MADANI
Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Kewirausahaan
Vol. 04, No. 04, Juli, 2026, pp. 197 – 208

Penyuluhan Hukum Pelindungan Konsumen dari Produk UMKM Tanpa Merek Terdaftar dan Bahaya Pelanggaran Merek

Citra[1], Hari Sutra Disemadi[2*]
[1,2]Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam, Indonesia
Email: hari@uib.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:
Diterima: 15 Juni 2026
Disetujui: 28 Juli 2026
DOI: 10.37253/madani.v4i4.12568

Kata Kunci:
Pelindungan Merek, Pelindungan Konsumen, UMKM, Penyuluhan Hukum, Pendaftaran Merek.

ABSTRAK

Rendahnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pendaftaran merek menimbulkan risiko peniruan, penyalahgunaan identitas usaha, serta kerugian bagi konsumen. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman PT Viaa Computer Networks mengenai fungsi merek, prinsip *first to file*, risiko penggunaan merek tidak terdaftar, dan prosedur pendaftaran melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode penyuluhan hukum secara tatap muka melalui tahapan persiapan, observasi dan wawancara, penyampaian materi interaktif, diskusi, serta evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra mengenai pelindungan hukum atas nama dan logo usaha. Penyuluhan juga mendorong perubahan pandangan mitra terhadap pendaftaran merek serta kesiapan untuk mengambil langkah nyata dalam memperoleh pelindungan hukum dan memperkuat keberlanjutan usaha.

ARTICLE INFO

Article History:
Received: June 15th, 2026
Accepted: July 28th, 2026
DOI: 10.37253/madani.v4i4.12568

Keywords:
Trademark Protection, Consumer Protection, MSMEs, Legal Education, Trademark Registration.

ABSTRACT

The limited awareness of MSME actors regarding trademark registration increases the risks of imitation, misuse of business identity, and consumer losses. This Community Service activity aimed to improve PT Viaa Computer Networks' understanding of trademark functions, the first-to-file principle, the risks of using an unregistered trademark, and registration procedures through the Directorate General of Intellectual Property. The activity employed a face-to-face legal education method consisting of preparation, observation and interviews, interactive material delivery, discussion, and evaluation through pre-test and post-test assessments. The results indicated an improvement in the partner's understanding of legal protection for its business name and logo. The activity also encouraged a change in the partner's perception of trademark registration and strengthened its readiness to obtain legal protection and support business sustainability.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang utama perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, stabilitas ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Harahap et al., 2025; Aftitah et al., 2025). UMKM memberikan kontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia, menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, dan telah mencapai sekitar 65,5 juta unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sekitar 119 juta orang (Yolanda & Hasanah, 2024; LinkUMKM, 2025; Darmawan, 2025). Dalam persaingan usaha yang semakin kompetitif, merek menjadi identitas penting untuk membedakan produk atau jasa suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya sekaligus membangun reputasi dan kepercayaan konsumen (Nikmah & Siswahyudianto, 2022; I. Sari, 2025). Oleh karena itu, pelindungan merek memiliki posisi strategis dalam menjamin keberlangsungan usaha dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku UMKM.

Meskipun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan mereknya karena rendahnya kesadaran hukum, keterbatasan informasi, serta anggapan bahwa proses pendaftaran merek rumit dan tidak terlalu diperlukan (Asriati & Salmawati, 2025). Kondisi tersebut meningkatkan risiko pemalsuan produk, peniruan logo, penggunaan nama usaha tanpa izin, serta kebingungan dan kerugian bagi konsumen (Agustina Wiwin, 2025; Bukit et al., 2022). Data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual menunjukkan bahwa dari 296 perkara pelanggaran kekayaan intelektual yang ditangani selama tujuh tahun terakhir, sebanyak 163 perkara berkaitan dengan pelanggaran merek, terutama dalam perdagangan digital dan marketplace (Widyasari, 2022). Permasalahan ini semakin penting karena Indonesia menganut prinsip *first to file*, sehingga hak eksklusif atas merek pada dasarnya diberikan kepada pihak yang lebih dahulu mendaftarkannya kepada DJKI (Alexander, 2022; Tanjung et al., 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendaftaran merek memiliki urgensi yang tinggi bagi pelaku UMKM. Satyahadi & Disemadi, 2023 membahas lemahnya pelindungan hukum terhadap merek UMKM yang belum didaftarkan pada DJKI, sedangkan Pakpahan, 2024 menjelaskan pentingnya memahami mekanisme pendaftaran merek agar permohonan tidak ditolak. Ansa et al., 2023 juga menunjukkan bahwa peredaran produk tiruan melalui e-commerce dapat merugikan pemilik merek dan konsumen sehingga diperlukan pelindungan hukum yang memadai. Temuan tersebut menegaskan bahwa edukasi hukum dan pendaftaran merek diperlukan untuk melindungi reputasi atau *goodwill* usaha, mencegah penyalahgunaan identitas bisnis, serta mempertahankan kepercayaan konsumen (Radjak et al., 2024).

