

**PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM RANGKA PERLINDUNGAN HUKUM MEREK BAGI INDUSTRI KREATIF UKM DI KLATEN PADA MASA PENDEMI COVID 19**

Supolo, Dyah Permata Budi Asri  
Magister Ilmu Hukum, Universitas Janabadra Yogyakarta

***Abstrak***

Keberadaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat ini telah berkembang dengan sangat cepat, namun kesadaran para pelaku bisnis akan suatu merek masih dikatakan cukup kurang. Terdapat berbagai faktor yang mengakibatkan rendahnya kesadaran terhadap merek. Permasalahan dalam penelitian ini adalah, pertama, mengapa perlindungan merek sangat penting bagi usaha kecil dan menengah khususnya di Kota Klaten Jawa Tengah. Kedua, bagaimana peran pemerintah khususnya Kota Klaten dalam rangka memberikan perlindungan hukum merek kepada para pelaku usaha kecil dan menengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris dengan data primer. Hasil menunjukkan bahwa potensi usaha kecil dan menengah akan terus berkembang, terutama di era pandemi covid-19. Hal ini dikarenakan banyaknya para karyawan yang di PHK sehingga tidak ada alternatif lain kecuali dengan berwirausaha. Kedua, pemerintah harus melakukan upaya dalam rangka memberikan perlindungan hukum merek terhadap para pelaku UKM khususnya di kota Klaten. Perlindungan ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan serta sosialisasi kepada para pelaku mengenai prosedur pendaftaran merek dan pentingnya merek bagi suatu usaha.

***Kata kunci : Perlindungan Merek, Merek, Perlindungan Hukum, UKM***

**THE ROLE OF LOCAL GOVERNMENTS IN THE FRAMEWORK OF BRAND LEGAL PROTECTION FOR SME'S CREATIVE INDUSTRY IN KLATEN DURING THE COVID 19 DEMIDE**

Supolo, Dyah Permata Budi Asri  
Master of Law, University of Janabadra Yogyakarta

***Abstract***

*The existence of Small and Medium Enterprises (SMEs) is currently growing very quickly, but the awareness of business people about a brand is still quite lacking. There are various factors that lead to low brand awareness. The problems in this study are, first, why brand protection is very important for small and medium enterprises, especially in the city of Klaten, Central Java. Second, what is the role of the government, especially the City of Klaten, in providing legal*

*protection for small and medium businesses. This study uses an empirical juridical approach with primary data. The results show that the potential for small and medium-sized businesses will continue to grow, especially in the era of the COVID-19 pandemic. This is because many employees have been laid off so that there is no other alternative except entrepreneurship. Second, the government must make efforts in order to provide legal protection of brands to SMEs, especially in the city of Klaten. This protection can be done by providing training and socialization to the actors regarding the trademark registration procedure and the importance of the mark for a business.*

**Keyword: Brand Protection, Brand, Legal Protection, UKM**

## PENDAHULUAN

Kehadiran Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) merupakan industri yang berkembang dengan sangat cepat dan besar di Indonesia. Menurut Sulastris dan Sationo bahwa peran UMKM di Indonesia merupakan salah satu cara dalam membangun perekonomian nasional<sup>1</sup>. Bidang ini merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari tujuan pembangunan ekonomi nasional itu sendiri guna mewujudkan masyarakat makmur. Sektor UMKM di Indonesia memiliki posisi strategis sebagai pilar yang dapat menggerakkan roda perekonomian. Hal ini didukung dengan fakta yang didapatkan dalam kajian dari kementerian perindustrian dimana sektor UMKM memberikan kontribusi dalam menyerap tenaga kerja di Indonesia sebesar 97,22%<sup>2</sup>. Perkembangan industri kreatif UMKM di Indonesia cukup pesat dan mampu memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Dyah Permata, sumbangan ekonomi kreatif Indonesia terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang hampir mencapai 8% merupakan terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat (sekitar 11%) dan Korea Selatan (sekitar 10%), sehingga diyakini memperkuat Indonesia menempati urutan kelima perekonomian terbesar dunia pada 2030<sup>3</sup>

Kehadiran UKM pada sektor industri kreatif sangatlah rentan terhadap ancaman yang muncul terutama dalam hal pemalsuan. Di Negara yang berkembang, dimana undang-undang merek dagang masih longgar, ancaman ini muncul bagi merek-merek yang mana hal ini merupakan salah satu jenis dari Hak Kekayaan Intelektual. Merek merupakan tanda, gambar, nama, kata, huruf, angka, atau semua susunan yang terkombinasi dari unsur-unsur tersebut. Menurut

---

1. Sulastris dan Sationo. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware) Sulastris', *Jurnal Yuridis Vol.*, 5(4), Pp. 160–172.

<sup>2</sup> Kemenperin.go.id/ diakses pada Januari 2020

<sup>3</sup> Dyah Permata, BA (2020) Perlindungan Hukum Hak kekayaan intelektual bagi produk kreatif usaha kecil menengah di Yogyakarta. *Jurnal Hukum Lus Quila Lustum Faculty of Law*, Universitas Islam Indonesia.

Muhammad Djumhana (2006)<sup>4</sup> merek merupakan salah satu wujud dari kekayaan intelektual yang digunakan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan atau organisasi dengan maksud untuk menunjukkan ciri dan asal-usul barang atau jasa tersebut.

Industri yang diyakini memiliki ketahanan atas terjadinya krisis keuangan global yang dikenal dengan industri kreatif saat ini telah menghadapi permasalahan mengenai pemalsuan merek serta menjadi suatu kajian yang mendapatkan perhatian baik pihak nasional ataupun internasional. Menurut Dyah Permata, perlindungan terhadap merek merupakan salah satu upaya yang dapat diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman khususnya bagi pemilik merek itu sendiri terhadap ancaman berbagai pihak<sup>5</sup>. Dalam dunia perdagangan, khususnya UKM di Kota Klaten, Indonesia, kesadaran terhadap merek itu sendiri masih dirasa kurang dipahami secara menyeluruh. Kota Klaten, adalah salah satu kota yang tidak cukup besar namun memiliki kontribusi bagi perkembangan ekonomi melalui pertumbuhan UKM.

*Tabel 1. Jumlah UMKM di Kota Klaten 2018-2020*

Tahun	Jumlah	Persentase
2018	13.718	21%
2019	15.729	31
2020	21.041	48
Total	50.578	100%

*Sumber: Perindaskop Klaten 2020*

Berdasarkan pada tabel 1, dapat dilihat bahwa peningkatan dari tahun ke tahun UMKM di Kota Klaten mengalami kenaikan. Hal ini menunjukkan bahwa industri UMKM menjadi salah satu sarana dalam memperoleh penghasilan bagi kota Klaten. Namun terlepas dari pertumbuhan tersebut, permasalahan yang sering muncul adalah sejalan dengan pertumbuhan UMKM tingkat kejahatanpun meningkat. Hal ini terlihat dari beberapa para pelaku bisnis yang mengeluhkan banyaknya tindakan plagiat terhadap produk yang dimiliki. Kejahatan tersebut terjadi dikarenakan rendahnya pemahaman para pelaku UMKM terhadap fungsi merek yang dimiliki, sehingga banyak ditiru oleh pihak lain.

