



SOSIALISASI PERLINDUNGAN MEREK DAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI PELAKU UMKM DI KECAMATAN DUMBO RAYA, KOTA GORONTALO

Karlin Z. Mamu^{*1}, Melki T. Tunggati², Nirwan Junus³, Sri Olawaty Suaib⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bina Taruna Gorontalo, Kota Gorontalo, Indonesia

*Corresponding Author: karlin@ung.ac.id

Info Article Received : 01 April 2026 Revised : 02 Mei 2026 Accepted : 03 Juni 2026 Publication : 30 Juni 2026	Abstract: <i>This community service program aims to enhance the legal understanding and awareness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Dumbo Raya Subdistrict, Gorontalo City, regarding the importance of trademark protection and intellectual property rights (IPR) under Law No. 20 of 2016 on Trademarks and Geographical Indications. The method employed was a participatory educational approach through legal outreach sessions, seminars, interactive discussions, and evaluations based on pre-test and post-test questionnaires. The results of the activity showed that prior to the outreach, the majority of participants had very low levels of legal literacy, both in terms of conceptual understanding of trademarks and technical understanding of the trademark registration process at the Directorate General of Intellectual Property. After the outreach activities were conducted, there was a significant improvement in all aspects of the participants' legal understanding and awareness. These findings demonstrate that structured and practical legal outreach is an effective tool for promoting IPR literacy and fostering sustained legal compliance among MSME operators.</i>
Keywords: <i>Brands, Intellectual Property Rights, MSMEs, Outreach, Legal Protection.</i> Kata Kunci: Merek, Hak Kekayaan Intelektual, UMKM, Sosialisasi, Perlindungan Hukum.	
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	Abstrak: Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Dumbo Raya, Kota Gorontalo terhadap pentingnya perlindungan merek dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Metode yang digunakan adalah pendekatan edukatif partisipatif melalui penyuluhan hukum, seminar, diskusi interaktif, serta evaluasi berbasis kuesioner pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum sosialisasi, sebagian besar peserta berada pada kondisi literasi hukum yang sangat rendah, baik dari aspek pemahaman konseptual merek maupun pemahaman teknis mekanisme pendaftaran merek pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Setelah kegiatan sosialisasi dilaksanakan, terjadi peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek pemahaman dan kesadaran hukum peserta. Temuan ini membuktikan bahwa sosialisasi hukum yang terstruktur dan aplikatif merupakan instrumen efektif dalam mendorong literasi HKI dan kepatuhan hukum pelaku UMKM secara berkelanjutan.

INTRODUCTION

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional Indonesia (Amaliyah dkk., 2022). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024, jumlah UMKM mencapai lebih dari 64,2 juta unit usaha, atau sekitar 99,99 persen dari total unit usaha di Indonesia (Afiriasi Kebijakan Penghapusan Pajak Usaha Kecil Bagi UMKM, t.t.). Di tengah pertumbuhan yang masif tersebut, para pelaku UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan struktural, salah satunya adalah rendahnya pemahaman dan kesadaran terhadap perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya merek (Islami dkk., 2026). Pelanggaran merek merupakan salah satu risiko hukum yang kerap diabaikan oleh pelaku UMKM, di mana banyak pelaku usaha menggunakan nama *brand* yang ternyata sudah terdaftar tanpa menyadarinya, sehingga berpotensi digugat dan dikenai sanksi hukum (Simatupang dkk., 2025). Tren ini didukung oleh data yang menunjukkan rendahnya partisipasi UMKM dalam pendaftaran merek secara resmi. Selama periode 2018 hingga 2023, tingkat partisipasi UMKM dalam pendaftaran merek masih tergolong rendah, dengan rata-rata hanya mencapai 2,2% per tahun, bahkan mengalami penurunan drastis sebesar 65,83% pada tahun 2023 (Yansyah dkk., 2025).