PT Viaa Computer merupakan salah satu pelaku UMKM yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komputer. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, ditemukan bahwa PT Viaa Computer belum mendaftarkan merek logo maupun produk yang diproduksi dan dipasarkannya ke DJKI. Kondisi ini mengakibatkan tidak terjaminnya perlindungan hukum atas merek tersebut, baik dari sisi identitas usaha maupun dari sisi perlindungan terhadap konsumen (Nursyahid, 2020)

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan pada PT Viaa Computer yang telah memiliki nama dan identitas usaha, tetapi belum mendaftarkan mereknya secara resmi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman mitra mengenai fungsi dan jenis merek, prinsip *first to file*, risiko hukum penggunaan merek tidak terdaftar, serta prosedur, persyaratan, dan estimasi biaya pendaftaran merek. Signifikansi kegiatan ini terletak pada peningkatan kesadaran hukum pelaku usaha, pelindungan konsumen dari produk tiruan atau penggunaan merek yang menyesatkan, serta penguatan kepastian hukum dan daya saing usaha. Melalui penyuluhan ini, PT Viaa Computer diharapkan dapat mengambil langkah nyata untuk mendaftarkan mereknya dan memperoleh pelindungan hukum atas identitas usahanya.

2. Metode

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa penyuluhan hukum di PT Viaa Computer dilaksanakan secara langsung melalui tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir atau evaluasi selama periode April hingga Juni 2026. Tahap awal diawali dengan pengajuan surat permohonan observasi dan pelaksanaan kegiatan PkM yang diterbitkan oleh Universitas Internasional Batam pada tanggal 11 Maret 2026 dan disampaikan kepada PT Viaa Computer. Setelah memperoleh persetujuan dari mitra, tim pelaksana melakukan observasi dan wawancara secara tatap muka dengan pemilik usaha pada tanggal 18 April 2026 pukul 15.00 WIB di salah satu kedai kopi di Kota Batam untuk memperoleh informasi mengenai identitas pemilik, profil dan perkembangan usaha, aktivitas operasional, kondisi usaha, serta tingkat pemahaman mitra mengenai pentingnya merek dan proses pendaftaran merek. Selanjutnya, tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan penyuluhan hukum secara tatap muka dengan pendekatan diskusi interaktif kepada pemilik PT Viaa Computer yang berlokasi di Kavling Bukit Pelita Indah No. 33–34 Blok B3, Kabil, Nongsa, Kota Batam, Kepulauan Riau 29467. Materi penyuluhan meliputi pengertian dan fungsi merek dalam kegiatan usaha, pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk pelindungan hukum bagi pelaku UMKM, jenis-jenis merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, prinsip *first to file*, serta risiko hukum yang dapat timbul apabila suatu merek belum didaftarkan. Materi juga dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan keamanan, kenyamanan, dan kepastian hukum kepada konsumen atas barang maupun jasa yang diperdagangkan.

Dalam kegiatan tersebut dijelaskan bahwa merek terdaftar tidak hanya memberikan pelindungan terhadap identitas dan reputasi usaha, tetapi juga melindungi konsumen dari pemalsuan, peniruan, serta penyalahgunaan identitas produk atau usaha. Mitra turut diberikan penjelasan mengenai prosedur, tahapan, persyaratan, dan estimasi biaya pendaftaran merek melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra, kegiatan dilengkapi dengan sesi tanya jawab dan diskusi interaktif yang memberikan kesempatan kepada mitra untuk menyampaikan pertanyaan, permasalahan, dan kendala yang dihadapi dalam proses pendaftaran merek sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi untuk mengetahui peningkatan pemahaman mitra mengenai bahaya pelanggaran merek, urgensi pendaftaran merek, prinsip *first to file*, serta keterkaitannya dengan pelindungan konsumen,

kepastian hukum, dan peningkatan daya saing usaha. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap keterlibatan, respons, dan pemahaman mitra selama kegiatan berlangsung. Hasil seluruh rangkaian kegiatan kemudian dituangkan dalam laporan akhir yang memuat proses persiapan, pelaksanaan penyuluhan, hasil evaluasi, capaian kegiatan, hambatan yang ditemukan, serta rekomendasi untuk mendukung pelindungan merek dan peningkatan daya saing UMKM pada masa mendatang. Laporan tersebut disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus menjadi referensi bagi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berikutnya.

