersebut maka permasalahan yang akan dikaji yaitu Pendampingan hukum Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap pemanfaatan Merek dagang di Kota Jambi.

## **METODE PELAKSANAAN**

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Kota Jambi, metode yang diterapkan dirancang untuk memastikan keterlibatan aktif mitra serta masyarakat dalam setiap tahapan. Metode ini terdiri dari lima tahapan utama yang akan dijalankan secara terstruktur, yaitu survei dan diskusi, pengumpulan dan dokumentasi data, sosialisasi kepada masyarakat, partisipasi mitra, dan evaluasi serta tindak lanjut.

### **1. Survei dan Diskusi**

Tahap awal dari kegiatan ini adalah pelaksanaan survei dan diskusi untuk memetakan situasi dan kebutuhan di lapangan. Tujuan survei ini adalah untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan yang ada di masyarakat terkait pemanfaatan merek dagang. Mengunjungi UMKM di lokasi untuk mengamati langsung proses operasional dan strategi pemasaran yang telah diterapkan, sekaligus memahami konteks lokal yang mungkin memengaruhi kinerja mereka. Mengadakan wawancara mendalam dengan beberapa pemilik UMKM untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendetail terkait kebutuhan dan permasalahan dalam pemanfaatan merek dagang. Wawancara ini berfokus pada saling memahami peran dan kebutuhan kedua belah pihak, baik dari segi fasilitas yang akan disediakan maupun pelaksanaan teknis di lapangan. Mitra setempat, dalam hal ini UMKM di Kelurahan Simpang Rimbo, akan memberikan waktu dan dukungan yang diperlukan untuk menindaklanjuti hasil survei.

### **2. Pengumpulan dan Dokumentasi Data**

Tahap kedua melibatkan pengumpulan dan dokumentasi data secara sistematis. Membagikan kuesioner kepada para pelaku UMKM untuk mengidentifikasi pemahaman mereka terhadap pentingnya merek, pengalaman dalam pendaftaran merek, serta kendala yang mereka hadapi. Pertanyaan dalam kuesioner dapat mencakup aspek pengetahuan hukum, pemasaran, dan tantangan finansial.

Mengelola data UMKM dalam bentuk digital untuk memastikan data mudah diakses dan dianalisis. Database ini bisa mencakup informasi kontak, jenis usaha, status pendaftaran merek, dan kebutuhan khusus dari masing-masing UMKM. Menyimpan salinan dokumen penting (kuesioner, laporan perkembangan, hasil wawancara, dan evaluasi) dalam format digital dan fisik, serta menyusun arsip yang terstruktur untuk referensi di masa depan.

### 3. **Dokumentasi Data Pendampingan dan Edukasi**

Mencatat setiap sesi pendampingan hukum, edukasi merek, dan pelatihan yang diadakan, termasuk jumlah peserta, materi yang disampaikan, serta respons peserta terhadap program. Mendokumentasikan langkah-langkah pendaftaran merek yang ditempuh oleh UMKM yang didampingi, mulai dari pengisian formulir hingga pengajuan berkas. Hal ini berguna untuk evaluasi dan panduan di masa depan. Mengambil foto dan video selama proses edukasi dan pendampingan, yang dapat digunakan sebagai dokumentasi kegiatan, publikasi, dan bahan edukasi lanjutan.

### 4. **Partisipasi Mitra**

Dalam pelaksanaan program pengabdian ini, peran mitra sangat penting. Mitra UMKM dapat berpartisipasi dalam diskusi awal atau mengisi survei untuk mengidentifikasi tantangan yang mereka hadapi terkait merek dagang, baik dari segi pemahaman hukum, biaya, maupun strategi pemasaran. UMKM dapat berbagi pengalaman mereka terkait kendala dalam pendaftaran merek dan pengembangan bisnis. Informasi ini membantu tim pengabdian untuk merancang program yang sesuai dan berbasis kebutuhan nyata. UMKM perlu berpartisipasi dalam pengumpulan dan pengisian dokumen yang diperlukan untuk pendaftaran merek. Partisipasi aktif ini membantu mereka memahami prosedur dan mempermudah proses legal. Dalam proses pendampingan, UMKM berperan aktif dengan memastikan dokumen mereka siap, berkoordinasi dengan pihak hukum terkait, dan menindaklanjuti pengajuan pendaftaran merek mereka secara mandiri setelah dibimbing.