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun ekosistem UMKM terus berkembang pesat, aspek perlindungan identitas usaha melalui merek justru masih jauh dari optimal. Permasalahan yang ada saat ini antara lain meliputi rendahnya kesadaran hukum pelaku UMKM dan lamanya proses penyelesaian sengketa di pengadilan niaga, yang pada akhirnya memperbesar risiko kerugian bagi pelaku usaha yang tidak meleak hukum HKI. Dari sisi regulasi, negara sesungguhnya telah menyediakan kerangka hukum yang komprehensif sebagai *das sollen* perlindungan merek. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis secara tegas menegaskan bahwa di dalam era perdagangan global, peranan merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, dan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar secara resmi (Hersugondo dkk., 2022). Dengan demikian, terdapat kesenjangan yang nyata antara norma hukum yang telah ditetapkan dengan realitas kepatuhan dan pemahaman hukum di kalangan pelaku UMKM.

Kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein* dalam perlindungan merek UMKM tampak semakin nyata ketika ditelaah pada konteks lokal. Di Kecamatan Dumbo Raya, Kota Gorontalo, para pelaku UMKM yang sebagian besar bergerak di sektor perdagangan, kuliner, dan kerajinan local (Imran dkk., 2025), umumnya belum

memiliki pemahaman yang memadai mengenai pentingnya pendaftaran merek dan perlindungan HKI bagi keberlangsungan usaha mereka. Minimnya akses terhadap informasi hukum dan layanan konsultasi HKI menjadikan pelaku UMKM di wilayah ini rentan terhadap penyalahgunaan merek, baik sebagai pihak yang merugi akibat peniruan oleh pihak lain, maupun sebagai pihak yang tanpa disadari melanggar hak merek yang telah terdaftar.

Rendahnya pemahaman dan minimnya edukasi mengenai HKI bagi masyarakat tetap menjadi masalah utama yang menyebabkan masyarakat skeptis dan enggan melakukan pendaftaran HKI, padahal legalitas dapat membuat bisnis lebih berkembang dan terhindar dari sengketa yang merugikan (Fathanudien dkk., 2021). Kondisi ini mempertegas urgensi dilaksanakannya kegiatan sosialisasi yang bersifat edukatif dan partisipatif bagi para pelaku UMKM di Kecamatan Dumbo Raya, agar mereka dapat memahami hak-hak hukumnya, memanfaatkan mekanisme pendaftaran merek yang telah disediakan negara, dan pada akhirnya mampu melindungi produk serta identitas usahanya secara sah sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

METHOD

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Sosialisasi Perlindungan Merek dan Hak Kekayaan Intelektual bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Dumbo Raya, Kota Gorontalo" dilaksanakan melalui pendekatan edukatif partisipatif yang terdiri atas beberapa tahapan (Zakaria dkk., 2024). Pertama, tahap persiapan meliputi identifikasi dan koordinasi dengan pemerintah kecamatan serta pengumpulan data awal mengenai jumlah dan karakteristik pelaku UMKM di wilayah sasaran (Priatna dkk., 2025). Kedua, tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi langsung dalam bentuk seminar dan penyuluhan hukum yang menyampaikan materi mengenai konsep dasar merek, pentingnya pendaftaran merek, prosedur pendaftaran merek pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), serta risiko hukum yang dapat timbul akibat pelanggaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Haris & Ananda, 2026). Ketiga, sesi tanya jawab dan diskusi interaktif dibuka guna memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan permasalahan konkret yang dihadapi dalam usahanya terkait merek dan HKI (Indrawati & Setiawan, 2020). Keempat, tahap evaluasi dilaksanakan melalui pemberian kuesioner pra dan pascakegiatan untuk mengukur

peningkatan pemahaman peserta terhadap perlindungan merek dan HKI sebagai indikator keberhasilan program (Indinastin Indinastin dkk., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Pemahaman Pelaku UMKM di Kecamatan Dumbo Raya terhadap Perlindungan Merek dan Hak Kekayaan Intelektual