3. Hasil dan Pembahasan

Materi Penyuluhan Hukum

Negara bertanggung jawab menjamin keamanan, keadilan, dan kesejahteraan masyarakat dalam kegiatan perdagangan. Tanggung jawab tersebut merupakan bagian dari amanat konstitusi untuk melindungi seluruh bangsa Indonesia, termasuk masyarakat sebagai pengguna barang dan jasa (Pandie & Aloysius, 2023). Amanat tersebut diwujudkan melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha (Agustianto, et.a l2026). Dalam konteks UMKM, pelindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dari pelindungan merek sebagai identitas produk dan jaminan kepastian usaha (Ernanda, 2025).

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek merupakan tanda yang membedakan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan. Merek berfungsi sebagai identitas bisnis, media pemasaran, jaminan kualitas, dan penunjuk asal barang atau jasa. Tingginya kepercayaan masyarakat terhadap produk bermerek dapat mendorong peredaran produk tiruan yang menyerupai merek terkenal dengan harga lebih rendah (Sumilat et al., 2020). Ketika merek UMKM belum didaftarkan, konsumen menjadi lebih rentan memperoleh produk dengan tampilan serupa, tetapi memiliki kualitas berbeda (Pratama & Roisah, 2025).

Merek kolektif merupakan instrumen hukum yang dapat digunakan bersama oleh sekelompok pelaku usaha yang menghasilkan barang atau jasa dengan karakteristik dan standar mutu yang sama (SIPLawFirm, 2025). Model ini relevan bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya untuk mendaftarkan dan mengelola merek secara individual (Husaini et al., 2023). Melalui asosiasi atau kelompok usaha, biaya dan tanggung jawab administratif pendaftaran merek dapat ditanggung secara bersama-sama. Merek kolektif dengan demikian memberikan pelindungan hukum yang lebih inklusif sekaligus menjamin konsistensi kualitas produk bagi konsumen.

Pemanfaatan merek kolektif di Indonesia masih terbatas karena rendahnya pemahaman pelaku UMKM mengenai prosedur pendaftaran dan pengelolaannya (Verawati, 2022). Penyuluhan hukum diperlukan untuk memperkenalkan merek kolektif sebagai pilihan pelindungan yang terjangkau dan berbasis komunitas. Penggunaan merek bersama juga dapat membangun reputasi kolektif yang lebih kuat dibandingkan upaya individual pelaku UMKM (Amandasari et al., 2024). Reputasi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen serta memperkuat posisi tawar kelompok usaha dalam kegiatan perdagangan.

Merek dalam kegiatan perdagangan dibedakan menjadi merek dagang dan merek jasa yang sama-sama berfungsi sebagai identitas serta pembeda (Priambodo & Winarni, 2023). Sistem pendaftaran merek di Indonesia menggunakan sistem konstitutif dengan menerapkan prinsip *first to file*. Prinsip tersebut memberikan hak dan pelindungan hukum kepada pihak yang pertama kali mengajukan pendaftaran merek. Permohonan yang memiliki persamaan dengan merek terdaftar sebelumnya dapat ditolak karena hak atas merek telah dimiliki oleh pendaftar terdahulu.

Penerapan prinsip *first to file* dapat dimanfaatkan oleh pihak beritikad tidak baik melalui praktik *trademark squatting*. Praktik tersebut dilakukan dengan mendaftarkan merek yang telah digunakan pihak lain, tetapi belum memperoleh pelindungan resmi. Sengketa merek iPad di Tiongkok menunjukkan bahwa pemilik produk dapat mengalami hambatan usaha dan harus membayar kompensasi kepada pihak yang lebih dahulu mendaftarkan mereknya (Lani Barnes Baxter, 2017). Sengketa BENSU di Indonesia juga menegaskan bahwa penggunaan suatu nama dalam kegiatan usaha tidak secara otomatis memberikan hak eksklusif tanpa adanya pendaftaran merek (Gaumi & Hartono, 2022).

