



## SOSIALISASI PENDAYAGUNAAN PEMAHAMAN HAK MEREK UNTUK MENDUKUNG PERLINDUNGAN HUKUM GUNA KEBERLANJUTAN BISNIS USAHA KECIL DAN MENENGAH

Ahmad Rifki Hanafi<sup>1</sup>, Novica Lintang Fitriana<sup>2</sup>, Hanifati Husna<sup>3</sup>, Rafly Hakim<sup>4</sup>, Ibrahim Yahya<sup>5</sup>, Estri Banjaran Sari<sup>6</sup>, Divani Khaira A<sup>7</sup>, Yosua Azriel<sup>8</sup>, Yesika Rahman Hidayat<sup>9</sup>, Salsabila Aprilia<sup>10</sup>, Ariani Nurhanifah<sup>11</sup>, Qinthara Nur Faza<sup>12</sup>, Rezya Aprilia Nylam F<sup>13</sup>, Laras Dwi Mufidah<sup>14</sup>, Ihsanudin Herry S<sup>15</sup>, Muhammad Evan Kurnia<sup>16</sup>, Iqbal Aji Saputra<sup>17</sup>, Rifki Pebriananta<sup>18</sup>

Universitas Negeri Semarang

e-mail: [ahmadrifki2103@students.unnes.ac.id](mailto:ahmadrifki2103@students.unnes.ac.id)

### **Kata Kunci:** Abstrak

Pendaftaran Merek; Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; Perlindungan Hukum; Sosialisasi; Hak Kekayaan Intelektual; Pendaftaran merek merupakan langkah penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mendapatkan perlindungan hukum atas produk mereka. Artikel ini membahas kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pendaftaran merek. Melalui program ini, peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan, dari 63,30% pada pretest menjadi 85,71% pada post-test. Selain itu, perhatian pemerintah terhadap pengembangan UMKM dan pendampingan dalam pendaftaran merek diharapkan dapat mendorong lebih banyak pelaku UMKM untuk menyadari pentingnya perlindungan hukum. Dengan peran UMKM yang krusial dalam perekonomian nasional, perlindungan terhadap merek menjadi sangat penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Sosialisasi dan pendampingan dalam pendaftaran merek diharapkan dapat membantu UMKM memahami dan memanfaatkan hak kekayaan intelektual, sehingga dapat bersaing secara efektif di pasar.

### **Keywords:** Abstract

*Trademark Registration; Trademark registration is an important step for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to obtain legal protection for their products. This article discusses a socialization activity aimed at improving the understanding of MSME actors regarding the importance of brand registration. Through this program, participants experienced a significant increase in understanding, from 63.30% in the pretest to 85.71% in the post-test. In addition, the government's attention to MSME development and assistance in brand registration is expected to*

How to cite

Hanafi, A. R., et al., Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah, Volume 2 Nomor 2 Juni 2025

Published by

Zhata Institut

*encourage more MSME players to realize the importance of legal protection. With the crucial role of MSMEs in the national economy, the protection of trademarks is very important to ensure business sustainability and growth. Socialization and assistance in trademark registration are expected to help MSMEs understand and utilize intellectual property rights, so that they can compete effectively in the market.*

Submit : 23-12-2024

Review : 18-03-2025

Diterima : 19-06-2025



## A. Pendahuluan

Sektor UMKM merupakan salah satu elemen utama dalam perekonomian nasional. UMKM sendiri merujuk pada unit usaha produktif yang bersifat independen atau berdiri sendiri, baik yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha di berbagai sektor ekonomi. Meski memiliki beberapa kemiripan, sektor UMKM tidaklah sama dengan sektor informal. Salah satu persamaan yang menonjol adalah kontribusi keduanya dalam sistem ekonomi modern yang tidak bisa dianggap sebagai hal negatif. Sebaliknya, keberadaan UMKM dan sektor informal justru mendukung pemerataan pendapatan serta memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan ekonomi negara (Budiarto et al., 2018). Selain itu, pertumbuhan UMKM di Indonesia terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun.

