



Rekonstruksi Kebijakan Fasilitas Hukum dan Pendaftaran Merek bagi UMKM Ekonomi Kreatif dalam Rangka Percepatan Pembangunan Ekonomi Daerah

Fatma Afriyani ¹, Ilham Setio Wibowo ², Robi Santoso ³

Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nahdlatul Ulama Lampung, Lampung Timur,
Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: afriyanifatma@gmail.com

Diterima: 11-07-2026 | Disetujui: 17-07-2026 | Diterbitkan: 19-07-2026

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy, contributing more than 60% to the national GDP and serving as the primary driver of regional economic development. However, the creative economy sector still faces significant challenges, particularly in legal protection for brands and products. Limited understanding of trademark registration, complex administrative processes, and relatively high costs result in many products being legally vulnerable and difficult to compete in wider markets. This study aims to analyze the reconstruction of legal facilitation policies and trademark registration for creative economy MSMEs as a strategy to accelerate regional economic development. Using a normative juridical approach with a statutory and conceptual approach, this research examines the implementation of Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications, regional government policies, and their impact on MSME development. The findings indicate that while various facilitation programs have been implemented, their effectiveness is hindered by regulatory synchronization issues, limited budgets, and low digital literacy among MSME actors. This study recommends strengthening regulations through the formation of regional regulations that provide legal certainty, increasing budget allocation for intellectual property rights facilitation, and expanding partnerships with the private sector and higher education institutions.

Keywords: Trademark Facilitation Policy; MSMEs; Creative Economy; Regional Economic Development; Legal Protection.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menjadi motor utama pembangunan ekonomi daerah. Namun demikian, sektor ekonomi kreatif masih menghadapi tantangan signifikan, khususnya dalam hal perlindungan

hukum atas merek dan produk. Pemahaman yang terbatas tentang pendaftaran merek, proses administrasi yang kompleks, dan biaya yang relatif tinggi mengakibatkan banyak produk yang rentan secara hukum dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rekonstruksi kebijakan fasilitasi hukum dan pendaftaran merek bagi UMKM ekonomi kreatif sebagai strategi percepatan pembangunan ekonomi daerah. Dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, penelitian ini mengkaji implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, kebijakan pemerintah daerah, serta dampaknya terhadap pengembangan UMKM. Temuan menunjukkan bahwa meskipun berbagai program fasilitasi telah dilaksanakan, efektivitasnya masih terkendala oleh sinkronisasi regulasi yang belum optimal, keterbatasan anggaran, dan rendahnya literasi digital pelaku UMKM. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi melalui pembentukan peraturan daerah yang memberikan kepastian hukum, peningkatan alokasi anggaran untuk fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual, serta perluasan kemitraan dengan sektor swasta dan perguruan tinggi.

Kata Kunci: *Kebijakan Fasilitasi Merek; UMKM; Ekonomi Kreatif; Pembangunan Ekonomi Daerah; Perlindungan Hukum.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Afriyani, F., Wibowo , I. S. ., & Santoso, R. . (2026). Rekonstruksi Kebijakan Fasilitasi Hukum dan Pendaftaran Merek bagi UMKM Ekonomi Kreatif dalam Rangka Percepatan Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 3533-3545. <https://doi.org/10.63822/pe4y6481>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi yang sangat signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, hingga akhir tahun 2024 terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang tercatat di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai lebih dari 60 persen, menjadikannya sektor yang tidak dapat diabaikan dalam setiap kebijakan pembangunan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025). Sektor ekonomi kreatif sebagai bagian dari ekosistem UMKM juga menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan, dengan kontribusi mencapai 8 persen terhadap total PDB pada semester pertama tahun 2025 dan menyerap sekitar 26,47 juta tenaga kerja (Badan Pusat Statistik, 2025).