Salah satu jenis Hak Kekayaan Intelektual yang diangkat dalam penelitian ini adalah merek. Suatu merek menjadi sarana yang dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga sehingga dapat menjadikan produk bernilai. Hak Kekayaan

<sup>4</sup> Muhamad Djumhana, *Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm.78.

<sup>5</sup> Dyah Permata, BA (2018) *Perlindungan Hukum Terhadap Kebudayaan Melalui World Heritage Centre Unesco. Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 25(2), Pp. 256–276.

Intelektual (HKI) di era berkembangnya teknologi informasi menjadi sangat penting dalam menjaga suatu merek dari hal-hal yang datang berupa peniruan merek dan pembajakan atau bahkan penyalahgunaan. Menurut Betlehn dan Samosir Hak Kekayaan Intelektual atau disebut juga sebagai Hak Milik Intelektual terbagi menjadi dua; (1) *copy right* dan, (2) *industrial property right*<sup>6</sup>. Hak atas merek merupakan bagian dari hak milik dari suatu produk dan jasa. Usaha kecil Mikro dan menengah maupun perusahaan besar sangatlah rentan terhadap ancaman berupa pemalsuan. Pemberian perlindungan hak atas merek, hanya akan diberikan kepada pemilik merek yang mereknya sudah terdaftar saja. Perlindungan merek diberikan apabila dikemudian hari terjadi suatu pelanggaran merek atau pemalsuan atau plagiasi yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hak terhadap suatu merek. Dalam dunia perdagangan merek mempunyai peranan yang penting, karena dengan merek yang terkenal maka akan dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha terutama dalam hal pemasaran. Dalam dunia perdagangan kerap kali terjadi pelanggaran terhadap merek terkenal.

Pelanggaran terjadi karena ada pihak yang tidak mempunyai hak menggunakan merek terdaftar untuk kepentingannya. Penyebab pelanggaran merek yang terjadi di Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Pangsa pasar umumnya masyarakat lebih senang membeli produk yang harganya murah walaupun kualitasnya rendah
- b. Lemahnya pengawasan dan pelaksanaan peraturan atau Undang Undang HKI
- c. Animo masyarakat terhadap produk bermerek tetapi harganya murah
- d. Daya beli masyarakat yang masih rendah

Berbagai metode dan strategipun bermunculan guna mengatasi pemalsuan. Wilson dan Kinghorn menyarankan agar setiap produk menggunakan barcode. Namun, saran-saran ini secara eksklusif hanya berlaku pada perusahaan berskala besar saja dan sangat sedikit yang mengkaji secara khusus pada peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)<sup>7</sup>. Jika melihat prosedurnya, perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip first to file. Artinya, Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui kementerian Hukum dan Ham, dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya. Disatu sisi, meskipun pertumbuhan UMKM semakin bertambah, dampak pandemi covid-19 yang saat ini melanda memberikan dampak terutama

<sup>6</sup> Betlehn. A, dan Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia', *Law and Justice*, 3(1), Pp. 1–11.

<sup>7</sup> Wilson, M and Kinghorn, R (2014) Brand Protection as A Total Business Solution Easlansing. MI: Michigan state University.

pada pendapatan yang diperoleh. Dari hasil survey yang diperoleh, UMKM di Kota Klaten menunjukkan terjadinya penurunan pendapatan yang diakibatkan dari dampak pandemi covid-19 terutama dalam kebijakan PSBB, hal ini dapat dilihat pada tabel 2:

*Tabel 2. Penurunan Pendapatan*

Tahun	Omset Penjualan	Presentase Penurunan
2018	1.120.000.000	52
2019	850.000.000	31
2020	570.000.000	17

*Sumber: Perindaskop Klaten 2020*

Selain permasalahan menurunnya pendapatan, kurangnya perhatian yang serius serta pemahaman yang dirasa masih rendah terhadap pentingnya HKI khususnya pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Klaten tentu memberikan ancaman yang serius bagi keberlangsungan bisnis itu sendiri. Berdasarkan dari uraian di atas, dalam menjaga serta melindungi suatu merek khususnya pada sektor Usaka Mikro Kecil dan Menengah di Kota Klaten

## **RUMUSAN MASALAH**

1. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, yang menjadi rumusan masalah hukum adalah sebagai berikut: Bagaimana dampak industri kreatif UMKM di Kota Klaten dengan adanya pandemi Covid-19 dalam melahirkan produk kreatif?
2. Bagaimanakah upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam memberikan perlindungan hukum Merek terhadap industri kreatif UMKM di Kota Klaten ?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dipaparkan pada latar belakang, adapun tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui dampak industri kreatif UMKM di kota Klaten dengan adanya pandemi Covid-19 dalam melahirkan produk kreatif.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah daerah dalam memberikan perlindungan hukum Merek terhadap industri kreatif UMKM di kota Klaten.

## **MANFAAT PENELITIAN**

Dari penelitian ini diharapkan adanya kegunaan atau manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Kegunaan Teoritis

- a. Menambah pengetahuan mengenai pentingnya fungsi merek bagi suatu bisnis terutama bagi para pelaku UMKM
- b. Memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka mengembangkan ilmu hukum yang kaitannya dengan Hak Kekayaan Intelektual atau perlindungan Hukum terhadap merek.
- c. Memberikan referensi untuk kepentingan akademis yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang.

### 2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para pelaku UMKM khususnya di Kota Klaten yang dalam hal ini pengetahuan terhadap fungsi merek masih dikatakan sangat rendah.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak khususnya pemerintah untuk membuat regulasi yang dapat mencegah terjadinya pemalsuan terhadap merek.
- c. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat yang ingin mempelajari mengenai pentingnya perlindungan terhadap merek.

## PEMBAHASAN

### Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, serta memiliki modal maksimal Rp. 50.000.000 (lima puluh juta) serta memiliki pendapatan maksimal Rp. 50 jt sampai 300 jt<sup>8</sup>. Dengan demikian, mengingat bahwa UMKM memiliki potensi yang mampu berkontribusi dalam pengembangan suatu Negara, maka perlindungan merekpun hal yang sangat penting. Maka dari itu perlu kiranya untuk dilakukan suatu upaya-upaya yang dapat menjaga keberlangsungan bisnis serta terhindar dari praktek-praktek pemalsuan yang marak terjadi sehingga mengakibatkan kerugian baik bagi pihak usaha itu sendiri atau konsumen.