Kemajuan dalam bidang telekomunikasi telah mendorong terjadinya globalisasi di sektor industri dan perdagangan. Kondisi ini menjadikan dunia sebagai satu pasar bersama dalam era perdagangan bebas global. Sebagai negara berkembang, Indonesia perlu mengambil langkah strategis untuk mengantisipasi berbagai perubahan, perkembangan, serta tren global agar tujuan nasional dapat tercapai. Kekayaan Intelektual (KI), sebagai bagian dari sistem hukum, memiliki hubungan yang sangat erat dengan sektor industri, perdagangan, dan investasi, atau secara umum dengan dunia usaha. Selain itu, terdapat pandangan bahwa hukum mengalami perkembangan seiring dengan tahap-tahap evolusi masyarakat.

Melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pemerintah telah mengimplementasikan sistem pendaftaran merek secara online yang terhubung dengan beberapa negara di dunia, sehingga mempermudah akses pendaftaran. Pendaftaran merek menjadi hal yang wajib dilakukan karena Indonesia menganut sistem konstitutif. Apabila merek tidak didaftarkan, maka hak atas merek tersebut tidak akan mendapatkan perlindungan hukum dari negara. Namun, masih banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang belum mendaftarkan merek mereka.

Hak atas merek, sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI), memiliki peran penting dalam perdagangan. Selain berfungsi untuk membedakan produk atau jasa sejenis, merek juga menjadi alat strategis dalam memenangkan persaingan pasar. Selain itu, merek yang sudah dikenal luas dapat menjadi aset perusahaan yang sangat berharga. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap hak merek menjadi sangat penting. Perlindungan ini didasarkan pada sifat hak merek yang bersifat khusus (eksklusif). Sebagai hak kebendaan yang bersifat monopolistik, penggunaannya oleh pihak lain hanya dapat dilakukan dengan izin dari pemilik merek (Sujatmiko & RR, 2020).

Pertumbuhan UMKM yang signifikan diharapkan juga dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan keahlian masyarakat. Apabila ini terjadi, maka UMKM telah banyak membantu pemerintah daerah dalam menyelesaikan permasalahan pengangguran, mengurangi angka kemiskinan, memperluas lapangan pekerjaan, dan pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan Masyarakat (Perguna et al., 2019) Pemerintah memberikan perhatian yang sangat besar terhadap pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Hal ini tidak hanya karena jumlah UMKM yang mendominasi sektor ekonomi di Indonesia, tetapi juga karena UMKM terbukti lebih tangguh menghadapi krisis global. Berbagai upaya terus dilakukan oleh pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah untuk mendorong lebih banyak individu terjun ke dunia kewirausahaan dengan mendirikan UMKM. Besarnya perhatian pemerintah terhadap UMKM menjadi langkah strategis yang sangat dibutuhkan oleh bangsa Indonesia. Komitmen pemerintah tercermin melalui berbagai program yang dirancang untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Indonesia.

Meskipun dukungan pemerintah terhadap UMKM cukup besar, tantangan dan kendala tetap ada. Secara umum, perkembangan dan pertumbuhan UMKM dari tahun ke tahun menunjukkan hasil yang positif. Hampir setiap pemerintahan selalu memberikan penekanan pada pemberdayaan UMKM. Pemerintah secara serius memprioritaskan sektor ini karena UMKM dianggap sebagai tulang punggung penciptaan lapangan kerja, mengingat perusahaan besar lebih cenderung mengandalkan teknologi dibandingkan tenaga kerja manusia. UMKM berperan sebagai stabilisator dan dinamisator dalam perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, perhatian terhadap UMKM sangat penting karena sektor ini menunjukkan kinerja yang baik dalam menciptakan tenaga kerja produktif, meningkatkan efisiensi, dan mampu bertahan di tengah persaingan dengan usaha besar. UMKM juga mendukung usaha besar dengan menyediakan bahan baku, suku cadang, dan kebutuhan pendukung lainnya. Selain itu, UMKM berperan sebagai ujung tombak dalam mendistribusikan dan memasarkan produk dari usaha besar kepada konsumen (Sarfiyah et al., 2019).