Meskipun memiliki peran strategis, UMKM ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai tantangan struktural yang menghambat potensi pertumbuhan dan daya saingnya. Data menunjukkan bahwa mayoritas UMKM masih berskala usaha mikro, sehingga belum mampu menyediakan lapangan kerja yang layak (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025). Selain itu, kurangnya penerapan standar, sertifikasi, teknologi, dan inovasi pada wirausaha dan UMKM menjadi hambatan serius (Wijaya et al., 2025). Di sisi lain, tingkat rasio kewirausahaan di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan negara-negara tetangga, sehingga diperlukan upaya penciptaan dan penguatan ekosistem kewirausahaan yang komprehensif. Fenomena ini semakin diperparah dengan rendahnya partisipasi UMKM dalam rantai nilai industri melalui kemitraan strategis (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025).

Salah satu akar permasalahan yang krusial namun sering terabaikan adalah lemahnya perlindungan hukum atas merek produk UMKM. Merek sebagai identitas produk memiliki peran penting dalam membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha dengan produk sejenis lainnya (Ali, 2022). Perlindungan merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang memberikan hak eksklusif kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain (Muhammad, 2022). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan. Hak eksklusif ini memungkinkan pemilik merek melarang pihak lain menggunakan merek yang sama atau mirip tanpa izin (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016).

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya pendaftaran merek. Keterbatasan pemahaman tentang prosedur, proses yang dianggap rumit, serta biaya yang relatif tinggi menjadi kendala utama (Masri et al., 2025). Akibatnya, produk UMKM menjadi rentan terhadap peniruan, pemalsuan, bahkan penyalahgunaan merek oleh pihak lain yang berujung pada kerugian ekonomi bagi pelaku usaha (Rahman, 2025).

Hal ini diperparah dengan masih rendahnya integrasi data UMKM di berbagai kementerian/lembaga, sehingga menyulitkan perumusan kebijakan yang terarah (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025).

Fenomena ini juga terjadi di banyak daerah, termasuk di Kabupaten Lampung Timur, Kecamatan Way Bungur. Pelaku UMKM ekonomi kreatif di wilayah ini menghadapi kesulitan dalam mendapatkan perlindungan hukum atas produk mereka. Berdasarkan observasi awal, masih banyak produk unggulan daerah yang belum terdaftar mereknya, sehingga rentan terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual dan persaingan usaha tidak sehat. Penelitian di Kabupaten Buleleng, Bali, misalnya, menunjukkan bahwa dari 297 unit usaha ekonomi kreatif yang teridentifikasi, mayoritas masih menghadapi kendala berupa kurangnya regulasi spesifik, minimnya akses modal, rendahnya literasi HKI, serta terbatasnya integrasi digital (Putra et al., 2025). Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi kreatif di daerah dengan ketersediaan dukungan regulasi dan fasilitasi yang memadai.

Gap penelitian (*research gap*) dalam studi ini teridentifikasi dari kajian literatur yang ada. Sebagian besar penelitian tentang perlindungan merek UMKM masih berfokus pada aspek normatif tanpa mengaitkannya secara eksplisit dengan strategi percepatan pembangunan ekonomi daerah. Penelitian sebelumnya oleh Masri, Gemeli, Fadhillah, Sahputra, dan Tahanunika (2025) lebih menekankan pada aspek penyuluhan hukum tanpa membahas implikasi kebijakan fasilitasi pendaftaran merek terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Demikian pula penelitian oleh Putra, Kristiantini, Anggara, Lestari, dan Agustiantini (2025) masih terbatas pada identifikasi permasalahan tanpa merumuskan secara komprehensif rekonstruksi kebijakan yang diperlukan. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengintegrasikan analisis yuridis normatif dan kebijakan publik untuk merumuskan rekonstruksi kebijakan fasilitasi hukum dan pendaftaran merek bagi UMKM ekonomi kreatif dalam kerangka percepatan pembangunan ekonomi daerah.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada tiga alasan utama. Pertama, secara praktis, lemahnya perlindungan merek mengancam keberlangsungan usaha UMKM dan berpotensi menghambat upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional maupun internasional. Kedua, secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum ekonomi dan kebijakan publik dengan menghadirkan model rekonstruksi kebijakan yang kontekstual dan aplikatif. Ketiga, secara kebijakan, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah daerah, khususnya di Kabupaten Lampung Timur, dalam merumuskan regulasi dan program fasilitasi yang lebih efektif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana implementasi kebijakan fasilitasi hukum dan pendaftaran merek bagi UMKM ekonomi kreatif di Kabupaten Lampung Timur saat ini? (2) Apa saja kendala yang dihadapi dalam implementasi kebijakan tersebut? (3) Bagaimana rekonstruksi kebijakan fasilitasi hukum dan