Undang-undang merek No.20 tahun 2016 banyak membahas mengenai merek yang tertuang dalam konsideren huruf a UU MEREK 2016 yang menyatakan: “Bahwa didalam era perdagangan global, konvensi internasional yang telah diratifikasi di Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting terutama

---

<sup>8</sup> Tambunan, T (2011) Development of micro, small and medium enterprises and their constraints: A story from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13(1), pp. 21–43.

dalam menjaga persaingan usaha yang berkeadilan serta perlindungan didalam negeri”<sup>9</sup>.

Keberadaan UKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah 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 yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 3) 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 dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Berdasarkan definisi di atas maka pada intinya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

---

<sup>9</sup> Muchsin (2003) Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia, Surakarta. Tesis Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.



### Hak Kekayaan Intelektual

Menurut Pasal 570 KUH Perdata yang dimaksud dengan hak milik adalah :“Hak milik adalah hak untuk menikmati kegunaan sesuatu kebendaan dengan leluasa dan untuk berbuat bebas terhadap kebendaan itu dengan kedaulatan sepenuhnya asal tidak bersalahan dengan undang-undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh suatu kekuasaan yang berhak menetapkan dan tidak mengganggu hak-hak orang lain semua itu dengan tak mengurangi kemungkinan akan pencabutan hak itu demi kepentingan umum berdasar atas ketentuan undang - undang dan dengan pembayaran ganti rugi”. Sifat asli yang terdapat pada hak milik intelektual adalah:

- a. Mempunyai jangka waktu terbatas Dalam arti setelah habis masa perlindungannya ciptaan/ penemuan tersebut menjadi milik umum tetapi ada pula yang setelah habis masa perlindungannya bias diperpanjang terus, misalnya hak merek.
- b. Bersifat eksklusif dan mutlak Maksudnya bersifat eksklusif dan mutlak, yaitu bahwa hak tersebut dapat dipertahankan terhadap siapa pun. Yang mempunyai hak tersebut dapat menuntut terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh siapa pun. Si pemilik hak milik intelektual mempunyai suatu hak monopoli yaitu bahwa dia dapat mempergunakan haknya dengan melarang siapa pun tanpa persetujuannya membuat ciptaan/ penemuan ataupun menggunakannya.

Sistem hak kekayaan intelektual yang berkembang sekarang mencoba menyeimbangkan kepentingan dan peranan pribadi individu dengan kepentingan masyarakat, maka sistem hak kekayaan intelektual berdasarkan prinsip-prinsip:

1. Prinsip keadilan (*the principle of natural justice*) Hukum memberikan perlindungan seperti adanya rasa aman atas dilidungi dan diakui hasil karya pencipta.
2. Prinsip ekonomi (*the economic argument*) Hak kekayaan intelektual merupakan bentuk kekayaan bagi pemiliknya, dengan demikian seseorang akan mendapatkan keuntungan misalnya dalam bentuk pembayaran royalty dan technical fee.
3. Prinsip kebudayaan (*the cultural argument*) Pengakuan atas kreasi karya, karsa dan cipta manusia yang dibakukan dalam sistem Hak Milik Intelektual adalah suatu usaha yang tidak dapat dilepaskan sebagai perwujudan suasana yang diharapkan mampu membangkitkan semangat dan minat untuk mendorong melahirkan ciptaan baru.
4. Prinsip sosial (*the social argument*) Hukum tidak mengatur kepentingan manusia sebagai perseorangan yang berdiri sendiri, terlepas dari manusia lain, tetapi hukum mengatur kepentingan manusia sebagai warga masyarakat.



Menurut Haris Munandar (2010) mengatakan bahwa secara hukum, HKI dibagi menjadi dua bagian, antara lain adalah:

1. Hak cipta (*copyrights*) adalah hak eksklusif atau hak yang hanya dimiliki si pemegang hak cipta untuk mengatur penggunaan hasil karya tertentu.
2. Hak Kekayaan Industri ( *Industrial Property Rights* ), meliputi:
  - a) Hak paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada seseorang atas hasil temuannya dibidang teknologi dimana selama waktu tertentu melaksanakan sendiri penemuannya tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya.
  - b) Hak merek atau merek dagang adalah tanda berupa gambar, nama, kata huruf, angka, susunan warna dari unsur-unsur yang memiliki pembeda antara produk sejenis yang digunakan dalam bidang perniagaan atau jasa.
  - c) Hak desain industri adalah suatu kreasi bentuk atau komposisi garis dan warna atau gabungan dari dua atau beberapa dimensi yang dapat memberikan kesan estetis untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, dan kerajinan tangan.
  - d) Desain tata letak sirkuit terpadu, yaitu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi.
  - e) Rahasia dagang, yaitu informasi yang tidak dapat diketahui oleh umum di bidang teknologi dan atau bisnis, yang mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang.
  - f) Varietas tanaman,

### **Merek**

Berdasarkan Pasal 1 UU No.2 Th. 2016 tentang Merek dan indikasi Geografis, disebutkan bahwa yang dimaksud dengan merek adalah :

- 1) 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.
- 2) Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.

- 3) Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.
- 4) Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.
- 5) Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.
- 6) Indikasi Geografis adalah suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang dan/atau produk yang karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, faktor manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut memberikan reputasi, kualitas, dan karakteristik tertentu pada barang dan/atau produk yang dihasilkan.
- 7) Hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.
- 8) Permohonan adalah permintaan pendaftaran Merek atau pendaftaran Indikasi Geografis yang diajukan kepada Menteri.
- 9) Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenisnya.
- 10) Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.
- 11) Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.
- 12) Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Disamping itu merek juga dapat diartikan sebagai tanda yang dapat digunakan untuk membedakan antara barang atau jasa yang satu dengan yang lain. Sehingga konsumen akan dapat membedakan masing-masing merek, khususnya untuk barang / jasa yang sejenis. Dilihat dari ketentuan pasal tersebut dengan demikian fungsi merek amatlah penting bagi pemilik merek itu sendiri dan juga bagi para konsumen yang menggunakan barang atau jasa merek tersebut<sup>10</sup>. Maka dari itu perlu adanya usaha untuk memberikan perlindungan. Dengan perlindungan tersebut maka pemilik merek terlindungi mereknya dan konsumen tidak dirugikan karena ada pihak-pihak yang tidak berhak menggunakannya. Perlindungan hanya diberikan kepada merek terdaftar saja, karena Menurut Pasal 1 UU No.2 Th 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, hak atas merek adalah hak yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum atau menggunakannya. Oleh karena itu bagi merek yang belum terdaftar, tidak diberikan perlindungan hukum.