UMKM mempunyai peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mendistribusikan pendapatan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Disemadi, 2022). Kemampuan UMKM menyerap tenaga kerja menjadi semakin penting ketika perusahaan besar lebih banyak menggunakan teknologi dalam proses produksinya. UMKM juga memiliki hubungan dengan perusahaan besar melalui penyediaan bahan baku, komponen pendukung, dan distribusi produk. Oleh karena itu, negara perlu menyediakan regulasi, pengawasan, dan penegakan hukum yang memberikan kepastian serta pelindungan bagi pelaku UMKM. Dalam persaingan bisnis, autentisitas merek berperan membentuk persepsi positif dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Keaslian merek ditunjukkan melalui konsistensi identitas, nilai, kualitas, dan komitmen yang diberikan kepada konsumen (Amandasari et al., 2024). Konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga kesesuaian antara janji merek dan pengalaman yang diterima. Pemanfaatan platform digital dapat memperkuat komunikasi, keterikatan, dan loyalitas konsumen terhadap merek secara berkelanjutan.

Selain merek, indikasi geografis sebagai kekayaan intelektual komunal memiliki arti penting dalam melindungi produk lokal yang mempunyai kualitas atau karakteristik berdasarkan wilayah asalnya (Susanti, et.al 2026; Tantimin, et.al 2025). Indonesia memiliki potensi indikasi geografis yang besar pada produk pertanian, kerajinan, dan kuliner khas daerah. Label indikasi geografis memudahkan konsumen mengenali produk yang memenuhi standar kualitas dan keaslian tertentu. Namun, masih banyak produk potensial yang belum terdaftar karena kurangnya pemahaman dan inisiatif masyarakat produsen.

Indikasi geografis berfungsi mencegah penggunaan nama daerah secara tidak sah dan melindungi konsumen dari klaim asal produk yang menyesatkan (Agustiantom et.el 2025). Pelindungan ini bersifat preventif karena memberikan jaminan keaslian sebelum kerugian konsumen terjadi (Agustian et al., 2024). Produk dengan indikasi geografis juga dapat memiliki nilai jual lebih tinggi karena konsumen bersedia membayar berdasarkan jaminan kualitas dan reputasinya. Peningkatan nilai ekonomi tersebut dapat mendukung kesejahteraan produsen sekaligus pembangunan berbasis sumber daya lokal yang berkeadilan.

Efektivitas indikasi geografis bergantung pada pengawasan berkelanjutan terhadap kepatuhan produsen pada standar yang telah ditetapkan (Aryani et al., 2025). Pemerintah daerah perlu mendukung badan pengawas melalui kebijakan, anggaran, tenaga ahli, serta mekanisme pengaduan konsumen yang responsive. Dukungan tersebut penting karena pelindungan produk unggulan dapat meningkatkan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat (Sihotang, 2025). Sinergi pemerintah pusat dan daerah diperlukan untuk memperkuat pendaftaran, pengawasan, dan promosi produk indikasi geografis.

Perdagangan digital menimbulkan tantangan karena konsumen sulit memverifikasi keaslian merek dan asal geografis produk yang dipasarkan secara daring (Hutauruk, et.al 2026; Az-Zahra, et.al 2025)). Sinergi merek kolektif dan indikasi geografis dapat memberikan jaminan berlapis mengenai mutu, asal, dan keaslian produk (Prabantoro et al., 2026). Instrumen tersebut juga membantu melindungi konsumen dari produk yang tidak memenuhi standar keamanan dan kesehatan. Kepercayaan yang terbentuk melalui standardisasi dan verifikasi dapat meningkatkan loyalitas konsumen serta daya saing UMKM secara berkelanjutan. Pelanggaran merek masih sering terjadi (Risandi & Disemadi, 2022; Disemadi, 2026), baik dalam bentuk peniruan, penggunaan tanpa izin, pemalsuan produk, dan penyalahgunaan identitas usaha. Pemalsuan sangat merugikan konsumen karena produk yang dipasarkan umumnya menggunakan bahan berkualitas rendah dan tidak melalui pengawasan mutu yang memadai. Marketplace dan media sosial semakin memperluas risiko pelanggaran karena foto, nama, dan logo merek dapat digunakan untuk menyesatkan konsumen. Pencegahan perlu dilakukan melalui pendaftaran merek, penguatan pengawasan digital, peningkatan tanggung jawab platform, dan edukasi hukum kepada pelaku UMKM.