Setiap produk UMKM, baik berupa barang maupun jasa, memiliki nilai kekayaan material dan immaterial. Salah satu bentuk kekayaan immaterial tersebut adalah merek. Merek merupakan tanda yang diberikan oleh produsen pada barang atau jasa yang dihasilkannya untuk membedakannya dari produk sejenis lainnya. Sebagai identitas, merek memudahkan konsumen dalam mengenali suatu produk. Tanpa merek, masyarakat akan kesulitan menjelaskan produk yang mereka konsumsi kepada orang lain. Inilah yang menjadikan merek sebagai hasil karya intelektual yang berperan penting dalam mendukung kelancaran dan meningkatkan perdagangan barang atau jasa. Namun, peran krusial merek dalam aktivitas perdagangan sering kali memunculkan berbagai permasalahan, seperti peniruan, pemalsuan, hingga penyalahgunaan oleh pihak lain, yang pada akhirnya merugikan keberlangsungan usaha pelaku usaha. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek menjadi penting untuk memberikan kepastian hukum bagi masyarakat dan melindungi hak-hak pelaku usaha.

Perlindungan merek saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografis). Berdasarkan aturan tersebut, merek dianggap sebagai aset ekonomi yang harus didaftarkan oleh pemiliknya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di bawah Kementerian Hukum dan HAM RI untuk memperoleh sertifikat Hak Merek. Pendaftaran ini memberikan perlindungan hukum bagi merek tersebut serta mencegah penyalahgunaan oleh pihak lain yang dapat menyebabkan kerugian bagi pemilik usaha. Perlindungan preventif yang diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, Undang-Undang Rahasia Dagang, dan Undang-Undang Paten bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Namun, efektivitas perlindungan ini sangat bergantung pada inisiatif pemilik karya intelektual untuk mendaftarkan dan melindungi haknya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Para Pelaku UMKM juga harus memperhatikan bagaimana cara bergelut di bidang usaha, ada aturan-aturan yang harus dipelajari salah satunya yakni pendaftaran merek agar ide usahanya mendapatkan perlindungan hukum dan tidak ditiru oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Oleh karena itu, Berdasarkan permasalahan diatas pendampingan dalam pendaftaran merek menjadi sangat penting, salah satu solusi untuk mengatasi masalah yang ada. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya pendaftaran merek, serta memberikan bantuan kepada mereka dalam setiap tahap proses pendaftaran. Kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pendampingan pendaftaran merek dapat secara signifikan meningkatkan jumlah UMKM yang

Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah  
Ahmad Rifki Hanafi et al.

memiliki merek terdaftar. Dalam pelaksanaan sosialisasi mengenai PENDAYAGUNAAN PEMAHAMAN HAK MEREK, salah satu UMKM yang menjadi fokus pendaftaran merek adalah Nasi Ayam / Nasi Liwet Bu Widodo yang berlokasi di Kota Semarang. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami berusaha memberikan pendampingan kepada UMKM "Nasi Ayam / Nasi Liwet Bu Widodo" dalam proses pendaftaran merek. Tujuannya adalah untuk memberikan pengetahuan yang memadai mengenai hak kekayaan intelektual, serta membantu mereka memenuhi persyaratan administratif yang diperlukan untuk mendaftarkan merek mereka. Dengan demikian, diharapkan "Nasi Ayam / Nasi Liwet Bu Widodo" dapat memperoleh perlindungan hukum atas mereknya, meningkatkan nilai jual produknya, dan bersaing lebih efektif di pasar.