### 5. **Evaluasi dan Tindak Lanjut**

Menilai peningkatan keterampilan peserta dalam aspek spesifik seperti pengisian dokumen hukum, pendaftaran merek, serta kemampuan *branding* yang diajarkan dalam pelatihan. Penilaian ini bisa dilakukan melalui praktik langsung atau studi

kasus. Dengan metode yang mencakup survei, pengumpulan data, sosialisasi, partisipasi mitra, serta evaluasi dan tindak lanjut, diharapkan program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM di melalui pemanfaatan merek dagang yang lebih efektif. Menawarkan sesi pendampingan tambahan bagi UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam pengelolaan merek atau pemasaran. Pendampingan lanjutan ini bisa dilakukan melalui sesi konsultasi online atau kelompok diskusi berkala. Mendorong pembentukan komunitas atau kelompok diskusi UMKM yang fokus pada pengembangan dan perlindungan merek dagang. Komunitas ini bisa menjadi wadah bagi UMKM untuk saling berbagi pengalaman dan belajar dari satu sama lain.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **PENDAMPINGAN HUKUM BAGI UMKM DALAM PENDAFTARAN DAN PEMANFAATAN MEREK DAGANG**

Persaingan bisnis memerlukan keunggulan yang menonjol, yang unik berkarakter dapat melesatkan reputasi perusahaan. Sering konsumen tidak mempermasalahkan harga, namun *brand* atau merek terkenal yang harus didapatkannya. Merek sudah dikenal sejak lama untuk menandai produk dengan tujuan menunjukkan asal usul barang, perlindungan hukum atas merek pun makin meningkat seiring majunya perdagangan dunia<sup>8</sup>.

Menurut Hariyani<sup>9</sup>, merek juga mencerminkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu barang dan/atau jasa. Produk dengan merek terkenal lebih mudah dipasarkan sehingga mendatangkan keuntungan. Perlindungan hukum terhadap hak merek dibutuhkan untuk (1) menjamin kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik atau pemegang merek, (2) mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas hak merek, dan (3) memberikan manfaat kepada masyarakat banyak agar lebih terdorong mendaftarkan merek.

Sebagaimana dinyatakan oleh Dirjen KI, merek digunakan sebagai tanda pengenal untuk membedakan produk yang dibuat oleh seseorang atau beberapa individu atau

---

<sup>8</sup> Endang Purwaningsih, Muslikh dan Nurul Fajri Chikmawati, *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi (Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM)*, Setara Press, 2019, hlm 12-13.

<sup>9</sup> Iswihariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010, hlm 89.

badan hukum dengan produk yang dibuat oleh orang lain atau badan hukum lainnya. Selanjutnya, merek digunakan sebagai alat promosi untuk mempromosikan produk dengan menyebut mereknya, sebagai jaminan atas kualitas produk, dan sebagai penunjuk asal produk atau jasa<sup>10</sup>.

Oleh karena itu, sangat penting untuk melindungi merek secara hukum agar tidak digunakan oleh orang lain secara ilegal, seperti pemalsuan, yang dapat menciptakan persaingan dagang yang tidak sehat dan pada akhirnya merugikan pemilik merek. Untuk mendapatkan perlindungan hukum atas merek tersebut, merek harus didaftarkan terlebih dahulu. Sebagaimana dinyatakan oleh Dirjen KI, pendaftaran merek berfungsi sebagai alat bukti bagi pemilik merek yang didaftarkan untuk menunjukkan penolakan terhadap merek yang sama secara keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk didaftarkan untuk barang atau jasa sejenisnya. Selain itu, pendaftaran merek juga berfungsi sebagai dasar untuk mencegah orang lain menggunakan merek yang sama secara peredaran untuk barang atau jasa sejenisnya.

Pendampingan hukum terbukti mampu menjembatani kesenjangan informasi dan keterampilan hukum UMKM. Selama ini banyak pelaku UMKM yang belum memahami aspek yuridis dalam menjalankan usahanya. Pengetahuan hukum mereka terbatas pada praktik bisnis sehari-hari, sementara informasi tentang prosedur formal, seperti pendaftaran merek dagang, relatif sulit diakses. Pendampingan hukum hadir sebagai sarana edukasi dan transfer pengetahuan yang membuat UMKM mampu memahami pentingnya perlindungan merek, prosedur pendaftaran, serta implikasi hukum yang ditimbulkan apabila merek tidak dilindungi. Dengan demikian, pendampingan berfungsi mengurangi kesenjangan informasi dan meningkatkan keterampilan praktis pelaku usaha dalam mengakses layanan hukum.

Kegiatan ini juga menegaskan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan organisasi masyarakat dalam memperluas akses perlindungan hukum bagi UMKM. Perlindungan hukum atas merek tidak dapat dicapai hanya melalui upaya individu pelaku usaha. Dibutuhkan sinergi multipihak. Pemerintah berperan menyediakan regulasi yang mendukung, program bantuan biaya, serta sistem pendaftaran yang mudah diakses. Perguruan tinggi memiliki kontribusi dalam bentuk pengabdian masyarakat, riset, dan penyediaan tenaga ahli yang mendampingi UMKM.

---

<sup>10</sup> Booklet Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI.

Sementara itu, organisasi masyarakat dan asosiasi UMKM berfungsi sebagai penghubung yang memperluas jangkauan program pendampingan. Dengan adanya kolaborasi tersebut, akses UMKM terhadap perlindungan hukum merek dapat lebih merata, berkelanjutan, dan berdampak pada peningkatan kualitas serta keberlanjutan usaha.