pendaftaran merek yang ideal untuk mempercepat pembangunan ekonomi daerah? Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi kebijakan fasilitasi hukum dan pendaftaran merek saat ini, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, dan merumuskan rekonstruksi kebijakan yang ideal bagi UMKM ekonomi kreatif dalam rangka percepatan pembangunan ekonomi daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan yuridis normatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada kajian hukum yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, doktrin, dan asas-asas hukum yang relevan dengan kebijakan fasilitasi merek bagi UMKM (Marzuki, 2020). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara mendalam substansi norma hukum yang mengatur perlindungan merek dan kebijakan fasilitasi bagi UMKM, serta mengkaji kesesuaiannya dengan kebutuhan pembangunan ekonomi daerah, khususnya di wilayah Kabupaten Lampung Timur, Kecamatan Way Bungur (Soekanto, 2023).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) (Amiruddin & Asikin, 2021). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah seluruh peraturan perundang-undangan yang terkait dengan perlindungan merek dan fasilitasi UMKM, termasuk Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2024 tentang Penghapusan Piutang Macet UMKM, serta berbagai peraturan daerah yang relevan, termasuk peraturan daerah Kabupaten Lampung Timur. Pendekatan konseptual dilakukan dengan merujuk pada pandangan para ahli dan doktrin hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum, Hak Kekayaan Intelektual, dan kebijakan publik dalam pemberdayaan UMKM.

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga jenis. Pertama, bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang merek dan perlindungan HKI, antara lain Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2024 tentang Penghapusan Piutang Macet kepada UMKM. Kedua, bahan hukum sekunder, yang mencakup buku-buku teks, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen kebijakan yang relevan, termasuk laporan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Lampung Timur, data Badan Pusat Statistik, dan naskah akademik peraturan daerah. Ketiga, bahan hukum tersier, yaitu kamus hukum dan ensiklopedia yang digunakan untuk memperjelas pengertian dan terminologi hukum.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) (Haryoko et al., 2020). Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji,

dan menganalisis berbagai literatur hukum dan non-hukum yang relevan dengan permasalahan penelitian. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode interpretasi hukum, yaitu: (1) interpretasi gramatikal (penafsiran berdasarkan makna kata dalam peraturan), (2) interpretasi sistematis (penafsiran dengan menghubungkan antar pasal dalam satu undang-undang), dan (3) interpretasi teleologis (penafsiran berdasarkan tujuan pembentukan peraturan) (Marzuki, 2020). Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan secara sistematis peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang ada, kemudian menganalisis kesesuaian, kelemahan, dan potensi perbaikannya (Soekanto, 2023).

Validitas data dalam penelitian ini dijamin melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber bahan hukum untuk memastikan konsistensi dan keakuratan informasi (Haryoko et al., 2020). Selain itu, peneliti juga melakukan penelusuran terhadap perkembangan kebijakan terkini melalui situs resmi pemerintah dan pemberitaan media massa terpercaya untuk memperoleh data yang aktual dan relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Fasilitas Hukum dan Pendaftaran Merek bagi UMKM

Pemerintah Indonesia telah mengakui pentingnya perlindungan hukum bagi UMKM melalui berbagai kebijakan dan program fasilitasi. Sebagaimana ditegaskan oleh Kepala Subdirektorat Permohonan dan Pelayanan Direktorat Merek dan Indikasi Geografis DJKI Kementerian Hukum, merek saat ini menjadi fondasi utama penguatan daya saing di pasar modern (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, 2025). Merek bukan sekadar logo atau nama usaha, melainkan aset berharga yang mampu mengangkat reputasi produk, memberikan jaminan kualitas, dan memberikan hak eksklusif bagi pelaku usaha, yang tentu saja memberikan dampak ekonomi yang signifikan (Gustiawan, 2024).