## **B. Metode Pelaksanaan**

Metode yang digunakan dalam proyek pengabdian masyarakat ini adalah Sosialisasi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya perlindungan hukum bagi produk UMKM melalui pendaftaran merek dagang. Dalam penyuluhan tersebut, peserta mendapatkan penjelasan mengenai prosedur pendaftaran merek di DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual). Untuk memperdalam pemahaman, peserta diberi kesempatan berdialog dan mengajukan pertanyaan kepada pemateri. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pretest yang terdiri dari 7 (Tujuh) pertanyaan seputar HAKI untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta tentang merek. Setelah sosialisasi selesai, dilakukan post-test dengan pertanyaan yang sama untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman peserta.

### **1. Tahapan Pra-Kegiatan**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu pendaftaran merek dagang bagi UMKM, dengan target 20 peserta mengikuti penyuluhan. Diharapkan seluruh peserta dapat memahami prosedur, persyaratan, dan manfaat pendaftaran merek dagang. Tahapan persiapan program sebelum pelaksanaan meliputi:

- a. Tahapan ketika menjelang pelaksanaan kegiatan yang bertujuan untuk memastikan segala persiapan telah selesai sebelum kegiatan utama dimulai.
- b. Melakukan *scanning* terhadap permasalahan yang ada sebelum kegiatan dimulai, hal ini untuk memastikan kelancaran pada hari dilaksanakannya kegiatan.

### **2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah  
Ahmad Rifki Hanafi et al.

- a. Melaksanakan kegiatan sesuai dengan Rundown yang sudah disusun dari mulai pemaparan materi, sesi interaktif tanya jawab hingga penutup
- b. Melakukan monitoring untuk mengawal jalannya setiap segmen acara sesuai dengan susunan rundown dan tidak terjadi keributan
- c. Melakukan dokumentasi baik foto maupun video untuk keperluan penyusunan Luaran.

Tabel 1: Jadwal Kegiatan

No.	Waktu	Durasi	Kegiatan
1.	14.30-14.35	5 Menit	Pembukaan oleh MC
2.	14.35-14.40	5 Menit	Pembacaan Doa
3.	14.40-14.45	5 Menit	Sambutan Oleh Dosen Perwakilan UNNES
4.	14.45-14.50	5 Menit	Sambutan oleh Ketua Pelaksana
5.	14.50-14.55	5 Menit	Pretest
6.	14.55-15.25	30 Menit	Penyampaian materi
7.	15.25-15.55	30 Menit	Pendampingan pendaftaran merek
8.	15.55-16.25	30 Menit	Diskusi dan tanya jawab
9.	16.25-16.30	5 Menit	Post-test
10.	16.30-16.35	5 Menit	Penutup

### 3. Tahapan Evaluasi

Tahapan evaluasi dilakukan dengan mengamati tingkat keaktifan peserta selama kegiatan berlangsung, termasuk memberikan doorprize kepada peserta yang mengajukan pertanyaan.

## C. Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah  
Ahmad Rifki Hanafi et al.

Tim pengabdian melaksanakan survei di Kota Semarang untuk mengidentifikasi UMKM yang belum mendaftarkan merek dagang mereka. Pada 10 November 2024, tim berhasil menemukan UMKM bernama Nasi Ayam/Nasi Liwet Bu Widodo, yang belum memiliki pendaftaran merek dan bersedia mendapatkan pendampingan dalam proses pendaftaran tersebut.

Gambar 1 UMKM yang hendak didampingi mendaftarkan merek



Sosialisasi dilaksanakan pada 13 Desember 2024 di Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Kegiatan ini dihadiri oleh Ibu Dina Silvia Puteri, S.H., M.Kn., LL.M., yang mewakili UNNES sebagai dosen, menggantikan Bapak Rianda Dirkareshza, S.H., M.H., selaku dosen mata kuliah Hukum Kekayaan Intelektual, yang berhalangan hadir. Sebelum sosialisasi dimulai, tim pengabdian membagikan kuesioner kepada peserta sebagai pretest untuk mengukur tingkat pemahaman mereka tentang merek. Setelah penyuluhan selesai, kuesioner serupa akan diberikan kembali untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman peserta mengenai topik yang dibahas.