Berdasarkan hasil pengukuran awal (*pre-test*) yang dilakukan sebelum pelaksanaan sosialisasi terhadap 35 peserta yang merupakan pelaku UMKM di Kecamatan Dumbo Raya, Kota Gorontalo, diperoleh gambaran bahwa sebagian besar peserta memiliki tingkat pemahaman yang sangat rendah terhadap konsep dasar merek dan Hak Kekayaan Intelektual. Pengukuran dilakukan menggunakan kuesioner berbasis empat indikator utama, yaitu: (1) pemahaman konsep merek dan fungsinya sebagai identitas usaha; (2) pengetahuan mengenai prosedur pendaftaran merek pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI); (3) pemahaman terhadap risiko hukum akibat pelanggaran atau tidak didaftarkanya merek; dan (4) pengetahuan mengenai manfaat HKI bagi daya saing usaha. Setiap indikator dinilai dengan skala 1–4 (1 = tidak paham, 2 = kurang paham, 3 = cukup paham, 4 = paham). Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan skor pemahaman peserta hanya berada pada angka 1,62 dari skala 4, yang mengindikasikan kondisi pemahaman yang sangat minim. Temuan ini sejalan dengan kondisi yang terdokumentasi secara nasional, di mana pelaku UMKM bersifat tidak acuh pada merek yang mereka jalankan, melainkan hanya terfokus pada perkembangan usahanya, serta belum menyadari betapa pentingnya pendaftaran merek dagang atau jasa dan manfaat yang diperoleh dari pendaftaran tersebut.

Secara lebih rinci, distribusi tingkat pemahaman peserta berdasarkan masing-masing indikator sebelum dan sesudah sosialisasi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pemahaman Peserta UMKM Kecamatan Dumbo Raya terhadap Perlindungan Merek dan HKI

N o	Indikator Pemahaman	Rata-rata Skor <i>Pre-Test</i>	Rata-rata Skor <i>Post-Test</i>	Peningkatan (%)
1	Konsep merek dan fungsinya sebagai identitas usaha	1,74	3,51	101,7%
2	Prosedur pendaftaran merek pada DJKI	1,31	3,42	161,1%
3	Risiko hukum akibat pelanggaran/tidak mendaftarkan merek	1,57	3,60	129,3%
4	Manfaat HKI bagi daya saing usaha	1,86	3,68	97,8%
Rata-rata Keseluruhan		1,62	3,55	119,1%

Sumber: Data primer hasil kuesioner pengabdian kepada masyarakat, 2026. Skala penilaian: 1 = tidak paham, 2 = kurang paham, 3 = cukup paham, 4 = paham.

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa indikator dengan skor *pre-test* terendah adalah pengetahuan mengenai prosedur pendaftaran merek pada DJKI, yakni hanya sebesar 1,31. Hal ini mencerminkan kenyataan bahwa sebagian besar peserta sama sekali belum mengetahui alur, persyaratan, maupun biaya pendaftaran merek secara resmi. Kendala yang dihadapi UMKM dalam memperoleh perlindungan merek antara lain meliputi kurangnya sosialisasi tentang manfaat pendaftaran merek, serta keterbatasan akses terhadap layanan dan informasi dari lembaga yang berwenang. Kondisi ini secara langsung berkontribusi pada rendahnya angka pendaftaran merek di kalangan UMKM secara nasional yang, meski sempat meningkat pada 2021–2022 yang bertepatan dengan meningkatnya ekspor produk kreatif dan pertumbuhan penjualan digital, tingkat partisipasi UMKM dalam pendaftaran merek secara rata-rata hanya mencapai 2,2% per tahun dan mengalami penurunan drastis sebesar 65,83% pada tahun 2023, suatu kondisi yang menggambarkan betapa masifnya kesenjangan literasi hukum HKI di lapangan (Yansyah dkk., 2025). Di Kecamatan Dumbo Raya sendiri, dari keseluruhan 35 peserta yang hadir, hanya 3 peserta (8,57%) yang menyatakan pernah mendengar istilah "pendaftaran merek DJKI" sebelumnya, dan tidak satu pun yang telah mendaftarkan merek usahanya secara resmi, yang mempertegas betapa mendesaknya upaya sosialisasi dan edukasi hukum HKI di wilayah tersebut.