#### **Permasalahan pemalsuan Merek terhadap para pelaku UMKM di Kota Klaten sebelum Pandemi Covid 19.**

Salah satu faktor yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM khususnya di kota Klaten adalah pemalsuan merek. Pemalsuan ini terjadi ketika para pelaku umumnya tidak mendaftarkan mereknya. Pelanggaran terhadap merek yang tidak terdaftar tidak hanya dilakukan dengan modus memalsukan barang yang menyerupai aslinya baik itu barang atau jasa melainkan juga terhadap nama merek itu sendiri. Sebagai contoh pemalsuan terhadap produk makanan dan baju yang dilakukan dengan membuat produk tersebut persis dengan produk aslinya.

#### **Contoh Kasus Kasus Pemalsuan Merek yang terjadi di kabupaten Klaten sebelum masa Pandemi Covid 19.**

Di Kota Klaten sendiri ada contoh Perusahaan makanan ringan sejenis kue Bakpia yang telah mendaftarkan merek nya ke Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual ( DJKI ) Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia, yaitu Perusahaan makanan ringan merek Bakpia Sembilan Klaten, dimana sebelumnya

---

<sup>10</sup>A.W.A , Hendro Saptono , Kholis Roisah, (2016) Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah terkait hak kekayaan intelektual dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN. *Diponegoro Law Journal*, 5, pp 1-11.

industri Bakpia ini telah berganti nama sebanyak 3 (tiga) kali dikarenakan pada saat proses hendak di daftarkan Mereknya oleh sang pemilik namun di dalam pencarian di *google* ternyata sudah menemukan nama yang sama, akhirnya pemilik memutuskan untuk berganti nama menjadi Bakpia Sembilan Klaten dimana merek tersebut belum ada yang memiliki. Harapan pemilik dari Bakpia Sembilan Klaten ini, merek Bakpia nya tidak hanya dikenal di dalam negeri saja melainkan hingga ke mancanegara pula. Bakpia Sembilan Klaten ini sudah melakukan Proses Pendaftaran Merek melalui Konsultan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Bapak Danang Panca Soedibyo selaku pemilik Bakpia Sembilan Klaten menjelaskan bahwa dulu pernah ada kasus tentang Logo Bakpianya yang di tiru atau di Plagiat oleh salah satu oknum yang tidak bertanggung jawab yang tinggal di Jakarta untuk kepentingan bisnis pribadinya. Kemudian ada pula kejadian di waktu lainnya dimana Logo Bakpia Sembilan Klaten miliknya dijadikan sebuah Foto Profil Facebook oleh salah satu oknum yang tidak bertanggung jawab yang berdomisili di Kota Karanganyar , Jawa Tengah namun akhirnya kasus itu telah diselesaikan oleh kedua belah pihak secara mediasi kekeluargaan.<sup>11</sup> Oleh karenanya , dari pengalaman kasus tersebut logo tersebut ikut didaftarkan. Yang awal mula Logo Bakpia Sembilan hanya di sketsa menggunakan pensil lalu di design menggunakan komputer secara digital , dan Logo Bakpia milik bapak Danang Panca Soedibyo ini terbilang cukup unik yaitu bergambar kartun seorang pria yang tertawa menggunakan penutup kepala khas Adat jawa yang disebut Blangkon , dengan busana daerah baju jawa lurik khas Klaten memiliki makna yaitu ciri khas keramah tamahan orang Jawa pada umumnya.

Berbeda dengan kasus plagiat yang dilakukan oknum terhadap Bakpia Sembilan Klaten yang bisa diselesaikan secara mediasi dan kekeluargaan , pada kasus berikutnya yang terjadi di Klaten yang prosesnya ditempuh jalur Hukum yang melibatkan Polres Klaten yaitu kasus pemalsuan sebuah Merek Garam dapur halus di Klaten . Kasus pemalsuan Garam dapur yang memiliki merek Nandangdut terbilang cukup merugikan pihak pemilik. Terdapat unsur Pidana didalamnya, Ketika Para pelaku pemalsuan mendapatkan pasokan garam merek Gedongsongo dan Kondangdut dari Pati, Jawa Timur lalu memasukkannya ke dalam plastik kemasan merek Nandangndut. Pasalnya garam merek Nandangndut di pasaran lebih populer dan harganya lebih mahal daripada kedua merek garam sebelumnya. Kanit III Satreskrim Polres Klaten, Iptu Danang Eko Purwanto, mewakili Kasatreskrim, AKP Rudi Hartono dan Kapolres, AKBP Kalingga Rendra Raharja, menjelaskan kasus tersebut bermula ketika produsen asli garam Nandangndut, UD Kalian, melaporkan pemalsuan merek ke Polres Klaten. Dari aduan itu, lalu polisi

---

<sup>11</sup> Hanifia Hana . 2019. Proses Pendaftaran Merek Bakpia Sembilan Klaten . *Jurnal Hukum Fakultas Hukum*, Universitas Islam Batik.

menelusuri adanya pemalsuan merek garam itu.<sup>12</sup> Kasus ini langsung ditindak lanjuti secara Hukum oleh aparat penegak Hukum untuk di proses secara Hukum , berbeda dengan kasus sebelumnya ( Bakpia Sembilan ) yang diselesaikan secara mediasi dan kekeluargaan.

**Kendala yang terjadi di Masyarakat kabupaten Klaten dalam meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat selama masa Pandemi Covid 19.**

Saat ditemui Bapak Supriyanta, S.Sos, M.Si selaku Kepala Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah kabupaten Klaten, Jawa Tengah menyatakan bahwa di Masa pandemi Covid 19 ini memang peran pemerintah daerah untuk berinteraksi dengan masyarakat Klaten sedikit terhambat dan terbatas, dikarenakan adanya aturan Pemerintah Pusat untuk melaksanakan Peraturan Pembatasan Kegiatan Masyarakat ( PPKM ) di daerah Klaten. Sehingga diakui beliau agenda sosialisasi, seminar dan penyuluhan terhadap para pelaku UKM tidak terlaksana dengan baik.

Kemudian kendala kedua ialah masalah Kelembagaan dan Pendanaan. Kelembagaan untuk UMKM saat ini tidak berjalan dengan baik. Untuk pemerintah keterbatasan program disebabkan oleh minimnya dana yang dianggarkan untuk sektor UMKM ini, sedangkan untuk kondisi paguyuban banyak yang sedang vakum. Dari sektor kelembagaan ini banyak permasalahan yang ditimbulkan terutama dalam sistem pendanaan.<sup>13</sup>

Yang ketiga kurangnya implementasi kebijakan UMKM kabupaten Klaten, sehingga perhatian dari pemerintah dan fungsi paguyuban sebagai pendukung UMKM tidak dapat ikut serta dalam pengembangan UMKM.

Dan kendala yang ke empat ialah masalah Sosial Budaya Masyarakat Klaten yang pola pikir generasi muda yang modern merupakan salah satu penghambat dalam pelestarian UMKM yang ada. Para penduduk usia muda ini berpendapat bahwa peluang UMKM di pasar tidak lagi sebesar saat dahulu dan lebih memilih pekerjaan lain. Pak Supriyanta menjelaskan solusinya potensi karakteristik penduduk yang masih menggunakan sistem kekerabatan dan gotong royong bisa dimanfaatkan dalam meningkatkan jumlah produksi dan bisa pula dijadikan acuan untuk sosialisasi.