Gambar 2 Sambutan oleh Ibu Dina Silvia Puteri, S.H., M.Kn., LL.M.



Gambar 3 Peserta Sosialisasi

Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah  
Ahmad Rifki Hanafi et al.



Sosialisasi berikutnya dilakukan dengan menyampaikan materi tentang merek, termasuk tata cara, syarat, dan ketentuan dalam proses pendaftaran merek di DJKI. Setelah sesi pemaparan selesai, tim pengabdian membagikan kuesioner post-test untuk mengevaluasi hasil dan efektivitas penyuluhan. Pretest dan post-test ini berupa kuis dengan 7 pertanyaan yang mengukur pengetahuan peserta mengenai merek.

Selain itu, sesi ini juga diisi dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dan peserta yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman mereka terhadap materi yang telah disampaikan.

Gambar 4 Pemberian Materi



Gambar 5 Sesi Dialog Tanya Jawab dengan Peserta

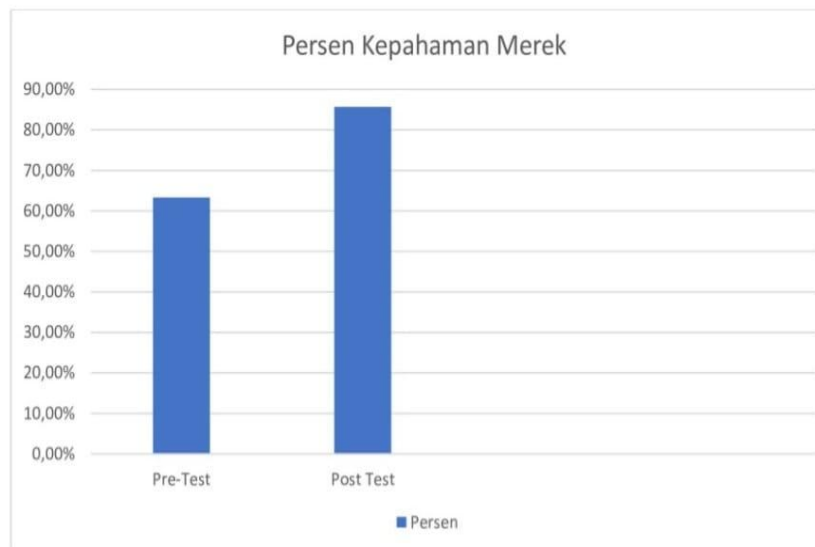


Setelah sosialisasi dan penyampaian materi, terjadi peningkatan pemahaman peserta tentang merek. Berdasarkan hasil pretest yang ditunjukkan

Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah  
Ahmad Rifki Hanafi et al.

pada Grafik 1, meskipun peserta sudah memiliki pengetahuan dasar tentang merek, pemahaman mereka terkait merek dan proses pendaftarannya di DJKI masih belum sepenuhnya mendalam. Pada Pretest, peserta mampu menjawab dengan benar sekitar 63.30% dari pertanyaan yang diberikan mengenai merek.

Grafik 1 Hasil Pretest dan Post-test mengenai Kepahaman Merek



Setelah sosialisasi dan penyampaian materi dilakukan, hasil post-test menunjukkan bahwa sosialisasi tersebut berhasil memberikan pengetahuan yang berguna dan meningkatkan pemahaman peserta tentang pendaftaran merek. Pemahaman peserta yang awalnya sekitar 63,30% meningkat menjadi 85,71%.

Tim pengabdian membantu pemilik UMKM Nasi Ayam / Nasi Liwet Bu Widodo dalam menyelesaikan berbagai kendala yang dihadapi selama proses pendaftaran merek. Dengan pendampingan tersebut, merek UMKM ini berhasil didaftarkan secara resmi di DJKI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual).