Dokumentasi 1. Penyampaian Materi
“Prosedur Pendaftaran Merek dan Risiko Hukum terhadap Pelanggaran Merek”



Setelah pelaksanaan sosialisasi, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan pemahaman yang sangat signifikan pada seluruh indikator. Rata-rata skor keseluruhan meningkat dari 1,62 menjadi 3,55, atau setara dengan peningkatan sebesar 119,1%.

Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator pengetahuan prosedur pendaftaran merek pada DJKI, yang melonjak dari 1,31 menjadi 3,42 (peningkatan 161,1%), mengindikasikan bahwa paparan materi teknis dan praktis mengenai tata cara pendaftaran merek mampu diserap dengan baik oleh peserta. Selain itu, indikator pemahaman terhadap risiko hukum juga mengalami peningkatan yang substansial, dari 1,57 menjadi 3,60 (peningkatan 129,3%), yang menunjukkan bahwa peserta semakin menyadari konsekuensi hukum yang dapat timbul apabila merek usaha tidak dilindungi secara resmi. Capaian ini sejalan dengan temuan dalam berbagai kegiatan pengabdian serupa, bahwa solusi paling konkret untuk mengatasi rendahnya kesadaran masyarakat dalam mendaftarkan HKI adalah dengan melakukan sosialisasi hukum yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan, mulai dari pemerintah, akademisi, penyedia layanan hukum, hingga masyarakat itu sendiri, agar penyelesaian masalah hukum dapat teratasi secara efektif, efisien, dan tetap optimal (Hasriyanti dkk., 2025). Dengan demikian, hasil pengabdian ini membuktikan bahwa kegiatan sosialisasi yang terstruktur dan partisipatif merupakan instrumen yang efektif dalam meningkatkan literasi hukum merek dan HKI di kalangan pelaku UMKM, sekaligus menjadi langkah awal yang strategis menuju kepatuhan hukum yang lebih baik di Kecamatan Dumbo Raya, Kota Gorontalo.

Upaya Peningkatan Kesadaran dan Literasi Hukum Pelaku UMKM di Kecamatan Dumbo Raya mengenai Mekanisme Pendaftaran Merek dan Perlindungan HKI Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Upaya peningkatan kesadaran dan literasi hukum dalam kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui penyampaian materi sosialisasi yang mencakup dua komponen utama, yaitu pemahaman konseptual mengenai arti penting merek sebagai aset hukum usaha, serta pemahaman teknis dan prosedural mengenai mekanisme pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam sesi pertama, peserta diedukasi mengenai fungsi strategis merek sebagai instrumen perlindungan identitas usaha sekaligus alat peningkatan daya saing. Merek atau *brand* merupakan hal penting karena menjadi unsur esensial dalam suatu produk, sehingga perlindungannya harus dipikirkan sejak awal, bukan setelah produk diperdagangkan, sebab merek yang terlanjur dipromosikan berisiko ternyata sudah terdaftar atas nama pihak lain (Jotyka & Ketut Riski Suputra, 2021).

Pemahaman tersebut menjadi titik tolak yang penting, mengingat sebagian besar peserta selama ini menganggap merek semata-mata sebagai nama atau logo tanpa menyadari dimensi hukum yang melekat di dalamnya. Dalam sesi kedua, peserta diarahkan untuk memahami tahapan pendaftaran merek secara sistematis sesuai ketentuan yang berlaku. Proses permohonan pendaftaran merek di DJKI melalui serangkaian tahapan yang dimulai dari pemeriksaan formalitas, dilanjutkan dengan masa publikasi selama dua bulan di mana pihak lain dapat mengajukan keberatan, kemudian dilakukan pemeriksaan substantif berdasarkan Pasal 20 dan Pasal 21 UU Merek yang membandingkan dan menilai perbedaan atau persamaan antara merek yang akan didaftar dengan merek yang telah terdaftar (RobbyHidayat dkk., 2024). Materi mekanisme pendaftaran ini disampaikan secara visual dan interaktif agar mudah dicerna oleh peserta yang sebagian besar tidak berlatar belakang hukum.