Penelitian selanjutnya di wilayah Desa Taji , kecamatan Prambanan Klaten dengan narasumber Bapak Eko Purnomosidi, selaku Sekretaris Desa Taji Kecamatan Prambanan, Klaten. Menyatakan bahwa di Desa Taji sendiri industri kreatif kecil menengah cukup banyak , mulai dari sector industri pangan, seperti

---

<sup>12</sup> Farid Syafrodhi. 2012 . Solopos.com|Soloraya . 2012 . Pemalsuan Garam, Polisi sita ribuan garam oplosan ,

*Farid Syafrodhi/JIBI/SOLOPOS* , 20 Maret 2012.

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Supriyanta , S.Sos , M.Si selaku Kepala Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah kabupaten Klaten , Jawa Tengah

olahan tahu krispi, Wingko babat Candi 88, keripik belut, produksi telur Asin, dsb. Kemudian di sector industri kerajinan tangan, seperti industri batik, sablon kaos, konveksi, pembuatan Angklung dan mebel air rumah tangga, dsb. Menurut keterangan Eko Purnomosidi selama masa pandemi Covid 19 melanda negeri ini, masyarakat desa mengalami perubahan kehidupan perekonomian yang sangat tampak, masyarakat banyak yang terdampak PHK maupun pemotongan gaji. Sektor Usaha yang sangat terdampak yaitu sector Pariwisata, kesenian, dan kuliner yang semuanya nyaris dilarang selama masa Pandemi dikarenakan mereka harus mematuhi himbauan Pemerintah untuk menghindari kerumunan dan keramaian.<sup>14</sup>

Namun perlahan lahan di awal tahun 2021 perekonomian masyarakat sudah berangsur angsur membaik, tak dipungkiri ada juga peningkatan dengan munculnya industry baru yang diciptakan masyarakat dikarenakan adanya PHK maka bebrapa masyarakat menjadi wirausahawan baru dengan memanfaatkan dana bantuan pemerintah pusat dan daerah yang mereka terima. Juga sebagian masyarakat mencari tambahan modal dengan mencairkan kredit BANK, juga KUR Kredit Usaha Rakyat.

Peran Kepala Desa dan para staff dan perangkatnya di balai Desa selama ini Juga memberi kemudahan bagi masyarakat dari dalam dan luar daerah yang ingin berinvestasi dan membuka usaha di Desa Taji. Namun pemerintah desa juga menyadari banyak masyarakat yg juga belum memahami dan menyadari tentang pentingnya mendaftarkan merek dagang atau usaha mereka. Dari pernyataan yang ada semakin jelas bahwasannya beberapa contoh kasus yang ada di desa desa seputar kecamatan Prambanan Klaten dapat disimpulkan masih banyak masyarakat yang belum memiliki kesadaran untuk mendaftarkan merek dagang usahanya dikarenakan masih kurangnya pemahaman mereka tentang perihal tersebut serta mereka juga menganggap akan keluar tambahan biaya lagi yang lebih besar ketika mendaftarkan mereknya di Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual ( DJKI ) Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia.

### **Solusi dan Peran Pemerintah menanggulangi masalah Penurunan ekonomi masyarakat dan UMKM selama masa Pandemi Covid 19.**

Peran Pemerintah Pusat mengucurkan dana yang tidak sedikit untuk disalurkan kepada Usaha Mikro di daerah daerah. Data di skala Nasional pun menunjukkan angka yang cukup besar yaitu, penyaluran KUR mikro dan super mikro sampai dengan akhir Desember 2020 tercatat sebesar Rp125,62 triliun. pemerintah memutuskan menaikkan plafon KUR tanpa jaminan menjadi Rp100 juta dan memperpanjang tambahan subsidi bunga KUR menjadi 3 persen hingga Desember 2021. Hal tersebut diputuskan dalam Rapat Komite Kebijakan

---

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan sekdes Desa Taji, kecamatan Prambanan Bapak Eko Purnomosidi

Pembiayaan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Senin 3 Mei 2021. Rapat tersebut untuk menindaklanjuti arahan Presiden pada rapat sidang terbatas mengenai peningkatan porsi perbankan untuk Usaha Mikro dan Kecil pada 5 April 2021 kemarin. Pemerintah memutuskan untuk menambah plafon KUR 2021 dari Rp253 triliun menjadi Rp285 triliun.<sup>15</sup>

Berikut ini bukti konkrit Program program Pemerintah Pusat dalam mendukung dan memberi perhatian terhadap UMKM di Indonesia:

- 1) Pemberian program dana bagi sektor usaha UMKM melalui BANK BUMN, seperti BANK BRI , BTN dan PT Permodalan Nasional Madani. PT. Permodalan Nasional Madani dibentuk oleh Pemerintah pada th. 1999 untuk memberikan penyertaan modal.
- 2) Pemberian Kredit dari Lembaga Keuangan Mikro atau disebut juga LKM. LKM merupakan badan usaha jasa keuangan mikro yang bertujuan mempercepat akses pembiayaan UMKM dengan tiga kategori , yaitu LKM formal , LKM semi formal dan LKM nonformal.
- 3) Koperasi Simpan Pinjam (KSP)
- 4) Lembaga Dana Kredit Perdesaan ( LDKP )
- 5) Baitul Maal Wat Tanwil (BMT)
- 6) Kelompok Swadaya Masyarakat
- 7) Program bantuan UMKM dari BUMN diluar BANK seperti bantuan dari PLN dan Pertamina , baik dana bantuan atau dana hibah dengan persyaratan yang lebih mudah daripada proses kredit BANK.<sup>16</sup>

Sebagai bentuk kelanjutannya dari program Pemerintah Pusat , tentu Kabupaten Klaten sebagai Pemerintahan Daerah yang berada di bawahnya tentu juga wajib mendukung dan melanjutkan serta meneruskan program Nasional tersebut ke masyarakat di daerah masing masing , khususnya di daerah Kabupaten Klaten yang ada didalam pembahasan ini.

Segala aturan dan informasi dari Pemerintah Pusat diturunkan secara garis kebawah secara hierarki , yang dilanjutkan melalui Kepala Daerah Provinsi kemudian diturunkan kepada kepala daerah Kabupaten dan Kota , hingga Kepala Desa sebagai pemerintahan terendah yang langsung bersinggungan dengan masyarakat agar program Nasional dan Sosialisasi Hukum ini berjalan baik. Sehingga dari hulu ke hilir instruksi Pemerintah untuk pengembangan sector

---

<sup>15</sup> Azizah Nur Alfi. (2021) . jurnal *Asyik! Subsidi Bunga KUR Diperpanjang hingga 2021, Plafon Rp253 Triliun*  
<https://m.bisnis.com/amp/read/20201229/9/1336324/asyik-subsidi-bunga-kur-diperpanjang-hingga-2021-plafon-rp253-triliun> , Jakarta

<sup>16</sup> Kendar Umi Kulsum , 2020.  
<https://Kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/perkembangan-kebijakan-pemerintah-terhadap-umkm-di-indonesia>



ekonomi masyarakat dan sosialisasi Hukum bagi perlindungan Hak dan kekayaan Intelektual dapat terjadi dengan sukses dan lancar.

