

## PELINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK PRODUK UMKM DI KOTA MEDAN MELALUI PENDAFTARAN RESMI

**Ade Aulia Efendi, Fachira Innaya Naura, Nayla Khalisa, Regina Anastasyah Lubis, Nurhilmiyah**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
[adeaulia033@gmail.com](mailto:adeaulia033@gmail.com) (Corresponding Author)

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Kota Medan. Namun, masih banyak produk UMKM yang belum mendapatkan perlindungan hukum yang memadai, khususnya dalam aspek merek dagang. Merek yang tidak didaftarkan secara resmi berisiko tinggi untuk disalahgunakan atau ditiru oleh pihak lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk perlindungan hukum terhadap merek dagang UMKM yang telah terdaftar serta menganalisis kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam proses pendaftaran. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan hukum normatif, dengan data yang diperoleh melalui studi kepustakaan dari jurnal, buku, dan sumber daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap merek dagang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang memberikan hak eksklusif dan kepastian hukum kepada pemilik merek. Meskipun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan informasi, biaya pendaftaran, dan kurangnya pendampingan. Oleh karena itu, peran aktif pemerintah melalui edukasi dan fasilitasi sangat dibutuhkan agar pelaku UMKM dapat memperoleh perlindungan hukum yang optimal terhadap merek produk mereka.

**Kata Kunci: UMKM, Pelindungan Hukum, Merek Dagang**

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kota Medan sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Utara merupakan kota terbesar di kawasan timur Pulau Sumatera. Ketidakstabilan pertumbuhan ekonomi di kota ini mendorong pemerintah untuk meningkatkan kinerja ekonomi melalui berbagai sektor, salah satunya adalah sektor kewirausahaan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi bagian penting dalam pembangunan ekonomi karena kontribusinya yang besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Sistem Pendataan Koperasi dan UMKM (SIMDAKOP) Kota Medan tahun 2023, tercatat sebanyak 38.343 UMKM yang terdaftar, namun hanya 1.875 di antaranya yang menjadi binaan Dinas Koperasi UKM Perindag Kota Medan. Hal ini menunjukkan masih terbatasnya pembinaan, terutama dalam aspek penting seperti perlindungan hukum terhadap merek usaha.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM belum menggunakan merek pada kemasan produknya, atau menggunakan merek tanpa mendaftarkannya secara resmi. Akibatnya, merek tersebut tidak memiliki perlindungan

hukum, sehingga rentan disalahgunakan oleh pihak lain. Padahal, merek merupakan identitas usaha yang memengaruhi persepsi konsumen dan nilai jual produk. Pendaftaran merek secara resmi memberikan perlindungan hukum kepada pelaku usaha untuk menghindari plagiarisme dan memperkuat posisi hukum di pasar. Namun, minimnya literasi hukum dan ketidaktahuan akan prosedur pendaftaran menjadi kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM di Kota Medan. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap merek produk UMKM melalui pendaftaran resmi menjadi isu penting yang perlu dikaji secara mendalam.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap UMKM yang telah mendaftarkan mereknya?
2. Apa kendala dan solusi hukum yang dihadapi UMKM yang belum mendaftarkan mereknya?

## **C. Metode Penelitian**

Suatu penelitian tidak dapat dikatakan penelitian apabila tidak memiliki metode penelitian karena tujuan dari penelitian adalah untuk mengungkapkan suatu kebenaran secara sistematis, metodologis dan konsiste.<sup>1</sup> Metode Penelitian yang digunakan yaitu penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder.<sup>2</sup> Soerjono Soekanto menyatakan bahwa ada 5 cakupan penelitian hukum yaitu penelitian terhadap asas hukum, sistematika hukum, taraf sinkronisasi hukum, sejarah hukum dan perbandingan.<sup>3</sup> Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu menggambarkan semua gejala dan fakta serta menganalisa permasalahan yang ada pada hukum.<sup>4</sup>

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum UMKM di Kota Medan**

Kecamatan dengan jumlah UMKM terbanyak di Kota Medan adalah Medan Belawan dengan 4.324 unit usaha. Sedangkan kecamatan dengan jumlah UMKM paling sedikit adalah Medan Maimun dengan 773 unit usaha.