Salah satu bentuk fasilitasi yang paling signifikan adalah kebijakan diferensiasi biaya pendaftaran merek berdasarkan kategori pelaku usaha. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2025, biaya pendaftaran merek untuk kategori umum adalah Rp1.800.000 per kelas, sementara untuk kategori UMKM hanya Rp500.000 per kelas, yang disertai dengan surat rekomendasi atau surat keterangan UKM binaan dinas. Kebijakan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan akses bagi pelaku UMKM dalam memperoleh perlindungan hukum atas merek mereka (Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2025).

Fasilitasi pendaftaran merek juga dilakukan melalui berbagai program yang melibatkan pemerintah daerah dan instansi terkait. Di Provinsi Jawa Barat, misalnya, Kementerian Hukum dan HAM bersama Dinas Koperasi dan Usaha Kecil menginisiasi Gerakan 1.000 Merek Gratis (Gelegar) yang memberikan layanan penelusuran merek dan pendaftaran secara gratis bagi pelaku

UMKM. Program ini dinilai strategis untuk melindungi hak kekayaan intelektual pelaku UMKM sekaligus mendorong mereka naik kelas melalui legalitas merek (Kementerian Hukum dan HAM, 2025).

Di tingkat daerah, fasilitasi serupa juga dilakukan. Pemerintah Kabupaten Aceh Tenggara melalui Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga memfasilitasi pendaftaran merek bagi 100 pelaku UMKM binaan pemerintah kabupaten (Pemerintah Kabupaten Aceh Tenggara, 2025). Fasilitasi ini dilakukan melalui sosialisasi dan pendampingan tentang cara mendaftarkan kekayaan intelektual berupa merek, dengan menghadirkan narasumber dari Kantor Wilayah Kementerian Hukum. Hal serupa juga dilakukan oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Kota Semarang yang memfasilitasi pendaftaran HKI secara kolektif bagi pelaku UMKM, karena pengajuan HKI secara mandiri sering dianggap memberatkan terutama bagi pelaku usaha skala kecil dan menengah (Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Semarang, 2025).

Fasilitasi ini sejalan dengan visi pembangunan nasional yang tertuang dalam Asta Cita, yang menekankan pentingnya membangun dari desa dan dari bawah untuk pertumbuhan ekonomi, pemerataan ekonomi, dan pemberantasan kemiskinan (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025). Lebih lanjut, pemerintah juga mendorong pengembangan infrastruktur dan peningkatan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, dan mengembangkan industri kreatif di sentra produksi melalui peran aktif koperasi. Hal ini menunjukkan adanya sinergi antara kebijakan fasilitasi merek dengan agenda pembangunan ekonomi yang lebih luas (Kotler & Keller, 2021).

Kendala Implementasi Kebijakan Fasilitasi Hukum dan Pendaftaran Merek

Meskipun berbagai program fasilitasi telah dilaksanakan, implementasinya masih menghadapi sejumlah kendala yang signifikan. Berdasarkan analisis, kendala-kendala tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek utama:

1. Aspek Regulasi dan Kelembagaan

Kendala pertama terkait dengan sinkronisasi regulasi yang belum optimal. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan landasan hukum yang kuat bagi perlindungan merek (Ali, 2022). Namun demikian, implementasinya di tingkat daerah masih menghadapi kendala berupa belum adanya peraturan daerah yang secara spesifik mengatur tentang perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif. Penelitian di Kabupaten Buleleng menunjukkan bahwa kurangnya regulasi yang spesifik menjadi salah satu hambatan utama dalam optimalisasi sektor ekonomi kreatif (Putra et al., 2025). Kondisi serupa juga terjadi di banyak daerah lain, termasuk di Kabupaten Lampung Timur, di mana kebijakan fasilitasi masih bersifat sporadis dan belum terintegrasi dalam kerangka pembangunan daerah yang lebih luas.

