



Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual (KI) Jenis Merek Dagang PADA Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Masrifah¹, Rani Apriani²

^{1,2}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 1 November 2024

Revised: 12 November 2024

Accepted: 30 November 2024

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bentuk perlindungan hukum yang dibagikan oleh negara terhadap merek pada sektor usaha UMKM. Penulis menggunakan metode penelitian jenis penelitian hukum normatif yang mengamati dari beberapa norma hukum, teori hukum, yang disinkronkan dengan beberapa sumber bahan hukum baik dari peraturan perundang-undangan maupun sumber lain. Fenomena hukum yang menjadi perhatian penulis hingga melakukan penelitian ini adalah karena menjamurnya sektor UMKM, namun pelaku usahanya masih mengenyampingkan kepentingan dari hak merek. Dengan demikian berdasarkan penelitian, bahwasanya jika terdapat UMKM yang tidak mendaftarkan hak atas mereknya pada Dirjen Kekayaan Intelektual (DJKI), mereknya tidak akan mendapatkan perlindungan hukum, serta dapat disalahgunakan oleh pelaku usaha lain yang bersifat merugikan.

Keywords: Kekayaan Intelektual; Merek; UMKM; Perlindungan Hukum

(* Corresponding Author:

deirtaxtore@gmail.com

How to Cite: Masrifah, M., & Apriani, R. (2025). Legal Protection of Intellectual Property (IP) Types of Trademarks for Small, Micro and Medium Enterprises (MSMEs) according to Law no. 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.D), 169-177. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9865>

INTRODUCTION

Perekonomian Indonesia sampai saat ini terus berkembang dan memberikan manfaat yang signifikan ke negara atas beberapa aktor pelaku usaha yang memanfaatkan sektor-sektor perekonomian sebagai lapangan berusaha. Contohnya yaitu dengan hadirnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM terbukti memberikan manfaat dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan mampu mempersingkat mode pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Hal demikian karena sudah menjamurnya unit-unit usaha berbasis usaha rumahan (home industry), dibanding dengan usaha industri berskala besar.

Eksistensi usaha kecil dewasa ini tidak dapat disingkirkan atau dihindari dari masyarakat nasional. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pemerataan pendapatan. Kreativitas dapat dimunculkan secara konsisten dengan upaya memelihara dan mengembangkan unsur tradisional dan budaya masyarakat. UMKM menurut Rudjito merupakan usaha yang membantu perekonomian Indonesia, sebab UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara. Selain itu, definisi UMKM menurut Ina Primiana yaitu UMKM adalah pengembangan 4 (empat) kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu: industri, manufaktur, agribisnis, bisnis kelautan dan sumber daya manusia, beliau juga menambahkan bahwa UMKM dimaknai sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan sebagai sektor potensi.

Termaktub dalam Pasal 1 angka 1 UU UMKM bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Kriteria Usaha Mikro jika 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).

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar.

Usaha Menengah merupakan 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 dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Tujuan dari UMKM ialah untuk meningkatkan dan memajukan usaha dengan kaitannya membangun perekonomian nasional berlandaskan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Data presentase terbaru perkembangan UMKM di Indonesia didapatkan dari *website* Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dalam Siaran Pers HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/222 berjudul “Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah” pada 1 Oktober 2022, bahwa peran UMKM bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia sangat berpengaruh dengan jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Andil UMKM terhadap PDB pun mencapai 60,5% dan bagi penyedia lapangan kerja serta penyerapannya adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

Eksistensi UMKM dan peranannya untuk perekonomian Indonesia tidak lepas kaitannya dengan merek atau *brand* dari sebuah produk yang dihasilkan oleh unit-unit usaha UMKM tersebut. Merek memegang peran yang tidak kalah penting untuk pelaku usaha karena memberikan manfaat bagi produk yang hendak didagangkan. Maraknya UMKM di Indonesia pun melahirkan berbagai macam merek yang menjadi bagian dari UMKM tersebut, dan selayaknya menjadi pembeda dari produk lain serta sebagai *image* dari sebuah kualitas yang disediakan.

Definisi 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. Dalam penelitian ini menyinggung merek dagang yang merupakan merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

Berbicara soal merek, bahwa di Indonesia mengakui merek sebagai Kekayaan Intelektual (KI). Dimana merek merupakan bagian dari Hak Kekayaan

Industri. Kekayaan Intelektual yang sebelumnya disebut Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Right*) menurut *World Intellectual Property Organization* (WIPO) adalah perlindungan terhadap karya manusia, baik berasal dari ciptaan yang berupa aktivitas dalam ilmu pengetahuan, industri, kesusastraan dan seni.