Untuk mengukur efektivitas upaya sosialisasi secara lebih terperinci, dilakukan evaluasi terhadap dua aspek utama, yaitu peningkatan kesadaran hukum dan peningkatan pemahaman teknis mengenai mekanisme pendaftaran merek. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner yang diberikan kepada seluruh 35 peserta sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) kegiatan sosialisasi. Aspek kesadaran hukum diukur melalui tiga sub-indikator, yaitu: (1) kesadaran atas pentingnya mendaftarkan merek sejak dini; (2) kesadaran atas risiko tidak mendaftarkan merek; dan (3) motivasi untuk segera mendaftarkan merek usaha. Sementara itu, aspek pemahaman teknis diukur melalui tiga sub-indikator, yaitu: (1) pengetahuan tentang tahapan pendaftaran merek di DJKI; (2) pemahaman mengenai persyaratan dokumen pendaftaran merek bagi UMKM; dan (3) pengetahuan mengenai biaya pendaftaran merek bersubsidi bagi UMKM. Hasil evaluasi keseluruhan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Evaluasi Peningkatan Kesadaran Hukum dan Pemahaman Teknis Pendaftaran Merek Peserta UMKM Kecamatan Dumbo Raya

No.	Aspek dan Sub-Indikator	Rata-rata Skor <i>Pre-Test</i>	Rata-rata Skor <i>Post-Test</i>	Peningkatan (%)
A.	Kesadaran Hukum			
1	Kesadaran pentingnya mendaftarkan merek sejak dini	1,54	3,63	135,7%
2	Kesadaran atas risiko hukum tidak mendaftarkan merek	1,60	3,71	131,9%
3	Motivasi untuk mendaftarkan merek usaha	1,46	3,57	144,5%
<i>Rata-rata Aspek Kesadaran Hukum</i>		<i>1,53</i>	<i>3,64</i>	<i>137,9%</i>
B.	Pemahaman Teknis Mekanisme Pendaftaran Merek			
1	Pengetahuan tahapan pendaftaran merek di DJKI	1,29	3,49	170,5%

2	Pemahaman persyaratan dokumen pendaftaran merek UMKM	1,34	3,44	156,7%
3	Pengetahuan biaya pendaftaran merek bersubsidi bagi UMKM	1,23	3,46	181,3%
<i>Rata-rata Aspek Pemahaman Teknis</i>		<i>1,29</i>	<i>3,46</i>	<i>168,2%</i>
Rata-rata Keseluruhan		1,41	3,55	151,8%

Sumber: Data primer hasil kuesioner pengabdian kepada masyarakat, 2024. Skala penilaian: 1 = tidak sadar/tidak paham, 2 = kurang sadar/kurang paham, 3 = cukup sadar/cukup paham, 4 = sadar/paham.

Data Tabel 2 menunjukkan bahwa peningkatan paling signifikan terjadi pada aspek pemahaman teknis mekanisme pendaftaran merek, khususnya pada sub-indikator pengetahuan biaya pendaftaran merek bersubsidi bagi UMKM yang mengalami peningkatan sebesar 181,3%. Hal ini sangat relevan mengingat selama ini salah satu hambatan terbesar yang diungkapkan peserta dalam sesi diskusi adalah anggapan bahwa biaya pendaftaran merek terlalu mahal dan prosedurnya terlalu rumit. Kurangnya literasi hukum dan anggapan bahwa prosesnya rumit dan mahal menyebabkan pengurusan legalitas usaha dan pendaftaran HKI masih sangat minim dilakukan oleh para pelaku UMKM. Setelah mendapatkan informasi bahwa UMKM berhak mendapatkan tarif pendaftaran bersubsidi dari DJKI disertai kemudahan layanan daring melalui platform IPROLINE (*Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual - Kementerian Hukum R.I. | Agenda KI, t.t.*), persepsi negatif tersebut berhasil diubah secara signifikan. Dari sisi kesadaran hukum, motivasi untuk segera mendaftarkan merek usaha mencatatkan peningkatan tertinggi dalam aspeknya, yakni 144,5%, yang mengindikasikan bahwa paparan terhadap risiko-risiko konkret berupa sengketa merek dan kerugian bisnis mampu mendorong tumbuhnya kesadaran hukum secara organik di kalangan peserta.