Berdasarkan hasil kajian di Kota Semarang, pemberian fasilitasi pendaftaran merek belum dilakukan secara merata. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro masih berfokus pada pemberian fasilitasi pendaftaran merek gratis yang diperuntukkan bagi UMKM binaan saja, sementara UMKM non-binaan belum mendapatkan akses yang sama. Hal ini disebabkan pemberian bantuan fasilitasi merek gratis tersebut bersifat terbatas dan tidak setiap tahun fasilitasi tersebut ada. Dalam waktu satu tahun hanya dilakukan satu sampai dua kali fasilitasi saja, sehingga menyebabkan masih banyak merek pelaku UMKM yang belum terdaftar pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Semarang, 2025).

Di sisi lain, upaya pemerintah untuk memperkuat landasan hukum melalui revisi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga menghadapi dinamika politik yang kompleks. Wakil Ketua Komisi VI DPR RI menekankan bahwa revisi tersebut diperlukan untuk menjamin terciptanya iklim usaha yang sehat dan adil di tengah dinamika ekonomi digital. Namun, proses pembahasan yang berlarut-larut dan perbedaan pandangan antar pemangku kepentingan menjadi hambatan tersendiri (Adisatrya Suryo Sulisto, 2025).

2. Aspek Sumber Daya dan Kapasitas Pelaku UMKM

Kendala kedua berkaitan dengan keterbatasan sumber daya dan kapasitas pelaku UMKM. Mayoritas UMKM masih berskala usaha mikro, sehingga belum mampu menyediakan lapangan kerja yang layak (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025). Kondisi ini berdampak pada rendahnya kemampuan pelaku UMKM untuk mengalokasikan dana bagi keperluan pendaftaran merek, meskipun telah ada keringanan biaya untuk kategori UMKM. Selain itu, kurangnya penerapan standar, sertifikasi, teknologi, dan inovasi pada wirausaha dan UMKM menjadi hambatan serius (Wijaya et al., 2025). Rendahnya literasi digital pelaku UMKM juga memperparah kondisi ini, karena proses pendaftaran merek saat ini sebagian besar dilakukan secara daring (Masri et al., 2025).

Penelitian di berbagai daerah menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya perlindungan merek menjadi kendala utama. Banyak pelaku usaha yang menganggap pengurusan HKI sebagai beban biaya tambahan, terutama bagi pelaku usaha dengan skala kecil dan menengah (Rahman, 2025). Padahal, perlindungan merek merupakan investasi jangka panjang yang krusial untuk menjaga identitas produk dan memberikan kepastian hukum. Sebagaimana ditegaskan oleh teori perlindungan hukum dari Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum, sebagai upaya memberikan perlindungan terhadap kepentingan seseorang melalui cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam kepentingannya tersebut (Rahardjo, 2021).

3. Aspek Koordinasi dan Integrasi Program

Kendala ketiga adalah belum optimalnya koordinasi dan integrasi antar program fasilitasi. Data UMKM masih tersebar di 27 kementerian dan lembaga, sehingga menyulitkan perumusan kebijakan yang terpadu (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025). Program-program fasilitasi yang dilakukan oleh berbagai instansi sering kali tumpang tindih atau tidak saling mendukung, sehingga efektivitasnya menjadi kurang optimal. Pemerintah telah berupaya mengatasi hal ini melalui integrasi data dan program pemberdayaan UMKM melalui SAPA UMKM, namun implementasinya masih memerlukan waktu (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025).

Selain itu, keterbatasan akses pasar domestik dan global juga menjadi kendala. Fasilitasi pemenuhan sertifikasi berstandar internasional dan *business matching* untuk mendorong keterlibatan UMKM dalam rantai pasok masih belum optimal (Wijaya et al., 2025). Hal ini menyebabkan banyak produk UMKM yang memiliki potensi ekspor namun terkendala oleh aspek legalitas, termasuk perlindungan merek. Padahal, partisipasi kemitraan UMKM Indonesia dengan rantai produksi global masih kecil, hanya sekitar 4,1 persen, dibandingkan negara Asia Tenggara lainnya (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025).