Kondisi UMKM di Kota Jambi menunjukkan bahwa pendampingan hukum sangat penting untuk pendaftaran dan pemanfaatan merek dagang. Ribuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) beroperasi di berbagai bidang di Kota Jambi. Ini termasuk makanan lokal seperti kerupuk kulit, tempoyak, dan kopi, kerajinan tangan yang didasarkan pada kearifan lokal, serta pakaian dan batik Jambi. Karena unik, barang-barang tersebut memiliki potensi besar untuk menembus pasar yang lebih luas. Namun, sejumlah kecil dan menengah bisnis (UMKM) di Kota Jambi terus beroperasi tanpa perlindungan hukum atas merek yang mereka gunakan.

Hasilnya menunjukkan beberapa hambatan utama bagi pelaku UMKM di Kota Jambi dalam mendaftarkan merek sebagai berikut:

1. Keterbatasan Informasi dan Pengetahuan: Sebagian besar UMKM tidak tahu bahwa merek harus didaftarkan secara resmi ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk mendapatkan perlindungan hukum.
2. Kendala Administrasi dan Biaya: Sebagian besar UMKM belum memiliki legalitas dasar usaha (NIB atau SIUP), yang menyebabkan kesulitan dalam proses pendaftaran merek. Meskipun UMKM diberi keringanan biaya pendaftaran oleh pemerintah, para bisnis lokal belum sepenuhnya memahami informasi ini.
3. Kurangnya Pemanfaatan Strategis Merek—Banyak UMKM di Kota Jambi hanya melihat merek sebagai nama dagang, bukan aset yang dapat meningkatkan daya saing, meningkatkan jaringan distribusi, atau membuka peluang kerja sama dengan pihak eksternal.

Dalam pendampingan hukum di Kota Jambi, pelaku UMKM belajar tentang prosedur pendaftaran merek secara online, keuntungan perlindungan hukum, dan cara menggunakan merek sebagai identitas usaha. Beberapa UMKM bahkan mulai menyadari pentingnya merek untuk meningkatkan citra produk, memperkuat loyalitas konsumen, dan mencegah sengketa merek dengan pihak lain.

Selain itu, pendampingan hukum di Kota Jambi menekankan pentingnya kerja sama antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan asosiasi UMKM. Pemerintah daerah dapat memberikan fasilitas informasi dan subsidi biaya, perguruan tinggi dapat

berpartisipasi dalam program pengabdian masyarakat dengan memberikan sosialisasi dan bimbingan teknis, dan asosiasi UMKM dapat menjadi jembatan untuk mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk bergabung. Dengan pendampingan hukum yang berkelanjutan, UMKM di Kota Jambi diharapkan dapat melindungi merek dagangnya secara legal dan menggunakannya sebagai modal strategis untuk menghadapi persaingan di era perdagangan bebas dan digitalisasi.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pendampingan hukum bagi UMKM dalam pendaftaran dan pemanfaatan merek dagang di Kota Jambi menunjukkan bahwa pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan informasi, keterampilan teknis, serta kendala administrasi dalam mengakses perlindungan hukum. Merek yang terdaftar terbukti memiliki peran strategis, tidak hanya sebagai identitas usaha, tetapi juga sebagai instrumen perlindungan hukum, peningkatan daya saing, serta pembuka peluang kerjasama bisnis yang lebih luas.

Pendampingan hukum terbukti mampu menjembatani kesenjangan pengetahuan dan keterampilan hukum UMKM, sekaligus memberikan pemahaman baru bahwa merek adalah aset penting yang bernilai ekonomi. Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan organisasi masyarakat memiliki peran vital dalam memperluas akses perlindungan hukum dan pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan.

## **SARAN**

1. Peningkatan Akses Informasi: Pelaku UMKM harus dapat memperoleh materi edukasi yang lebih mudah diakses tentang pentingnya hak kekayaan intelektual dan pendaftaran merek. Untuk mencapai tujuan ini, lebih banyak orang dapat menggunakan platform digital dan media sosial.
2. Menyediakan program fasilitasi pendaftaran merek secara berkelanjutan melalui Dinas Koperasi dan UMKM atau lembaga terkait.
3. Memperluas sosialisasi mengenai pentingnya perlindungan hukum atas kekayaan intelektual, khususnya merek dagang.

## DAFTAR PUSTAKA

Andrew Betlehn, Prisca Oktaviani Samosir, Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia, *Jurnal Law & Justice*, Volume 3 No. 1 April 2018.

Booklet Kekayaan Intelektual, Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI.

Budi Agus Riswandi, "Hukum Merek Dan Usaha Kecil Menengah (Ukm): Upaya Mewujudkan Daya Kompetitif," *Journal of Management and Business*, 2004, hlm 49.

Endang Purwaningsih, Muslikh dan Nurul Fajri Chikmawati, *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi (Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM)*, Setara Press, 2019, hlm 12-13.

Iswihariyani, *Prosedur Mengurus HAKI yang Benar*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010, hlm 89.

Lukman Firdaus, Resti Amelia dan Lukman Hakim, Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Digital, *Welfare Jurnal Ilmu Ekonomi*, Volume 5 No. 1 Mei 2024, hlm 46.

Muh Ali Masnun, Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Hak atas Merek Kolektif, *Jurnal Wawasan Yuridika*, Volume 3 No.2 September 2019, hlm 219-220.