Dari berbagai sumber tulis berupa jurnal sebagai bahan penelitian, penulis menyimpulkan bahwa merek dikatakan sebagai bagian dari Kekayaan Intelektual (KI) karena merek merupakan hasil inovasi yang diproses melalui pemikiran manusia sebagai ciptaannya. Hak dari merek ini adalah hak eksklusif yang dijamin oleh negara kepada pemilik merek untuk memakai merek tersebut yang berfungsi sebagai monopoli pada pemilik merek. Yang dimaksud dengan monopoli adalah bahwa hanya pemilik merek yang sudah mendaftarkannya yang menggunakan merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Manfaat merek untuk unit-unit UMKM adalah sebagai ciri dari produk yang diperdagangkan yang ditujukan guna bahan perbandingan atau pembeda dengan produk serupa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha lain, serta sebagai penentu untuk konsumen menentukan suatu pilihan. Merek yang diciptakan juga mewakili reputasi dari sebuah produk, dan digunakan untuk promosi guna meluaskan pasarnya. Merek juga bermanfaat bagi sebuah produk atau barang apabila merek tersebut menarik dari segi desain, logo, gambar, kata-kata yang termuat pasti akan sangat banyak diminati oleh para konsumen.

Memahami bahwasanya, merek merupakan hal penting yang ada dalam sebuah produk yang diperdagangkan yang didalamnya terdapat sebuah reputasi dan sebagai pembeda antar satu produk dengan produk lainnya dimana merek juga merupakan ciptaan atau inovasi hasil karya manusia yang patut dilindungi oleh negara sebagai penjamin merek agar merek tersebut tidak dilakukan pembajakan, peniruan dan pemalsuan atau hal yang merugikan lainnya oleh orang lain tanpa seizin pemilik. Dengan dibentuknya UU Merek dan Indikasi Geografis merupakan jalan pemerintah untuk memberikan sarana penjamin perlindungan merek kepada pelaku usaha. Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Merek apabila sudah dilakukan pendaftarannya, dapat menjadi sebuah aset ekonomi, aset tak berwujud yang diakui dan dapat diperoleh keuntungan di dalamnya dengan memperhatikan aspek-aspek bisnis dan manajemen yang baik.

Dipahami pada kenyataannya, bahwa kesadaran pelaku usaha terutama pelaku usaha UMKM (rumahan) mengenyampingkan betapa pentingnya pendaftaran merek kepada pihak terkait karena terdapat beberapa kendala, yaitu kurangnya pemahaman dan sosialisasi tentang pendaftaran merek dan menganggap bahwa mendaftarkan merek dagang membutuhkan banyak waktu, tenaga, dan uang.

Secara presentase, masih sedikit pelaku usaha UMKM yang telah mendaftarkan mereknya ke Dirjen KI apabila dibanding dengan pelaku usaha non-UMKM. Pelaku UMKM bersifat tak acuh pada merek yang mereka tunjukkan, melainkan hanya terikat pada perkembangan usahanya. Pelaku usaha UMKM mengasumsi bahwa mendaftarkan merek mereka merupakan hal tidak begitu penting.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis termotivasi untuk menyusun penulisan jurnal ini dengan berdasarkan pada rumusan masalah yaitu, memaparkan bagaimana bentuk penerapan perlindungan hukum Hak Kekayaan Intelektual

(HaKI) pada perusahaan UMKM berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

METHODS

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian untuk mengkaji norma hukum positif, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum dan literature lainnya untuk menjawab permasalahan hukum yang telah dirumuskan dengan menggunakan studi dokumen, yaitu sumber bahan hukum primer yang berupa peraturan yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, bahan hukum sekunder yang terdiri dari buku hukum, jurnal hukum, dan kamus hukum dan bahan hukum tersier yang meliputi kamus bahasa dan internet sebagai objek kajiannya.