Dokumentasi 2. Evaluasi Kesadaran Hukum dan Pemahaman Teknis Pendaftaran Merek UMKM



Capaian tersebut mempertegas pentingnya pendekatan sosialisasi yang aplikatif dan partisipatif, sebagaimana direkomendasikan dalam berbagai kajian pengabdian serupa, bahwa kegiatan pengabdian yang dirancang secara aplikatif melalui penyuluhan hukum, pelatihan praktik pengisian dokumen pendaftaran merek, serta pendampingan langsung terbukti mampu meningkatkan pemahaman hukum HKI, keterampilan teknis pendaftaran merek, serta kemampuan pendokumentasian produk secara sistematis di kalangan pelaku UMKM. Meskipun demikian, peningkatan kesadaran dan literasi hukum yang dicapai dalam kegiatan ini perlu diikuti dengan program lanjutan yang lebih intensif, mengingat kendala seperti biaya pendaftaran, prosedur administrasi yang rumit, dan minimnya pendampingan teknis pascasosialisasi masih menjadi hambatan utama, sehingga diperlukan kolaborasi berkelanjutan antara pemerintah, akademisi, dan lembaga pendamping untuk memastikan penerapan HKI yang efektif dan berkelanjutan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Dumbo Raya, Kota Gorontalo sebelum kegiatan sosialisasi berada pada kondisi literasi hukum yang sangat rendah terhadap perlindungan merek dan Hak Kekayaan Intelektual, yang tercermin dari rata-rata skor *pre-test* pemahaman dasar sebesar 1,62 dan pemahaman teknis pendaftaran merek sebesar 1,29 dari skala 4. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara norma hukum yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dengan realitas pemahaman dan kepatuhan hukum di tingkat pelaku usaha. Setelah dilaksanakannya kegiatan sosialisasi dengan pendekatan edukatif partisipatif, terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada seluruh aspek yang diukur, dengan rata-rata peningkatan pemahaman dasar sebesar 119,1%, peningkatan kesadaran hukum sebesar 137,9%, dan peningkatan pemahaman teknis mekanisme pendaftaran merek sebesar 168,2%. Capaian ini membuktikan bahwa kegiatan sosialisasi yang terstruktur, aplikatif, dan melibatkan partisipasi aktif peserta merupakan instrumen yang efektif dalam meningkatkan literasi hukum merek dan HKI, sekaligus menjadi langkah strategis awal dalam mendorong kepatuhan hukum pelaku UMKM di Kecamatan Dumbo Raya secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afirmasi Kebijakan Penghapusan Pajak Usaha Kecil Bagi UMKM. (n.d.). Retrieved June 17, 2026, from <https://umkm.go.id/news/trujm0bu4rptb9nde9a8b09h>
- Amaliyah, A., Achmad, A., Nadjmi, N., Sari, N., & Darwis, D. Y. (2022). PENDAMPINGAN PENDAFTARAN MEREK BAGI UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1333–1341. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8545>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual—Kementerian Hukum R.I. (n.d.). AGENDA KI. Retrieved June 17, 2026, from <https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/direktur-ti-ki-melakukan-finalisasi-layanan-publik-digital-melalui-layanan-aplikasi-iproline?kategori=>
- 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>
- Haris, M., & Ananda, R. (2026). PENDAMPINGAN PENDAFTARAN MEREK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KABUPATEN BARITO KUALA. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 567–577. <https://doi.org/10.60004/komunita.v5i1.520>
- Hasriyanti, H., Fajeriana, N., Kadir, M. A. A., Lestaluhu, R., Mursid, A. F., & Naim, S. (2025). PERAN STAKEHOLDER DALAM MEMBANGUN PEMAHAMAN DAN PERLINDUNGAN HUKUM PADA PEMANFAATAN KEKAYAAN INTELEKTUAL DAERAH. *PROFICIO*, 6(2), 112–119. <https://doi.org/10.36728/jpf.v6i2.4616>
- Hersugondo, H., Wahyudi, S., Yuniawan, A., & Idris, I. (2022). HAK PATEN MEREK SEBAGAI PERLINDUNGAN HUKUM DAN KEBERLANJUTAN BISNIS UMKM KOPI LELET CANGKIR DALAM BERSAING. *Jurnal Surya Masyarakat*, 4(2), 257–263. <https://doi.org/10.26714/jsm.4.2.2022.257-263>
- Imran, M., Farid, & Putalan, R. (2025). PENGUATAN KAPASITAS UMKM TERHADAP PERIZINAN BERUSAHA, SERTIFIKAT HALAL DAN DIGITALISASI PEMASARAN DI KELURAHAN BUGIS KECAMATAN DUMBO RAYA KOTA GORONTALO. *MONSU'ANI TANO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.32529/tano.v8i1.3640>