### **Pengertian Perlindungan Hukum UKM Dikota Klaten**

Pertumbuhan UKM di Kota Klaten yang saat ini semakin tinggi, seharusnya diikuti dengan tingginya kesadaran untuk melindungi produknya dengan mendaftarkan merek untuk mencegah pada pencurian ide atas produk. Di Indonesia sendiri perlindungan hukum terhadap merek telah diatur berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2016 mengenai merek dan indikasi geografis, tepatnya pasal 21 ayat (1) huruf b dan c, pasal 83 ayat (2) dan diperkuat dengan penjelasan pasal 21 ayat (1) huruf b.

Perlindungan ini dimaksudkan untuk memberikan keamanan dalam mencegah segala bentuk pelanggaran baik berupa penjiplakan, penggunaan nama yang sama, pencatutan nama, atau domain nama atas suatu merek. Perlindungan terhadap merek, khususnya bagi UKM dapat memberikan rasa aman serta memiliki kepastian hukum bagi seluruh para pelaku bisnis. Namun, sayangnya kesadaran akan perlindungan merek khususnya para pelaku UKM di Kota Klaten sangatlah rendah, sehingga tidak jarang dijumpai banyak sekali produk yang sama dengan merek yang sama. Hal ini justru sangat merugikan bagi para pelaku bisnis dalam memperoleh keuntungan. Menurut Dyah Permata bila UKM telah memiliki perlindungan hukum terhadap produknya, tentu akan memberikan kepastian hukum terhadap upaya memperjuangkan hak-haknya sebagai pihak yang memiliki hak terhadap produk tersebut.

Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu industri kreatif dimana dalam menciptakan produknya menghasilkan produk yang kreatif sebagai salah satu karya yang memiliki nilai ekonomi dan daya jual bagi keberlangsungan perekonomian. Pada beberapa HKI seperti merek, paten, desain industri dan indikasi geografis, permohonan pendaftaran merupakan syarat mutlak bagi perlindungan HKI. Menurut Undang-undang no 20 tahun 2016 tentang merek, bahwa perlindungan terhadap merek itu sendiri diberikan setelah dilakukannya pendaftaran, sehingga pendaftaran merek merupakan hal penting dalam rangka perlindungan merek khususnya para pelaku bisnis UKM. Dengan diterbitkannya UU 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mencabut Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Pertimbangan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis adalah :

- 1) Bahwa di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan

- usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan industri dalam negeri;
- 2) Bahwa untuk lebih meningkatkan pelayanan dan memberikan kepastian hukum bagi dunia industri, perdagangan, dan investasi dalam menghadapi perkembangan perekonomian lokal, nasional, regional, dan internasional serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perlu didukung oleh suatu peraturan perundang-undangan di bidang Merek dan Indikasi Geografis yang lebih memadai;
  - 3) Bahwa dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek masih terdapat kekurangan dan belum dapat menampung perkembangan kebutuhan masyarakat di bidang Merek dan Indikasi Geografis serta belum cukup menjamin perlindungan potensi ekonomi lokal dan nasional sehingga perlu diganti;
  - 4) Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c perlu membentuk Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis;

Dengan mengacu pada Dasar Hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diantaranya adalah:

- a. Pasal 5 ayat (1), Pasal 18A ayat (2), Pasal 18B ayat (2), Pasal 20, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1994 Nomor 57, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3564);

Merek dagang, kemasan, logo, dan slogan adalah aset perusahaan yang harus dilindungi, bukan saja karena semuanya itu dihasilkan lewat proses kreatif, melainkan karena semuanya itu merupakan ciri yang dipakai konsumen untuk mengenali suatu produk. Sekarang ini, ciri yang membedakan suatu produk pasti mendapatkan perlindungan. Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak khusus tersebut bersifat monopoli artinya hak itu hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa adanya izin dari pemilik merek, orang lain tidak boleh mempergunakan hak khusus. Jika ada pihak lain yang mempergunakan hak khusus tadi dengan tanpa adanya izin dari pemilik hak merek, maka telah terjadi pelanggaran yang dapat dikenai sanksi tertentu. Jika suatu merek sudah memperoleh predikat terkenal, maka bentuk perlindungan hukum yang diperlukan agar terhadap tersebut terhindar dari peniruan atau pemalsuan oleh orang lain, adalah ada bentuk perlindungan hukum

yang bersifat prepentif dan reprepentif dititik beratkan pada upaya untuk mencegah agar merek terkenal tersebut tidak dipakai orang lain secara salah. Upaya ini dapat berupa :

- (1). Kepastian pengaturan tentang merek terkenal
- (2). Pendaftaran terhadap merek
- (3). Penolakan pendaftaran oleh kantor merek
- (4). Pembatalan merek terdaftar

Untuk menghindari praktek-praktek yang tidak jujur dan memberikan perlindungan hukum kepada pemilik atau pemegang merek serta konsumen maka negara mengatur perlindungan merek dalam suatu hukum merek dan selalu disesuaikan dengan perkembangan perkembangan yang terjadi di dunia perdagangan Internasional yang tujuannya adalah mengakomodasikan semua kepentingan kepentingan yang ada guna menciptakan suatu perlindungan hukum bagi masyarakat , yang sesuai dengan Prinsip Negara Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila , yaitu sila ke lima yang berbunyi Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

#### **Peran Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Dalam Melakukan Perlindungan Hukum terhadap Merek**

Pada dasarnya, terdapat beberapa perangkat kebijakan pemerintah yang dapat dijadikan sebagai landasan untuk memfasilitas UKM yang sudah cukup lengkap. Dengan dimudahkannya prosedur pendaftaran yang semula manual menjadi proses Sistem yang terintegrasi secara elektronik dan internet sehingga jauh lebih mudah untuk pendaftaran merek. Kemudian pendekatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk membina sektor UKM meliputi banyak aspek yang terkait dengan lingkungan bisnis, misalnya adalah aspek inovasi yang menyangkut pengembangan produk, aspek informasi dan pengetahuan yang dapat menentukan kelestarian dari usaha maupun produk yang dihasilkan. Sebagai upaya perlindungan terhadap produk UKM khususnya dalam hal merek, pemerintah melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui pengadaan sosialisasi mengenai pentingnya fungsi merek serta dampak buruk apabila merek tidak didaftarkan. Pendaftaran terhadap suatu merek, dapat menjadi salah satu pertahanan bagi bisnis dari berbagai bentuk penyalahgunaan dari pihak-pihak atau oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Dalam hal ini pemerintah harus memberikan pembinaan dengan cara membekali pengetahuan dan berbagai dampak negatif yang kerap terjadi pada pemalsuan merek khususnya pada para pelaku di kota Klaten.