RESULTS & DISCUSSION

Perlindungan Hukum Merek Dagang UMKM sebagai bagian dari Kekayaan Intelektual (KI) Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Dalam setiap gerakan bisnis, pasti akan menemukan adanya persaingan yang timbul akibat dari kegiatan bisnis tersebut. Persaingan tersebut bukan hanya persaingan yang berasal dari jenis barang, keunggulan barang, kualitas barang, dan strategi pemasaran barang seperti pada umumnya. Namun, persaingan dari kegiatan usaha atau bisnis tersebut sudah sampai pada tahap menyinggung proteksi merek dari produk atau barang yang dihasilkan. Pelaku usaha saat ini berlomba-lomba untuk mendaftarkan merek usahanya atas setiap produk atau barang, supaya memperoleh perlindungan hukum atas merek yang diberikan oleh negara.

Terlebih dengan perkembangan UMKM yang memiliki peranan terhadap perekonomian di Indonesia yang demikian menjamur ini, melahirkan berbagai jenis merek yang berasal dari unsur ciptaan atau inovasi pemikiran manusia. UMKM ini, umumnya dikembangkan dari industri rumahan (*home industry*) atau industri dengan skala kecil dan sempit, sehingga pelaku usahanya pun berbondong-bondong untuk fokus pada output dari produk, kecuali persoalan pendaftaran merek. Merek yang dibuat merupakan kreativitas pemikiran manusia yang patut diberikan perlindungan hukum. Inti dari keberadaan UU No. 20 Tahun 2016 untuk memberikan kepastian dan perlindungan hukum kepada konsumen dan pelaku usaha dalam negeri, serta pembentuk suatu persaingan usaha yang sehat.

Jaminan hukum yang disediakan oleh negara tersebut diberikan dengan tujuan untuk mencegah hal-hal yang merugikan. Seperti pemalsuan, peniruan, atau pelanggaran lain atas merek yang merugikan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan UMKM. Jaminan hak atas merek tersebut diperoleh setelah merek tersebut terdaftar dan mendapatkan sertifikat merek atau *granted*. Dengan demikian sistem pemberian hak atas merek kepada pelaku usaha, yaitu sistem konstitutif (*first to file*), dimana pendaftaranlah yang mewujudkan hak atas merek atau dengan kata lain pendaftar pertama yang berhak secara eksklusif atas merek yang bersangkutan.

Sebelum mendaftarkan merek, pelaku usaha pemilik merek harus terlebih dahulu mengajukan permohonan pendaftaran merek kepada menteri. Disampaikan oleh pemohon atau kuasanya kepada menteri secara elektronik atau non-elektronik

dalam bahasa Indonesia. Permohonan diajukan dengan memenuhi syarat-syarat sebagai kelengkapan yang ditentukan undang-undang. Permohonan pendaftaran merek harus mencantumkan:

- a. Tanggal, bulan, dan tahun permohonan;
- b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
- c. Nama lengkap dan alamat kuasa jika permohonan diajukan melalui kuasa;
- d. Warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
- e. Nama negara dan tanggal permintaan merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas;
- f. Kelas barang dan/atau jasa kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

Permohonan tersebut diumumkan oleh menteri dalam Berita Resmi Merek yang diterbitkan secara berkala oleh menteri melalui sarana elektronik dan/atau non-elektronik.

Merek yang tidak dapat didaftarkan, apabila:

- a. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. Tidak memiliki daya pembeda;
- f. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Permohonan merek ditolak, apabila:

- a. Merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis yang berhak;
- b. Merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambing atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;
- c. Merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau simbol resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

Setelah mengajukan permohonan merek tersebut, berkas yang diberikan diperiksa melalui pemeriksaan substantif yang dijalankan oleh Pemeriksa. Dalam hal pemeriksaan substantif tersebut, apabila Pemeriksa memutuskan permohonan dapat didaftarkan, maka menteri mendaftarkan merek tersebut, memberitahukan pendaftaran merek tersebut kepada pemohon atau kuasanya, menerbitkan sertifikat merek, dan mengumumkan pendaftaran merek tersebut dalam Berita Resmi Merek, baik elektronik maupun non-elektronik.

Jangka waktu perlindungan merek yang telah didaftarkan tersebut adalah 10 (sepuluh) tahun, terhitung sejak tanggal penerimaan. Dapat diperpanjang untuk

jangka waktu yang sama. Perpanjangan dapat dilakukan 6 bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan, atau 6 bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan.

Pengalihan hak atas merek yang terdaftar atau yang sudah mendapatkan perlindungan hukum dapat beralih atau dialihkan karena pewarisan, wasiat, wakaf, hibah, perjanjian, atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan. Pemilik merek yang terdaftar pula dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa.