Pelaksanaan Kegiatan

Tahap persiapan kegiatan diawali dengan penyusunan pertanyaan wawancara dan pelaksanaan observasi langsung untuk mengidentifikasi kondisi serta kebutuhan mitra. Pertanyaan wawancara mencakup latar belakang usaha, kegiatan operasional, strategi promosi, penggunaan identitas usaha, serta pemahaman mitra mengenai pendaftaran merek. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, diketahui bahwa Viaa Computer telah menggunakan nama dan logo sebagai identitas usaha dalam kegiatan operasional maupun promosi. Namun, identitas usaha tersebut belum didaftarkan sebagai merek karena keterbatasan pemahaman mitra serta anggapan bahwa proses pendaftaran merek cukup kompleks, membutuhkan waktu yang panjang, dan memerlukan biaya yang besar. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pelaksana menyusun materi penyuluhan dalam bentuk presentasi PowerPoint dan poster edukatif. Materi meliputi pengertian dan fungsi merek, manfaat pendaftaran merek, prinsip first to file, risiko hukum penggunaan merek yang belum terdaftar, serta prosedur pendaftaran melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Selain itu, disiapkan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman mitra sebelum dan setelah kegiatan penyuluhan.

Kegiatan penyuluhan hukum dilaksanakan pada tanggal 19 April 2026 di salah satu kafe di Kota Batam berdasarkan kesepakatan dengan mitra. Kegiatan diawali dengan pengisian pre-test, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan tujuan kegiatan dan penyampaian materi secara interaktif. Dalam penyampaian materi, tim pelaksana menjelaskan pentingnya merek sebagai identitas usaha, manfaat pendaftaran merek dalam memperoleh pelindungan hukum, serta risiko apabila merek yang

digunakan terlebih dahulu didaftarkan oleh pihak lain. Pembahasan juga disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang dihadapi PT Viaa Computer agar mitra dapat memahami relevansi pendaftaran merek terhadap keberlangsungan usahanya.



Gambar 1. Penyuluhan Hukum Bersama Mitra

Kegiatan selanjutnya dilanjutkan dengan diskusi dan sesi tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada mitra menyampaikan kendala yang dihadapi dalam proses pendaftaran merek. Pada sesi ini, pimpinan PT Viaa Computer menjelaskan bahwa anggapan mengenai rumitnya prosedur dan besarnya biaya pendaftaran menjadi faktor utama yang menyebabkan merek perusahaan belum didaftarkan. Menanggapi hal tersebut, tim pelaksana memberikan penjelasan mengenai layanan pendaftaran merek secara daring, persyaratan administrasi yang perlu disiapkan, serta fasilitas pendaftaran yang tersedia bagi pelaku UMKM sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penjelasan juga mencakup tahapan pendaftaran merek melalui laman DJKI, mulai dari pembuatan akun, penelusuran merek, pengunggahan dokumen persyaratan, pembayaran biaya, pemeriksaan permohonan, hingga penerbitan sertifikat merek.



Gambar 2. Pengenalan terhadap Website DJKI

Untuk memperkuat pemahaman mitra terhadap materi yang disampaikan, tim pelaksana memberikan simulasi penelusuran merek melalui laman DJKI. Simulasi ini bertujuan memperkenalkan langkah awal sebelum mengajukan permohonan pendaftaran, yaitu memeriksa nama atau identitas

merek yang akan digunakan guna mengetahui kemungkinan adanya merek serupa yang telah terdaftar. Melalui praktik tersebut, mitra memperoleh gambaran langsung mengenai proses penelusuran sekaligus prosedur pendaftaran merek secara daring.