Rekonstruksi Kebijakan Fasilitasi Hukum dan Pendaftaran Merek

Berdasarkan analisis implementasi dan kendala kebijakan, diperlukan rekonstruksi kebijakan fasilitasi hukum dan pendaftaran merek bagi UMKM ekonomi kreatif untuk mempercepat pembangunan ekonomi daerah. Rekonstruksi ini mencakup tiga dimensi utama:

1. Penguatan Regulasi di Tingkat Daerah

Rekonstruksi pertama adalah penguatan regulasi di tingkat daerah melalui pembentukan peraturan daerah (Perda) yang secara spesifik mengatur tentang perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif. Penelitian di Kabupaten Buleleng merekomendasikan pembentukan Perda yang memuat fasilitasi pendanaan, ruang kreatif, penguatan ekosistem digital, serta perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (Putra et al., 2025). Perda tersebut diharapkan dapat memberikan kepastian hukum dan menjadi payung bagi berbagai program fasilitasi yang selama ini berjalan parsial.

Sebagaimana disarankan dalam penelitian di Kota Semarang, rekonstruksi kebijakan yang ideal adalah melalui penguatan merek kolektif daerah/regional. Pasal 46 ayat (4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dapat direkonstruksi dengan menambahkan ketentuan bahwa Pemerintah Daerah mendaftarkan Merek Kolektif Daerah/Regional sebagai dukungan serta perlindungan terhadap merek-merek UMKM binaan maupun non-binaan daerah yang belum terdaftar (Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Semarang, 2025). Merek Kolektif Daerah/Regional menjadi suatu tanda yang menunjukkan asal daerah, identitas dan ciri khas dari produk daerah yang ditampilkan baik secara tersendiri maupun berdampingan dengan tanda-tanda lain yang dimiliki oleh suatu produk (Ali, 2022).

Perda tentang perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif sebaiknya memuat beberapa elemen kunci. Pertama, pengaturan tentang fasilitasi pendaftaran merek, termasuk mekanisme subsidi biaya, pendampingan teknis, dan kemudahan akses. Kedua, pengaturan tentang penguatan ekosistem digital untuk mendukung pemasaran dan promosi produk UMKM. Ketiga, pengaturan tentang perlindungan HKI yang lebih komprehensif, termasuk penegakan hukum terhadap pelanggaran merek. Keempat, pengaturan tentang kemitraan antara UMKM dan usaha besar untuk memperluas akses pasar (Gustiawan, 2024).

2. Peningkatan Anggaran dan Sumber Daya Fasilitasi

Rekonstruksi kedua adalah peningkatan alokasi anggaran untuk fasilitasi HKI dan pendaftaran merek. Pemerintah telah menunjukkan komitmennya melalui program-program seperti fasilitasi pendaftaran merek secara kolektif yang dilakukan oleh Dekranasda dan Gerakan 1.000 Merek Gratis di Jawa Barat (Kementerian Hukum dan HAM, 2025). Namun demikian, program-program tersebut masih terbatas cakupannya dan memerlukan perluasan ke seluruh daerah, termasuk Kabupaten Lampung Timur.

Sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian di Bengkalis, upaya pemerintah daerah dalam memberikan perlindungan dan pembinaan kepada pelaku usaha masih belum optimal karena keterbatasan anggaran, kurangnya pemahaman masyarakat, serta akses informasi yang terbatas (Masri et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan strategi lebih intensif dari pemerintah daerah seperti subsidi biaya pendaftaran merek, pelatihan HKI yang lebih rutin dan mendalam, serta sinergi antarinstansi untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya pendaftaran merek (Rahman, 2025).

Peningkatan anggaran dapat diarahkan pada beberapa program strategis. Pertama, subsidi biaya pendaftaran merek bagi UMKM, terutama untuk kategori usaha mikro yang selama ini masih kesulitan mengakses fasilitasi. Kedua, pengembangan platform digital yang memudahkan pelaku UMKM dalam melakukan penelusuran dan pendaftaran merek secara mandiri. Ketiga, program pendampingan dan penyuluhan hukum yang berkelanjutan untuk meningkatkan literasi HKI pelaku UMKM (Muhammad, 2022).