**Tabel 1. 1**

### **Perkembangan UMKM Kota Medan**

---

<sup>1</sup> Koto, I., Hati, L. P., Manurung, A. S., & Siregar, A. S. (2024). Islamic Holy Days: The Contention of Rukyatul Hillal and Hisab Hakiki Wujudul Hilal Disputes for Muslims in Indonesia. *Pharos Journal of Theology*, 105(2).

<sup>2</sup> Faisal, F., & Simatupang, N. (2022). The Strengthening Position and Functions of Waqf on Nadzir as an Independent Institution. *Jurnal Akta*, 9(2), 232-241.

<sup>3</sup> Zainuddin, Z., & Koto, I. (2023). Legal Protection for Mubaligh Muhammadiyah in Conveying Da'wah Through Social Media Perspective of Freedom of Opinion. *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 8(1), 142-147.

<sup>4</sup> Simatupang, R. S. A. (2024). Pelaksanaan Sistem Peradilan Pidana Anak Di Indonesia Perspektif Nilai Keadilan. *Jurnal Yuridis*, 11(1), 54-63.

KECAMATAN	JUMLAH UMKM
Medan Belawan	4.324
Medan Sunggal	4.006
Medan Timur	2.660
Medan Barat	2.553
Medan Helvetia	2.429
Medan Perjuangan	2.327
Medan Polonia	2.105
Medan Johor	2.087
Medan Denai	2.018
Medan Amplas	1.939
Medan Tembung	1.899
Medan Selayang	1.837
Medan Tuntungan	1.791
Medan Petisah	1.685
Medan Area	1.587
Medan Kota	1.482
Medan Baru	1.341
Medan Maimun	773

*Sumber: Dinas Kominfo Kota Medan*

Data pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Kota Medan memiliki sebanyak 38.343 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di 21 kecamatan. Kecamatan Medan Belawan tercatat sebagai wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak, yakni 4.324 unit, sedangkan Kecamatan Medan Maimun memiliki jumlah paling sedikit, yaitu 773 unit. Angka tersebut mencerminkan bahwa Kota Medan memiliki potensi ekonomi yang kuat, ditunjang oleh jumlah UMKM yang besar serta kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja secara signifikan. Sebelumnya, Kepala Bidang Ekonomi dan Pembangunan BRIDA Kota Medan melaporkan bahwa penelitian terkait dilaksanakan selama enam bulan, mulai dari Mei hingga November 2023. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan rekomendasi strategis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM, khususnya yang memiliki potensi ekspor.

Salah satu temuan utama dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa produk UMKM Kota Medan yang berorientasi ekspor sebagian besar berasal dari sektor industri makanan (seperti makanan beku dan rempah-rempah), pengolahan kayu, tekstil (termasuk ulos dan kerajinan berbahan kain), serta produk minyak atsiri seperti minyak nilam dan minyak kemiri. Penelitian ini juga memberikan sejumlah rekomendasi, di antaranya adalah perlunya pendampingan khusus bagi pelaku UMKM yang menargetkan pasar ekspor. Pendampingan tersebut mencakup pemahaman terhadap regulasi, tata cara, dan prosedur ekspor. Selain itu, dibutuhkan pula sumber daya manusia yang memiliki kemampuan berbahasa asing dan pemahaman yang baik mengenai kebijakan serta

mekanisme ekspor untuk mendukung peningkatan daya saing UMKM Medan di pasar internasional.<sup>5</sup>

### **B. Pentingnya Pelindungan Hukum melalui Pendaftaran Merek**

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>6</sup>

Dalam pemahaman tersebut ditemukan permaknaan pembagian merek menjadi merek dagang dan merek jasa. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 memberikan definisi Merek Dagang yaitu merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya, sedangkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 memberikan definisi Merek Jasa yaitu merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya. Dilihat dari definisi di atas, telah jelas perbedaan antara merek dagang dan merek jasa terletak pada obyek yang dilekatkan merek tersebut, jika obyek tersebut berbentuk barang, maka dapat dilekatkan Merek Dagang dan jika obyek tersebut berbentuk jasa, maka dapat dilekatkan Merek Jasa.<sup>7</sup>