Menurut DJKI, mengemukakan bahwa pendaftaran merek berfungsi sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan. Hal ini

juga sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama sehingga dapat mencegah orang lain untuk memakai merek yang sama. Namun sayangnya, pentingnya pendaftaran merek khususnya terhadap para pelaku UKM di kota Klaten belum secara menyeluruh disadari oleh para pelaku, terutama sosialisasi mengenai biaya registrasi merek. Pada umumnya, para pelaku UKM khususnya di kota Klaten beranggapan bahwa biaya untuk registrasi mahal. Hal inilah yang sering dijumpai oleh peneliti ketika melakukan wawancara dengan para pelaku bisnis di kota Klaten. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk melakukan kerjasama dengan para pelaku UKM agar dapat memberikan pemahaman terkait merek atau bahkan pendaftaran merek kolektif. Merek kolektif merupakan salah satu jalan keluar yang dapat diberikan oleh pemerintah terhadap para pelaku UKM. Pada dasarnya merek kolektif adalah merek yang dipergunakan oleh komunitas para pelaku usaha yang memperdagangkan suatu produk atau jasa yang sama. Kemudian di masa pandemi Covid 19 ini banyak masyarakat yang melakukan uji coba bisnis dan alih profesi menjadi wirausaha setelah terjadinya PHK massal, namun masyarakat Klaten sendiri banyak yang belum mendaftarkan merek usahanya tersebut, dikarenakan masih menganggap usaha yang dikerjakannya ini hanyalah batu loncatan atau penyangga kehidupan sehari-hari untuk sementara waktu ini. Mereka berujar kepada penulis, “ Yang penting hasilnya bisa buat makan sehari-hari dulu saja sudah cukup, tak terpikirkan untuk memikirkan dampak Hukum dan pendaftaran merek terlebih dahulu.” Dengan demikian peran Pemerintah daerahlah yang harus memberi perhatian lebih terhadap sosialisasi kepada masyarakat daerah.

### **Faktor-Faktor Yang Menghambat Dalam Upaya Perlindungan Hukum**

Dibalik potensi yang besar dan berkembang atas kemajuannya para pelaku usaha kecil dan menengah khususnya di kota Klaten, masih saja terdapat beberapa faktor yang menghambat terutama dalam upaya perlindungan hukum terhadap merek. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa hambatan sebagai berikut:

- 1) Banyaknya para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang sering tidak mengikuti sosialisasi pemahaman mengenai merek, sehingga sulit untuk melakukan sosialisasi.
- 2) Minimnya pendidikan, atau pengetahuan para pelaku UKM sehingga hal seperti merek sering dianggap tidak terlalu penting.
- 3) Kurangnya perhatian dari pemerintah setempat mengenai perkembangan para pelaku usaha kecil dan menengah.

Sumbernya merupakan hasil wawancara dengan para pelaku UKM di Kota Klaten.

### **Akibat Hukum Bagi para pelanggar hak merek**

Menurut Sulastri, terdapat tiga bentuk pelanggaran merek yaitu pembajakan merek, pemalsuan merek, dan peniruan label atau kemasan suatu produk. Secara

luas dapat dipahami bahwa pelanggaran dan peniruan Hak Merek Terkenal memiliki pengaruh yang bersifat merusak terhadap masyarakat. Aspek lain dari terjadinya pelanggaran terhadap Merek Terkenal ialah terjadinya penurunan kualitas merek. Merek memiliki peranan yang sangat penting dalam era perdagangan global dan hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim persaingan usaha yang sehat. Pelanggaran atas Hak Merek dapat dimasukan sebagai kasus kriminal (pidana) maupun perdata.

Perbuatan tersebut dapat dikategorikan sebagai Perbuatan Melawan Hukum (PMH). Selain itu memperdagangkan barang tiruan yang menggunakan merek (*brand*) terkenal dapat dikategorikan pelanggaran Undang Undang Merek yang memuat sanksi pidana, sesuai ketentuan Pasal 100-102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang dimana bagi orang yang memperdagangkan barang tiruan dan barang tersebut merupakan hasil tindak pidana diancam pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau Hukum pidana dengan dijatuhkan denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Pada tanggal 20 Desember 2000 telah disyahkan undang-undang baru di bidang HaKI, yaitu UU tentang Desain Industri (UU No. 31 tahun 2000), UU tentang Rahasia Dagang (UU No. 30 tahun 2000)' dan UU tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (UU No. 32 tahun 2000) Dengan ke tiga undang-undang ini, wilayah HaKI tidak hanya terdiri atas Hak Cipta, Paten dan Merek. Dengan ini pula lengkaplah pemenuhan kewajiban Indonesia pada *Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* ("Persetujuan TRIPS") sebagai salah satu annex dari *Agreement Establishing the World Trade Organization*, yang telah diratifikasi Indonesia pada 1994 (UU NO.7 tahun 1994)<sup>17</sup>

### **Sistem First To File Dalam Pemberian Perlindungan Hukum**

Pada umumnya, negara-negara dengan sistem hukum *Civil Law*, termasuk Indonesia, menganut sistem *First to file* dalam memberikan hak merek. Berdasarkan sistem *First to file* tersebut, pemilik merek, termasuk merek terkenal, harus mendaftarkan mereknya di Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual ( DJKI ) Kementrian Hukum dan HAM Republik Indonesia untuk memperoleh hak eksklusif atas mereknya dan perlindungan hukum.

Hak eksklusif tidak dapat diperoleh pemilik merek hanya dengan menunjukan bukti-bukti bahwa ia adalah pemakai pertama merek tersebut di Indonesia. Hak eksklusif itu bukan monopoli, yaitu hanya bersifat memegang kekuasaan penuh atas Merek dagang yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha. Juga berbeda dengan Hak Monopoli dagang pada umumnya yang dilarang oleh

---

<sup>17</sup> A. Zen Umar Purba, S.H. Hak Kekayaan Intelektual dan Persaingan Usaha ' Ikhtisar Tiga UU Baru HaKI , 2001

Pemerintah melalui Undang Undang anti Monopoli (Undang Undang no. 5 Tahun 1999).

Hak eksklusif<sup>18</sup> mempunyai dua muatan yaitu hak ekonomi untuk memperoleh keuntungan finansial dari perolehan pengakuan hak kekayaan intelektual berupa pengalihan dan pemberian izin penggunaan HKI nya dengan memperoleh royalti dan hak moral yang selalu melekat atas diri si pemilik HKI yang bersifat tetap dan tidak dapat dialihkan.