Kemajuan globalisasi serta mempermudah akses pada tiap-tiap sektor kini dapat dirasakan. Begitu pula untuk melakukan pendaftaran merek yang sudah dilakukan terintegrasi secara online. Dari laman website DJKI dapat ditemui dengan mudah bagaimana alur atau prosedur pendaftaran merek secara online. Pelaku usaha dapat membuka <https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur> untuk melihat secara teknis dan mekanisme yang akan dilakukan.

Terdapat Surat Edaran dengan nomor HKI.4-TI.04.01-01 yang ditetapkan pada tanggal 24 Mei 2022 tentang Permohonan Pendaftaran Merek dengan Fasilitas Usaha Mikro dan Usaha Kecil. Dalam surat tersebut memaparkan bahwa terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha mikro dan kecil untuk mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan biaya berbeda dari permohonan umum. Syarat tersebut adalah dipenuhinya Surat Keterangan atau Surat Rekomendasi sebagai usaha mikro, dan usaha kecil yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, atau Kementerian Perindustrian, atau Kementerian Perdagangan atau Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, atau Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, atau Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Surat tersebut berlaku untuk 1 (satu) merek dalam 1 (satu) kali pengajuan.

Tarif atau biaya registrasi merek pada UMKM dibuat lebih terjangkau dibanding dengan biaya registrasi merek non-UMKM. Hal tersebut sebagai upaya yang dilakukan pemerintah untuk membantu menekan pelaku/aktor usaha UMKM mendaftarkan mereknya, dan sebagai bentuk kepedulian pemerintah meningkatkan pertumbuhan bisnis UMKM dengan menjaga Kekayaan Intelektualnya.

Dilansir data dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM RI, melampirkan biaya-biaya yang diperlukan, baik itu permohonan maupun perpanjangan yang dibedakan bagi UMKM dan non-UMKM yang dilakukan secara online. Berikut perbandingan biayanya. materials:

Table 1. Rincian biaya registrasi (<https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/biaya>, diakses 30 Oktober 2022)

Keterangan	UMKM	Non-UMKM/Biasa
Permohonan pendaftaran merek	Rp500.000,00/kelas	Rp1.800.000,00/kelas
Perpanjangan jangka waktu merek 6 bulan sebelum atau sampai berakhirnya perlindungan merek	Rp1.000.000,00/kelas	Rp2.250.000,00/kelas

Perpanjangan jangka waktu merek 6 bulan setelah berakhirnya perlindungan merek	Rp2.000.000,00/kelas	Rp4.500.000,00/kelas
--	----------------------	----------------------

Selain upaya membedakan biaya registrasi antara UMKM dengan non-UMKM atau umum, terdapat pula kerjasama antara DJKI Kementerian Hukum dan HAM dengan Kementerian Koperasi dan UMKM. Tujuan kerjasama itu adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta pemanfaatan sistem Kekayaan Intelektual (KI) khususnya merek dagang dikalangan pelaku UMKM, mewujudkan UMKM yang berorientasi pada Kekayaan Intelektual (KI), khususnya hak merek, memiliki kualitas dan daya saing tinggi dalam persaingan global, serta meningkatkan koordinasi dan kerjasama yang sinergis dan produktif antar para pihak dalam mengembangkan UMKM dan memberdayakan sistem Kekayaan Intelektual (KI) nasional.

Pengimplementasian hak eksklusif pemilik merek apabila terjadi sengketa merek yaitu dengan contoh apabila terdapat kasus peniruan merek, kemudian pemilik merek dagang terdaftar dan telah memperoleh sertifikat merek memahami bahwa tersebut merupakan hal yang merugikan, maka pemilik hak merek tersebut berhak mengajukan gugatan terhadap pihak yang dianggap membuat kerugian berupa gugatan ganti kerugian, dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut, hal ini tertuang dalam Pasal 83 UU No, 20 Tahun 2016. Pengajuan gugatan tersebut diajukan pemilik merek kepada Pengadilan Niaga.