Pelindungan merek di Indonesia bergantung pada pendaftaran ("first to file"), Menurut WIPO (World Intellectual Property Organization), UMKM yang memiliki potensi inovasi besar seringkali mengabaikan pendaftaran merek, sehingga kehilangan pelindungan hukum. Data menunjukkan rendahnya partisipasi UMKM dalam pendaftaran merek 8,55% periode 2016-April 2018. Peningkatan kesadaran akan pentingnya HKI bagi pertumbuhan usaha UMKM sangatlah krusial. menekankan rendahnya kesadaran ini.<sup>8</sup>

Pendaftaran merek di Indonesia merupakan syarat mutlak untuk memperoleh kepastian dan pelindungan hukum atas hak merek. Hak merek baru tercipta setelah pendaftaran resmi di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Tanpa pendaftaran, hak tersebut tidak ada karena negara memberikan pelindungan hanya berdasarkan pendaftaran. Sistem pendaftaran merek di Indonesia telah beralih dari sistem deklaratif

---

<sup>5</sup> Pemerintah Kota Medan. (2023, November 28). *Pemberdayaan FTA tingkatkan ekspor UMKM*. Portal Medan. [https://portal.medan.go.id/berita/pemberdayaan-fta-tingkatkan-ekspor-umkm\\_read3927.html](https://portal.medan.go.id/berita/pemberdayaan-fta-tingkatkan-ekspor-umkm_read3927.html) (Di akses pada Senin, 2 Juli 2025).

<sup>6</sup> Taupiqurrahman, Rianda Dirkareshza, Rosalia Dika Agustanti, dan Ahmad Yani, *Peningkatan Perekonomian Desa melalui Pendaftaran Merek UMKM*, *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Vol. 7, No. 5, Oktober 2023, hlm. 4672.

<sup>7</sup> F. Yudhi Priyo Amboro, *Problematika Pendaftaran Merek untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Batam*, *Journal of Judicial Review*, Vol. XXI, No. 1, 2019.

<sup>8</sup> Annisa Siregar, Ok. Saidin, dan Jelly Leviza, "Pelindungan Hukum atas Merek pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *Locus Journal of Academic Literature Review* 1 (2022): 162.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 ke sistem konstitutif Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, melanjutkan UU No. 19/1992 dan 14/1997. Sistem konstitutif mensyaratkan pendaftaran untuk mendapatkan perlindungan hukum, berbeda dengan sistem deklaratif yang mengutamakan penggunaan. Meskipun Indonesia menganut "*first to file*", perlindungan hukum tetap mungkin bagi pemilik merek yang terlambat mendaftar namun telah lama menggunakan merek tersebut.<sup>9</sup>

Pasal 21 Undang-Undang Merek menyatakan bahwa permohonan pendaftaran merek akan ditolak apabila merek yang dimohonkan memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang telah terdaftar atau lebih dahulu dimohonkan oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis, atau dengan merek terkenal milik pihak lain, baik untuk barang dan/atau jasa sejenis maupun tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu, serta dengan indikasi geografis terdaftar. Penolakan juga berlaku apabila merek tersebut menyerupai nama, singkatan nama, foto orang terkenal, atau nama badan hukum milik pihak lain tanpa persetujuan tertulis, atau meniru nama, singkatan, bendera, lambang, simbol, atau emblem suatu negara maupun lembaga nasional atau internasional, atau menyerupai tanda, cap, atau stempel resmi negara atau lembaga pemerintah, tanpa izin dari pihak berwenang. Permohonan juga ditolak jika diajukan dengan iktikad tidak baik, dan ketentuan lebih lanjut akan diatur dalam peraturan menteri.<sup>10</sup>