Gambar 6 Bukti Submit Permohonan Pendaftaran Merek Nasi Ayam/Nasi Liwet Bu Widodo

No.	Nomor Transaksi	Tanggal Pengajuan	Tipe Merek	Merek	Kelas	Nomor Permohonan	Tipe Permohonan	Jenis Permohonan
1	IPT2024242564	13/11/2024 22:54:37	Merek Kata dan Lukisan	Nasi Ayam / Nasi Liwet Bu Widodo	30	DID2024117756	Merek Dagang	Usaha Mikro dan Usaha Kecil

Untuk memberikan kontribusi berupa perlindungan dan kepastian hukum, tim pengabdian mengajukan permohonan pendaftaran merek Nasi Ayam / Nasi Liwet Bu Widodo ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Perlindungan merek hanya diberikan kepada pemilik merek yang telah resmi terdaftar, karena pendaftaran bersifat konstitutif (Dirkareshza, 2022).

#### **D. Kesimpulan**

Pendaftaran merek adalah langkah penting bagi pelaku UMKM untuk melindungi produk mereka secara hukum. Ini tidak hanya menjaga hak kekayaan intelektual, tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya pendaftaran merek, dengan hasil post-test menunjukkan peningkatan dari 63,30% menjadi 85,71%. Ini menunjukkan bahwa program tersebut efektif dalam memberikan pengetahuan yang berguna. Selain itu, perhatian pemerintah terhadap pengembangan UMKM, bersama dengan pendampingan dalam pendaftaran merek, diharapkan dapat mendorong lebih banyak pelaku UMKM untuk menyadari pentingnya perlindungan hukum bagi usaha mereka. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, termasuk menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan. Oleh karena itu, perlindungan merek UMKM sangat penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mereka. Dengan demikian, sosialisasi dan pendampingan dalam pendaftaran merek adalah langkah strategis yang dapat membantu UMKM memahami dan memanfaatkan hak kekayaan intelektual, sehingga dapat bersaing lebih baik di pasar.

#### **E. Saran**

1. Bagi mahasiswa hukum, pemahaman akan hak kekayaan intelektual khususnya hak merek adalah penting. Mahasiswa hukum sebagai penyalur ilmu pengetahuan ke segala lapisan masyarakat agar tercipta tujuan hukum di Indonesia yaitu melindungi segala aspek masyarakat.
2. Bagi masyarakat luas, sejatinya pemahaman akan manfaat pendaftaran hak merek harus dimiliki untuk menunjang terkhusus yang mempunyai usaha juga bagi masyarakat kalangan menengah untuk lebih melek hukum agar mendapatkan manfaatnya.

#### **F. Ucapan Terima Kasih**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang ditujukan untuk mitra UMKM dapat berlangsung dengan baik berkat dukungan dan bimbingan dari

Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung  
Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah  
Ahmad Rifki Hanafi et al.

dosen pengampu, Rianda Dirkareshza, SH, MH. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik Mitra UMKM Nasi Ayam / Nasi Liwet Bu Widodo, Novica Lintang Fitriana, atas sikap kooperatif mereka dalam program pengabdian ini. Selain itu, kami menghargai semua pihak lain yang turut berkontribusi dalam kegiatan ini. Kami menyadari bahwa pengabdian ini masih memiliki kekurangan, namun kami berharap bahwa kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat.

Sosialisasi Pendayagunaan Pemahaman Hak Merek Untuk Mendukung Perlindungan Hukum guna Keberlanjutan Bisnis Usaha Kecil dan Menengah  
Ahmad Rifki Hanafi et al.

### Daftar Pustaka

- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Dirkareshza, R. (2022). *Buku Ajar Hak atas Kekayaan Intelektual*. Deepublish.
- Perguna, L. A., Al Siddiq, I. H., & Irawan. (2019). Desa Membangun UMKM: Pendampingan UMKM berbasis Village-Driven Development dalam Penguatan Ekonomi Warga Di Desa Gogodeso Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 217–229.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Sujatmiko, A., & RR, F. S. (2020). Pemberdayaan Pengusaha Kecil dan Menengah Melalui Kepemilikan Sertifikat Merek. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(1), 8–12.