Gambar 3. Penjelasan Prosedur Pendaftaran Merek

Tahap akhir kegiatan dilakukan melalui evaluasi dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test. Hasil pre-test menunjukkan bahwa pengetahuan awal mitra mengenai fungsi, manfaat, dan prosedur pendaftaran merek masih terbatas. Sementara itu, hasil post-test memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman mengenai hak atas merek, prinsip first to file, risiko hukum penggunaan merek yang belum terdaftar, serta tahapan pendaftaran melalui DJKI. Dengan demikian, kegiatan penyuluhan hukum ini tidak hanya memberikan pemahaman mengenai pentingnya pelindungan merek, tetapi juga membantu mengatasi keterbatasan informasi yang selama ini menjadi kendala bagi mitra. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong PT Viaa Computer untuk mempersiapkan proses pendaftaran mereknya sebagai langkah preventif dalam menghindari potensi sengketa dan melindungi identitas usaha.

4. Kesimpulan

Pelindungan merek memiliki arti penting bagi pelaku UMKM karena merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas dan pembeda usaha, tetapi juga memberikan kepastian hukum, menjaga reputasi, serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Pendaftaran merek menjadi langkah utama dalam sistem hukum Indonesia yang menganut prinsip *first to file*, sehingga pihak yang lebih dahulu mendaftarkan mereknya memperoleh hak eksklusif dan pelindungan dari negara. Merek kolektif dan indikasi geografis juga dapat menjadi instrumen pendukung untuk menjamin konsistensi mutu, keaslian produk, serta memperkuat daya saing UMKM. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran hukum dan pemahaman pelaku usaha mengenai pelindungan merek diperlukan untuk mencegah peniruan, pemalsuan, penyalahgunaan identitas usaha, dan kerugian konsumen.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui penyuluhan hukum kepada PT Viaa Computer Networks telah memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi merek, prinsip *first to file*, risiko penggunaan merek yang belum terdaftar, serta prosedur pendaftaran merek melalui Direktorat

Jenderal Kekayaan Intelektual. Peningkatan pemahaman tersebut terlihat dari perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* serta keterlibatan aktif mitra dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Penyuluhan juga mengubah pandangan mitra yang sebelumnya menganggap pendaftaran merek sebagai proses yang rumit menjadi suatu kebutuhan penting untuk melindungi nama dan logo usaha. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan hukum mitra, tetapi juga mendorong kesiapan untuk mengambil langkah nyata dalam mendaftarkan merek dan memperkuat keberlanjutan usahanya.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Fakultas Hukum Universitas Internasional Batam atas dukungan moral dan material yang telah diberikan sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi juga disampaikan kepada PT Viaa Computer Networks yang telah menerima dan memberikan kesempatan kepada pelaksana untuk melaksanakan edukasi hukum melalui kegiatan penyuluhan. Dukungan dan kerja sama dari seluruh pihak tersebut telah memberikan kontribusi penting terhadap kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

6. Daftar Pustaka

Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., & M, N. L. H. F. (2025). Pengaruh Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43. https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511

Agustian, M. R., Rahmatiar, Y., & Abas, M. (2024). Perlindungan Merek Laverana Dan Hak Konsumen Dalam Kasus Pembatalan Merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 5(4). https://doi.org/10.56370/jhlg.v5i4.549

Agustianto, A., Disemadi, H. S., Rusdiana, S., & Tan, W. (2025). Geographical Indications-Based Environmental Protection: Legal Challenges and Sustainable Development Goals Implementation in Indonesia. *LITIGASI*, *26*(1), 448-476. https://doi.org/10.23969/litigasi.v26i1.19149

Agustianto, A., Nurlaily, N., Sudirman, L., Fatihah, N., & Disemadi, H. S. (2026). Dark Patterns and Consumer Welfare in Southeast Asian Digital Banking Practices: Study of Indonesia, Malaysia, and Vietnam. *Politica: Jurnal Hukum Tata Negara dan Politik Islam*, *13*(1), 117-137. https://doi.org/10.32505/politica.v13i1.14531

Agustina Wiwin. (2025). Waspada Pencurian dan Pelanggaran Merek di Media Sosial. HUKUMONLINE.COM. https://www.hukumonline.com/berita/a/waspada-pencurian-dan-pelanggaran-merek-di-media-sosial-lt67fe921704032/

Alexander, R. (2022). Penerapan Prinsip “First to file” Pada Konsep Pendaftaran Merek Di Indonesia. Jurnal Kertha Semay, 10(9), 2110–2121.