Apabila pihak yang merugikan tersebut memiliki itikad baik untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya, maka penyelesaian sengketa dapat diselesaikan melalui arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa (APS) untuk menghasilkan kesepakatan tanpa melalui jalur hukum. Tetapi, apabila pihak tersebut tidak terdapat itikad baik untuk bertanggungjawab, maka dapat pula diajukan penyelesaian melalui hukum pidana sebagai *ultimatum remidium*, dimana pihak yang merugikan tersebut dapat dijerat Pasal 100 ayat (1), (2) atau (3), dengan ancaman pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

CONCLUSION

Kesimpulannya, bahwa mode usaha berbasis UMKM saat ini mengalami perkembangan yang signifikan, sehingga berperan positif bagi perekonomian di Indonesia, baik dalam penyerapan sektor lapangan kerja maupun peningkatan pertumbuhan ekonomi. Dalam penulisan ini, eksistensi UMKM tidak lepas dari merek sebagai bentuk pemasaran atau *brand* dari sebuah usaha, yang memerlukan pengakuan serta perlindungan hukum. Merek dagang tercatat sebagai Kekayaan Intelektual (KI) yang perlindungannya dijamin dalam UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal 3 UU tersebut menyatakan bahwa "Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar". Merek dapat didaftarkan secara online oleh pelaku usaha kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) melalui laman websitenya, dengan biaya registrasi pendaftaran merek yang diberikan secara terjangkau pada UMKM dibandingkan usaha non-UMKM.

REFERENCES

- Hidaya, Khoirul., 2017, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, Malang: Setara Press.
- Idayanti, Soesi., 2020, *Hukum Bisnis*, Yogyakarta: Penerbit Tanah Air Beta.
- Muhammad, Danang Wahyu, et.al., 2018, *Buku Ajar Hukum Bisnis*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Safira, Martha Eri., 2017, *Hukum Dagang dalam Sejarah dan Perkembangannya di Indonesia*, Ponorogo: CV Nata Karya.
- Susanto, et.al., 2019, *Pengantar Hukum Bisnis*, Banten: Umpam Press..
- Alfons, Maria., 2017, “Implementasi Hak Kekayaan Intelektual dalam Perspektif Negara Hukum”, *Jurnal Legislasi Indonesia*: Volume 14, Nomor 3.
- Arifin, Zaenal., dan Iqbal, Muhammad., 2020, “Perlindungan Hukum Terhadap Merek yang Terdaftar”, *Jurnal Ius Constituendum*: Volume 5, Nomor 1.
- Betlehn, Andrew., dan Samosir, Prisca Oktaviani., 2018, “Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia”, *Law & Justice Jurnal*: Volume 3, Nomor 1.
- Ferliadi, Agus Salim., 2020, “Implementasi Hak Kekayaan Intelektual Pada Bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah”, *Humani*: Volume 10, Nomor 1.
- Hassanah, Hetty., dan Widiinayah, Niken., 2022, “Sosialisasi Aspek Hukum Kekayaan Intelektual dalam Usaha Kecil Menengah”, *Jurnal Pengabdian Bidang Sosial dan Humaniora (ABSAH)*: Volume 1 Nomor 1.
- Inayah, 2019, “Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perlindungan Kekayaan Intelektual”, *Law dan Justice*: Volume 4, Nomor 2.
- Prameswari, Tifania Ayunda., 2021, “Hak Merek Sebagai Upaya Perlindungan Terhadap Indsutri UMKM”, *Amnesti: Jurnal Hukum*, Volume 3, Nomor 2.
- Pratomo, Sigit Adhi., 2017, “Manajemen Aset Kekayaan Intelektual”, *Kiat BISNIS*: Volume 6, Nomor 5.
- Suci, Yuli Rahmini., 2017, “Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia.
- Suhargon, Rahmat., 2019, “Analisa Hukum Terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang Bagi UMKM dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Rakyat”, *Muqoddimah*, Volume 3, Nomor 2.
- Sulasno, 2018, “Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan”, *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, Volume 2, Nomor 2.
- Thoriq Al Kautsar, Rani Apriani, “*Wanprestasi Debitur Dalam Perjanjian Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*”, *Jurnal Pendidikan dan Konseling: Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*, Vol. 4, No. 5.
- Haryo Limanseto, “Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah”, diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional>, pada 29 Oktober 2022.

Surat Edaran Nomor: HKI.4-TI.04.01-01 Tentang Permohonan Pendaftaran Merek Dengan Fasilitas Usaha Mikro dan Usaha Kecil, diakses dari https://www.dgip.go.id/uploads/article_file/file/f488e7f1f2b7250b20a1e1a3567687b6.pdf, pada 30 Oktober 2022. Zeichner, K. (2003). Teacher research as professional development for P-12 educators in the USA. *Educational Action Research*, 11(2), h. 301-326.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.