Meningkatnya sengketa merek di kalangan UMKM telah meningkatkan pentingnya pendaftaran merek. Pendaftaran ini penting karena merek merupakan identitas unik untuk membedakan barang dagangan suatu individu, kelompok, atau badan hukum dari barang sejenis. Begitu pula, tanda layanan berfungsi sebagai identitas unik untuk membedakan jasa dari jasa sejenis.<sup>11</sup> Disadari bahwa meskipun tidak ada kewajiban mutlak untuk mendaftarkan merek suatu produk, alangkah baiknya jika pelaku usaha melakukannya guna memperoleh perlindungan hukum yang jelas. Dalam kasus sengketa, seorang pelaku usaha yang telah lama menggunakan merek namun belum mendaftarkannya akan kehilangan hak hukum apabila pihak lain yang baru memulai usaha terlebih dahulu mendaftarkan merek tersebut ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM. Hal ini disebabkan oleh sistem First to File yang digunakan dalam pendaftaran merek, di mana hak eksklusif diberikan kepada pihak yang pertama kali mengajukan dan disetujui permohonannya oleh Kantor Merek.

Sementara itu, persaingan dalam hal merek dapat menjadi pendorong munculnya inovasi dan peningkatan mutu produk. Perusahaan yang ingin unggul dalam kompetisi merek dituntut untuk terus berinovasi serta memperbaiki kualitas barang atau jasa yang mereka tawarkan agar tetap kompetitif di pasar. Dengan demikian, persaingan dalam dunia usaha tidak hanya bertujuan untuk menarik minat konsumen, tetapi juga mencakup

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, 164.

<sup>10</sup> Abdul Rasyid Saliman dan Kadek Januarsa Adi Sudharma, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, Edisi Kesembilan (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 183.

<sup>11</sup> Mohammad Makbul, Makhrus, dan Lidia Fathaniyah, "Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Melalui Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah Berbasis Mahasiswa," *Jurnal Literasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 2, no. 2 (Maret 2023): 49.

upaya menciptakan identitas merek yang unik dan segera mendaftarkannya ke Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Nama merek yang menarik, mudah diingat, dan mudah dikenali menjadi nilai tambah bagi produsen, karena dapat meningkatkan daya ingat dan ketertarikan konsumen terhadap produk mereka.<sup>12</sup>

UMKM berada di bawah naungan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. Pengertian dan kriteria UMKM sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha mikro merupakan usaha produktif yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Kriteria Usaha Kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian—baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar. Kriteria Usaha Menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Berdasarkan pada fungsi dari pendaftaran merek sebagaimana telah diuraikan, khususnya terhadap merek UMKM, dan dikarenakan timbulnya perlindungan merek UMKM melalui proses pendaftaran, maka hal tersebut akan lebih memotivasi kerja serta berimplikasi positif dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan pelaku usaha

---

<sup>12</sup> Endang Purwaningsih, *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi: Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM*, Setara Press, 2019, hlm. 28.

UMKM. Dengan demikian, perlu dilakukan suatu upaya untuk meningkatkan persentase pendaftaran merek dalam industri UMKM.<sup>13</sup>

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Dari Pelindungan hukum terhadap merek produk UMKM di Kota Medan melalui pendaftaran resmi sangat penting guna memberikan kepastian hukum dan hak eksklusif kepada pelaku usaha. Meskipun Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 telah mengatur pelindungan ini, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan mereknya karena berbagai kendala seperti kurangnya pemahaman hukum, biaya pendaftaran yang dianggap tinggi, serta kurangnya pendampingan. Pendaftaran merek tidak hanya mencegah plagiarisme dan persaingan tidak sehat, tetapi juga memperkuat posisi hukum serta nilai jual produk di pasar. Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha UMKM secara berkelanjutan.

### **B. Saran**

Pemerintah daerah dan pusat perlu meningkatkan peran aktifnya dalam mendorong pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek melalui penyuluhan hukum, pelatihan teknis, dan fasilitasi administratif. Disarankan pula agar biaya pendaftaran dapat disubsidi atau diringankan melalui program bantuan khusus bagi UMKM. Selain itu, perlu dikembangkan sistem pendampingan terpadu yang melibatkan akademisi, praktisi hukum, dan lembaga terkait agar UMKM mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai manfaat serta prosedur pendaftaran merek. Penguatan digitalisasi dan akses informasi hukum juga harus dilakukan untuk mempercepat transformasi UMKM menuju legalitas yang mapan dan berdaya saing tinggi.