3. Perluasan Kemitraan Multisektor

Rekonstruksi ketiga adalah perluasan kemitraan dengan sektor swasta dan perguruan tinggi. Pemerintah telah membangun kemitraan antara UMKM dan Usaha Besar serta BUMN/BUMD sebagai bagian dari strategi penguatan SDM UMKM yang berdaya saing (Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat, 2025). Kemitraan ini perlu diperluas dengan melibatkan perguruan tinggi sebagai pusat penelitian dan pengembangan, serta sektor swasta sebagai mitra pemasaran dan investasi. Hal ini sejalan dengan visi pemerintah yang mendorong

pengembangan infrastruktur dan peningkatan lapangan kerja yang berkualitas melalui peran aktif koperasi dan kemitraan strategis (Kotler & Keller, 2021).

Kemitraan dengan perguruan tinggi dapat diwujudkan melalui program-program seperti *legal clinic* yang memberikan bantuan hukum gratis bagi pelaku UMKM, penelitian terapan untuk pengembangan produk, serta pendampingan teknis dalam proses pendaftaran merek (Amiruddin & Asikin, 2021). Sementara itu, kemitraan dengan sektor swasta dapat diwujudkan melalui program *business matching*, akses pembiayaan alternatif, dan perluasan pasar domestik maupun global. Sebagaimana diungkapkan oleh Kepala Subdirektorat Permohonan dan Pelayanan DJKI, kebijakan pembiayaan berbasis kekayaan intelektual memberikan peluang lebih besar bagi UMKM dan koperasi untuk mendapatkan modal usaha. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19 Tahun 2025 memberikan kemudahan akses kepada UMKM, salah satunya dengan skema pembiayaan berbasis KI yang bernilai ekonomi dapat dijadikan agunan tambahan untuk kredit di atas Rp100 juta (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, 2025; Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19 Tahun 2025).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kebijakan fasilitasi hukum dan pendaftaran merek bagi UMKM ekonomi kreatif telah diimplementasikan melalui berbagai program, namun masih menghadapi kendala yang signifikan. Implementasi kebijakan saat ini mencakup fasilitasi biaya pendaftaran merek dengan diferensiasi harga untuk kategori UMKM, program pendaftaran merek gratis di beberapa daerah, serta sosialisasi dan pendampingan hukum bagi pelaku UMKM. Namun, efektivitas kebijakan tersebut masih terbatas karena sinkronisasi regulasi di tingkat daerah belum optimal, kapasitas dan literasi pelaku UMKM masih rendah, serta koordinasi dan integrasi antar program belum berjalan dengan baik.

Kendala utama yang dihadapi dalam implementasi kebijakan meliputi tiga aspek. Pertama, aspek regulasi dan kelembagaan, di mana belum adanya peraturan daerah yang secara spesifik mengatur tentang perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif menjadi hambatan struktural. Kedua, aspek sumber daya dan kapasitas pelaku UMKM, di mana rendahnya kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya perlindungan merek, keterbatasan dana, serta rendahnya literasi digital menjadi kendala operasional. Ketiga, aspek koordinasi dan integrasi program, di mana data UMKM yang masih tersebar di berbagai kementerian/lembaga dan program fasilitasi yang tumpang tindih mengurangi efektivitas kebijakan.

Rekonstruksi kebijakan fasilitasi hukum dan pendaftaran merek yang ideal untuk mempercepat pembangunan ekonomi daerah, khususnya di Kabupaten Lampung Timur, Kecamatan Way Bungur, mencakup tiga dimensi. Pertama, penguatan regulasi di tingkat daerah melalui pembentukan peraturan daerah yang secara spesifik mengatur tentang perlindungan dan