Amandasari, N. A., Harto, B., & Taufik, Y. (2024). Autensitas Merek dan Loyalitas Konsumen Dilihat dari Perspektif Kualitatif Pada UMKM di Bandung. *Innovative: Journal Of Social Science Research,* 4(2), 6131–6143. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9712

Ansa, F., Umam, H., & Asrianto, M. T. (2023). Tanggung Jawab Pihak Pengelola Aplikasi Jual Beli Online (Shopee) Terhadap Penjualan Produk Tiruan Merek Terkenal. UNES Law Review, 6(2), 6884–6891. https://www.review-unes.com/law/article/view/1482

Aryani, F., Muthiah, H., & Hamidah, N. K. (2025). Efektivitas Perlindungan Hukum Indikasi Geografis "Bima Ntanda Rawo" Pasca Pendaftaran Studi Tentang Dampak Ekonomi Dan Tantangan Penegakan Hukum. *Ganec Swara*, 19(4), 1409–1421. https://doi.org/10.59896/gara.v19i4.437

Asriati, A., & Salmawati, S. (2025). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Sektor Ekonomi Kreatif. Indonesian Journal of Legality of Law, 8(1), 14–20. https://doi.org/10.35965/ijlf.v8i1.7877

Az-Zahra, P. N., Anggriani, D., & Disemadi, H. S. (2025). The Phenomenon of Brand Hijacking on Social Media: An Analysis of Public Perception and Its Implications for Consumer Trust. *Barelang Journal of Legal Studies*, *3*(1), 59-78. https://doi.org/10.37253/barjoules.v3i1.12088

Bukit, A. N., Weley, N. C., Harahap, R. A., & Disemadi, H. S. (2022). Fenomena Produk dengan Merek Palsu: Perlindungan Konsumen? Sapientia Et Virtus, 7(1–17). https://doi.org/10.37477/sev.v7i1.341

Disemadi, H. S. (2022). Contextualization of legal protection of intellectual property in micro small and medium enterprises in Indonesia. *Law Reform*, *18*(1), 89-110. https://doi.org/10.14710/lr.v18i1.42568

Disemadi, H. S. (2026). *Kekayaan Intelektual Umkm Dalam Ekosistem E-Commerce Antara Regulasi, Realitas, dan Arah Penguatan*. Jakarta: Kencana.

Ernanda, A. D. (2025). Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar dalam Mencegah Pemalsuan dan Sengketa Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Padjajaran Law Review*, 13(1), 89–99. https://doi.org/10.56895/plr.v13i1.2213

Gaumi, S. D. A., & Hartono, R. (2022). Analisa Hukum Sengketa Merek Dagang Geprek Bensu berdasarkan Asas Kepastian Hukum (Studi Kasus Putusan No. 196/g/2020/ptun-jkt). Darma Agung, 30(2), 75–90. https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i2.1592

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. https://doi.org/https://ojs.uph.edu/index.php/Anthology/article/view/8259

Harahap, L. M., Saragih, A. B. B. J., Ramadhan, R., Surbakti, O. M., & Gerald, J. (2025). Peran UMKM dalam Sistem Perekonomian Indonesia: Tantangan dan Peluang Pasca Pandemi. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 3(1), 78–85. https://doi.org/10.59971/jimbe.v3i1.430

Husaini, M., Raudah, S., & Amaliya, M. (2023). Implementasi Prorgam Perluasan Jangkauan Umkm Di Kabupaten Balangan. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6), 2134–2139. https://doi.org/10.55681/sentri.v2i6.1027

Hutauruk, R. H., Rosalinda, R., Disemadi, H. S., & Sudirman, L. (2026). Rethinking Digital Intellectual Property Protection in Indonesia: Comparative Insights from Singapore and the European Union. *Greenation International Journal of Law and Social Sciences*, *4*(2), 355-368. https://doi.org/10.38035/gijlss.v4i2.827

Lani Barnes Baxter. (2017). *Even the Well-Known and Famous Fall to Trademark Squatting in China, but There is Hope.* Robinson Bradshaw Publication. https://www.robinsonbradshaw.com/newsroom/publications/509

LinkUMKM. (2025). UMKM Pahlawan Ekonomi Indonesia Tahun 2025. Linkumkm. https://linkumkm.id/news/detail/17185/umkm-pahlawan-ekonomi-indonesia-tahun-2025

Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani,* 4(1), 66–82. https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627

Nursyahid, N. (2020). PERLINDUNGAN HUKUM PEMILIK MEREK TERDAFTAR BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI SUMATERA BARAT. *UNES Journal of Swara Justisia*, *4*(1), 81. https://doi.org/10.31933/ujsj.v4i1.152