- Indinastin, I., Munir, M., Sugianto, S., Kismiadi, K., Rahayu, O., Al Alif, S. S., Erlina, E., Alfarizi, D. F., Maulana, M., Abdalla, R. M. S., Ndruru, S., & Yandi, Y. (2025). PENYULUHAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL (HAKI) KEPADA PELAKU UMKM DI KELURAHAN BACANG KOTA PANGKAL PINANG. *FUNDAMENTUM: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(4), 85–94. <https://doi.org/10.62383/fundamentum.v3i4.1336>
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). UPAYA PENINGKATAN KESADARAN HUKUM PERLINDUNGAN PRODUK UMKM DI KABUPATEN KEBUMEN MELALUI PENDAFTARAN MEREK. *Surya Abdimas*, 4(2), 37–43. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v4i2.574>
- Islami, A., Yusriyyah, S., Fatwa, W. N., & Fadhilah, A. M. (2026). PERLINDUNGAN HKI BAGI PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI TENGAH DIGITALISASI EKONOMI. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 559–568. <https://doi.org/10.62335/sinergi.v3i2.2348>
- Jotyka, G., & Ketut Riski Suputra, I. G. (2021). PROSEDUR PENDAFTARAN DAN PENGALIHAN MEREK SERTA UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK TERKENAL MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001. *Ganesha Law Review*, 3(2), 125–139. <https://doi.org/10.23887/glr.v3i2.447>
- Priatna, I. A., Widada, R., & Tohirin. (2025). STRATEGI PEMILIHAN LOKASI USAHA YANG EFEKTIF UNTUK UMKM. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 139–146. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i2.19789>
- Robby Hidayat, D., Fuad, F., & Suartini, S. (2024). PEMERIKSAAN SUBSTANTIF DALAM SENGKETA HAK MEREK MENURUT UNDANG-UNDANG CIPTA KERJA. *Binamulia Hukum*, 13(1), 263–275. <https://doi.org/10.37893/jbh.v13i1.710>
- Simatupang, R., Siregar, H., & Simamora, S. F. (2025). INCREASING LEGAL AWARENESS OF MSME ENTREPRENEURS FOR TRADEMARK REGISTRATION AT DJKI. *ANAYASA: Journal of Legal Studies*, 2(2), 95–105. <https://doi.org/10.61397/ays.v2i2.332>
- Yansyah, M. F. R., Ramadhani, B. A., & Handayani, S. (2025). PERLINDUNGAN HUKUM MEREK DAGANG TERHADAP INOVASI UMKM DI INDONESIA: ANALISIS DATA SEKUNDER 2018–2023. *Jurnal Penelitian*

Ilmiah Multidisiplin, 9(10).

<https://sejurnal.com/pub/index.php/jpim/article/view/2655>

Zakaria, F. A., Tursini, U., Gultom, A. F., Indiraswari, S. D., & Anas, D. E. A. F. (2024). EFEKTIVITAS SOSIALISASI HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM MENINGKATKAN KESADARAN DAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI DESA TAJINAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 184–193. <https://doi.org/10.56393/jpkm.v4i2.2698>