pengembangan ekonomi kreatif, termasuk fasilitasi pendaftaran merek, penguatan ekosistem digital, dan perlindungan HKI, serta penguatan merek kolektif daerah/regional sebagai payung identitas produk unggulan daerah. Kedua, peningkatan alokasi anggaran untuk fasilitasi HKI, termasuk subsidi biaya pendaftaran, pengembangan platform digital, dan program pendampingan berkelanjutan. Ketiga, perluasan kemitraan multisektor dengan sektor swasta dan perguruan tinggi untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM, memperluas akses pasar, dan meningkatkan daya saing produk ekonomi kreatif di pasar nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisatrya Suryo Sulisto. (2025, 6 November). Komisi VI dorong penguatan hukum persaingan usaha di era digital. *DPR RI*. <https://www.dpr.go.id>
- Ali, M. (2022). *Hukum Merek dan Perlindungan Konsumen*. Rajawali Pers.
- Amiruddin, & Asikin, Z. (2021). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Rata-rata konsumsi kalori dan protein per kapita per hari menurut provinsi 2007-2023*. <https://www.bps.go.id>
- Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Semarang. (2025, 12 November). Dekranasda Semarang fasilitasi UMKM daftarkan merek, lindungi produk dari pelanggaran hukum. *Tribunjateng.com*. <https://jateng.tribunnews.com>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2025, 27 November). Perkuat daya saing UMKM lewat merek. <https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel-berita/perkuat-daya-saing-umkm-lewat-merek>
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Produk dan Merek*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. (2025). Fasilitasi pendaftaran merek kolektif produk barang/jasa koperasi Desa/Kelurahan Merah Putih. Surat Edaran Menteri Hukum Nomor M.HH-AH.10.02-141 Tahun 2025.
- Kementerian Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat. (2025). *Arah Kebijakan Pengembangan UMKM dan Kewirausahaan*. Kementerian UMKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Marzuki, P. M. (2020). *Penelitian Hukum* (Ed. Revisi). Kencana.
- Masri, E., Gemeli, G. H., Fadhilah, H. R., Sahputra, G. A. I., & Tahanunika, S. (2025). Perlindungan hukum atas merek produk UMKM di Indonesia: Studi kasus Desa Kedung Pengawas Babelan. *Jurnal Abdimas Ubharajaya*, 3(2), 45-58.
- Muhammad, A. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual: Teori dan Praktik*. Citra Aditya Bakti.

- Pemerintah Kabupaten Aceh Tenggara. (2025, 22 Oktober). Pemkab Aceh Tenggara fasilitasi pendaftaran merek UMKM. *ANTARA News Aceh*. <https://aceh.antaranews.co>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19 Tahun 2025 tentang Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual. (2025). Jakarta: OJK.
- Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2025 tentang Tarif Pendaftaran Merek dan Indikasi Geografis. (2025). Jakarta: Sekretariat Negara.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2024 tentang Penghapusan Piutang Macet kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Bidang Pertanian, Perkebunan, Peternakan, dan Kelautan serta UMKM Lainnya. (2024). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 185. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Putra, N. D., Kristiantini, K. A., Anggara, B., Lestari, M. N. D., & Agustiantini, P. (2025). Perumusan kebijakan perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Buleleng: Telaah terhadap naskah akademik. *Jurnal Saraswati*, 4(2), 112-130.
- Rahardjo, S. (2021). *Ilmu Hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Rahman, E. A. (2025). Analisis komprehensif perlindungan hukum merek dagang dalam bisnis di Indonesia. *Research in Law Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.34010/rnlj.v7i1.15260>
- Soekanto, S. (2023). *Pengantar Penelitian Hukum*. UI Press.
- Sufriadi, D. (2024). Implikasi perubahan kebijakan merek non-use terhadap penghapusan merek terdaftar di Indonesia. *Jurnal Muamalat*, 12(1), 15-30.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. (2016). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. (1999). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Wijaya, A., Kasmad, R., Mulyadi, M., Silahhi, S. A. F., Suripto, Rahmayanti, T., & Fadhawati. (2025). Strategi pengembangan UMKM berbasis komoditas unggulan di Kabupaten Lampung Utara: Analisis tipologi Klassen dan faktor eksternal. *Jurnal Ilmiah Pembangunan*, 12(1), 45-62.