Pakpahan, M. B. (2024). Mekanisme Pendaftaran Merek untuk Menghidari Penolakan. *Anthology: Inside Intellectual Property Rights,* 2(1), 154–161. https://ojs.uph.edu/index.php/Anthology/article/view/8257

Pandie Paulus Manggala Putera, & Aloysius, S. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Pencantuman Label Pangan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Birokrasi: jurnal ilmu hukum dan tata negara,* 2(1), 160–176. https://doi.org/10.55606/birokrasi.v2i1.899

Prabantoro, G., Mais, R. G., Lovita, E., Nursanita, N., Apandi, A., & Aprileny, I. (2026). Digitalisasi UMKM Untuk Mendongkrak Produk Lokal dan Ekonomu Daerah. *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI),* 4(2), 40–47. https://doi.org/10.33476/jeci.v4i2.430

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

Priambodo, E., & Winarni, H. (2023). Kajian Yuridis Frasa 'Daya Pembeda' Persamaan Nama Merek Dengan Kelas Barang Atau Jasa Tidak Sejenis di Indonesia. *Fortiori Law Journal*, 3(1), 72–83. https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/flj/article/view/1600

Radjak, F., Lahaling, H., & Beddu, S. (2024). Merek UMKM, Aset Bangsa: Langkah Tegas Pemerintah Memperkuat Perlindungan Hukum. *Jurnal Litigasi Amsir, Special Is*, 179-187. https://journalstih.amsir.ac.id/index.php/julia/article/view/614/347

Risandi, K., & Disemadi, H. S. (2022). Pemalsuan Merek Sepatu Di Indonesia: Pengaturan Dan Sanksi?. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, *8*(2), 315-326. https://doi.org/10.23887/jkh.v8i2.51029

Sari, I. (2025). Urgensi dan Fungsi Merek dalam Dunia Bisnis demi Terjaminnya Perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI). *Jurnal Imial M-Progress*, 15(1), 23–36. https://doi.org/10.35968/m-pu.v15i1.1390

Satyahadi, D., & Disemadi, H. S. (2023). Perlindungan Merek Produk UMKM: Konstruksi Hukum & Peran Pemerintah. *Jurnal Yustisiabel*, 7(1), 65–87. https://doi.org/10.32529/yustisiabel.v7i1.2137

Sihotang, K. J. (2025). Peranan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dalam Tata Kelola Kolaboratif Pengembangan Ekosistem Kekayaan Intelektual. Innovative: Journal Of Social Science Research, 5(2), 696–718. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/18157

SIPLawFirm. (2025). Merek Kolektif sebagai Solusi bagi UMKM dan Komunitas Lokal. SIP Law Firm. https://siplawfirm.id/resources/merek-kolektif-sebagai-solusi-bagi-umkm-dan-komunitas-lokal

Sumilat, A. L., Lumintang, D. W., & Lambonan, M. L. (2020). Tindak Pidana Penipuan Merek Produk Di Marketplace Indonesia. Ejournal Universitas Sam Ratulangi, 3(1), 1–12. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/lexcrimen/article/download/66755/51910

Susanti, S., Disemadi, H. S., & Syarief, E. (2026). Benefit Sharing as a Legal Protection Mechanism for Traditional Cultural Expressions: A Comparative Study of Indonesia and Malaysia under International Law. *Journal of Judicial Review*, *28*(1), 381-422. https://doi.org/10.37253/jjr.v28i1.12412

Tanjung, D. R., Njatrijani, R., & Rahmanda, B. (2023). Penerapan Prinsip First to file Dalam Sengketa Merek Terkenal. *Law, Development & Justice Review,* 6(2), 111–128. https://doi.org/10.14710/halal.v%vi%i.19020

Verawati, D. E. (2022). Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 5(2), 122–132. https://doi.org/10.30996/abdikarya.v5i2.7250

Widyasari, A. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Penjualan Barang Bermerek Palsu Di Marketplace: Studi Kebijakan Pelanggaran Merek Di Marketplace X. PDRH FH-UI. https://pdrh.law.ui.ac.id/koleksi/detail/44311/perlindungan-hukum-bagi-pemegang-hak-atas-merek-terhadap-penjualan-barang-bermerek-palsu-di-marketplace-studi-kebijakan-pelanggaran-merek-di-marketplace-x

Yolanda, C., & Hasanah, U. (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