---

<sup>13</sup> Andrew Betlehn dan Prisca Oktaviani Samosir, "Upaya Pelindungan Hukum terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia," *Jurnal Law and Justice* Vol. 3, No. 1 (April 2018): 6–7

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amboro, F. Y. P. (2019). Problematika pendaftaran merek untuk usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Batam. *Journal of Judicial Review*, 21(1), 1–14.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya perlindungan hukum terhadap merek industri UMKM di Indonesia. *Jurnal Law and Justice*, 3(1), 3–11.
- Damanik, M. J., Hutagalung, M., Saragih, D. S., & Sipahutar, R. (2024). Sosialisasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang hak merek dan indikasi geografis pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Kota Medan. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 5(2), 180–184.
- Faisal, F., & Simatupang, N. (2022). The Strengthening Position and Functions of Waqf on Nadzir as an Independent Institution. *Jurnal Akta*, Vol. 9 No.2.
- Harahap, N. A., Gaol, I. N. L., Sari, S., & Lubis, P. K. D. (2024). Tantangan pendaftaran hak kekayaan intelektual bagi UMKM sebagai pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Pancing, Medan, Sumatera Utara. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 10(1), 90–95.
- Hariyono, P., & Indriani, R. (2010). *Perencanaan pembangunan kota dan perubahan paradigma*. Pustaka Pelajar.
- Koto, I. (2025). Authority of the Commercial Court in Settling Trademark Rights Disputes. *International Journal Reglement & Society (IJRS)*, 6(1), 17-21.
- Makbul, M., Makhrus, M., & Fathaniyah, L. (2023). Upaya peningkatan kesadaran hukum melalui pendaftaran merek bagi pelaku usaha kecil menengah berbasis mahasiswa. *Jurnal Literasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 47–55.
- Maryama, S. (2015). Kendala usaha mikro dalam mengakses kredit usaha rakyat (KUR). *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 64–72.
- Nurhilmiyah, N. Purba, H., Sitompul, Z., & Devi, T. K. (2024, March). Komparasi Aturan Hukum Pinjaman Online Dengan Pendanaan Bersama Menuju Perekonomian Yang Adil Dan Beradab. In *Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi* (Vol. 3, No. 1, pp. 69-76)
- Pemerintah Kota Medan. (2023, November 28). Pemberdayaan FTA tingkatkan ekspor UMKM. Portal Medan [https://portal.medan.go.id/berita/pemberdayaan-fta-tingkatkan-ekspor-umkm\\_read3927.html](https://portal.medan.go.id/berita/pemberdayaan-fta-tingkatkan-ekspor-umkm_read3927.html)
- Purwaningsih, E., Muslikh, & Chikmawati, N. F. (2019). *Hak kekayaan intelektual dan investasi: Kajian HKI dalam dunia investasi termasuk pada UMKM*. Setara Press.
- Ramadhani, R., Hanifah, I., & Wajdi, F. (2024). Presidential Decree Number 62 of 2023: Distortion Regulation or Acceleration Solution for Agrarian Reform. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 24(1), 031-042.
- Saliman, A. R., & Sudharma, K. J. A. (2005). *Hukum bisnis untuk perusahaan: Teori dan contoh kasus* (Edisi ke-9). Kencana.
- Saputri, P. A., Khomsatun, S., & Ginanjar, S. E. (2024). Analisis kendala usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(1), 45–50.
- Simatupang, R. S. A. (2024). Pelaksanaan Sistem Peradilan Pidana Anak Di Indonesia Perspektif Nilai Keadilan. *Jurnal Yuridis*, 11(1), 54-63.
- Siregar, A., Saidin, O. K., & Leviza, J. (2022). Pelindungan hukum hak atas merek pada usaha mikro kecil dan menengah. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 1(3), 161–169.

- Taupiqqurrahman, T., Dirkareshza, R., Agustanti, R. D., & Yani, A. (2023). Peningkatan perekonomian desa melalui pendaftaran merek UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4667–4680.
- Zainuddin, Z. (2024, September). Optimizing The Role Of Bawaslu In Preventing Violations In The Implementation Of Elections. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (No. 1, pp. 1382-1388).