Hak eksklusif yang diberikan tersebut sesungguhnya berupa hak monopoli untuk jangka waktu yang terbatas, sebagai imbalan yang diberikan negara kepadanya atas banyak pengorbanan yang telah dilakukan untuk perolehan HKI. Hak monopoli tidak untuk selamanya namun hanya dalam jangka waktu tertentu (terbatas). Dalam waktu yang telah ditentukan tersebut hanya yang memiliki hak yang dapat berbuat bebas terhadap HKInya, sedangkan bagi pihak lain harus mengakui HKInya tersebut melalui permintaan izin terlebih dahulu untuk dapat berbuat atas HKI pihak lain dengan membayar sejumlah royalti. Apabila menggunakan Hak eksklusif tersebut tanpa izin dikategorikan sebagai perbuatan yang melanggar hak kekayaan intelektual pihak lain baik dari aspek perdata maupun dari aspek pidana secara sekaligus. Apabila masa perlindungan telah habis, maka hak eksklusif yang bersifat ekonomis menjadi hilang, maka si pemilik HKI tidak lagi dilindungi dalam penggunaan HKI nya berarti hak eksklusifnya hilang atau tidak berlaku lagi dan pihak lain dapat mempergunakan HKI tersebut secara bebas, tanpa izin dan tanpa *royalty*, hal ini berlaku pada Paten, Desain Industri. Lenyapnya hak eksklusif penguasaan HKI yang telah habis masa perlindungannya beralih mempunyai fungsi sosial.<sup>19</sup>

Dan saat ini proses pendaftaran merek sudah menggunakan sistem berbasis teknologi internet, segalanya cukup di daftarkan secara *online*, pendaftar tidak harus lagi datang dan mengisi formulir secara manual, kemudian merangkap dan menggandakan dokumen dan formulir yang menghabiskan biaya dan waktu yang lebih banyak.

Melalui situs web resmi Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) masyarakat bisa mengakses kapan saja, dimana saja untuk membuka website <https://www.dgip.go.id> yang merupakan situs resminya DJKI. Untuk saat ini alamat kantor Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI beralamat di Jl. HR. Rasuna Said kav.8-9, Jakarta Selatan, Indonesia. Alamat email [halodjki@dgip.go.id](mailto:halodjki@dgip.go.id).

---

<sup>18</sup> Hak eksklusif adalah hak yang semata-mata diperuntukkan bagi pemegangnya, sehingga pemegang hak dapat mencegah orang lain untuk meniru atau menggunakan HKI tanpa izin. Lihat Otto Hasibuan, Hak Cipta

di Indonesia, Alumni Bandung, 2008, hlm 63

<sup>19</sup> Sufiarina dalam Jurnal, HAK PRIORITAS DAN HAK EKSLUSIF

DALAM PERLINDUNGAN HKI, Fakultas Hukum Universitas Tama Jagakarsa Jakarta



Dengan pendaftaran merek, pemilik merek memiliki hak-hak berikut:

- a. Hak untuk menggunakan atau mengizinkan orang lain untuk menggunakan mereknya;
- b. Hak untuk melarang orang lain menggunakan mereknya dan
- c. Hak untuk mengalihkan dan/atau melisensikan hak mereknya.

Permohonan pendaftaran merek diajukan dengan cara mengisi formulir yang telah disediakan dengan sistim OSS ( *Online* ):

**Syarat syarat yang harus dilengkapi :**

- 1) Etiket/Label Merek
- 2) Tanda Tangan Pemohon
- 3) Surat Rekomendasi UKM Binaan atau Surat Keterangan UKM Binaan Dinas (Asli) - Untuk Pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil

**Prosedur pendaftaran secara online :**

- 1) Pesan kode billing di <http://simpaki.dgip.go.id/>
- 2) Pilih 'Merek dan Indikasi Geografis' pada jenis pelayanan
- 3) Pilih 'Permohonan Pendaftaran Merek yang Diajukan Oleh:'
- 4) Pilih 'Usaha Mikro dan Usaha Kecil' atau 'Umum'
- 5) Pilih 'Secara Elektronik (Online)'
- 6) Masukkan Data Pemohon dan Data Permohonan (nama, alamat lengkap, email dan nomor ponsel, dll)
- 7) Lakukan pembayaran PNPB melalui ATM/internet banking/m-banking

**Adapun Biaya yang harus disiapkan adalah sebesar :**

Umum : Rp.1.800.000/kelas

UMK : Rp.500.000/kelas

Dilihat dalam nominal rupiah resmi diatas, biaya yang timbul dari proses pendaftaran tersebut terbilang cukup terjangkau. Dibandingkan pada saat melakukan pendaftaran melalui sistim manual yang dimungkinkan rawan terjadi pungutan liar atau yang biasa disebut pungli, biaya biaya entertain, biaya akomodasi dan lain sebagainya yang tentu akan membuat nominal jumlah biaya membengkak dan menyulitkan para pelaku usaha dan pencipta Merek. Melalui akses *online* inilah yang menjadikan sistim birokrasinya menjadi mudah, dan ini merupakan salah satu upaya pemerintah pusat dalam menekan jumlah korupsi dan pungli yang kerap terjadi di Indonesia pada masa lampau.

**Penyelesaian sengketa Merek**

HKI adalah sarana bagi para pelaku usaha atau pengusaha untuk meningkatkan daya saing didalam dunia bisnis baik skala domestik maupun internasional. Tujuan para pengusaha mendaftarkan mereknya tentu memiliki sebuah tujuan besar, yaitu ingin usaha yang dilakoninya tersebut menjadi besar dan



berkembang. Prinsipnya tidak ada pengusaha yang mau rugi ataupun gagal, namun didalam prakteknya tentu akan terdapat berbagai kendala dan halangan dipelajarannya merintis dan mempertahankan usahanya.

Ketika terjadi kasus perebutan atas sebuah merek oleh dua atau lebih oleh para pelaku usaha terhadap sebuah Merek dagang tersebut maka tindakan yang harus dilakukan bisa mengacu pada ketentuan Hukum Perdata dan Undang Undang yang berlaku di Indonesia. Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, maka petunjuk tentang perkara penyelesaian sengketa Merek dilaksanakan oleh dua lembaga peradilan, yaitu Pengadilan Niaga dan Pengadilan Tata Usaha Negara . Pengadilan Tata Usaha Negara berwenang menyelesaikan sengketa penghapusan Merek terdaftar atas dasar prakarsa Menteri, sedangkan Pengadilan Niaga berwenang menyelesaikan antara lain ;

- a) sengketa Pendaftaran Merek;
- b) sengketa Penghapusan Merek oleh Pihak Ketiga;
- c) sengketa Pembatalan Merek, dan;
- d) sengketa Pelanggaran Merek.

Proses gugatan sengketa merek merupakan kewenangan absolut dari pengadilan niaga. Saat ini di Indonesia, pengadilan niaga terdapat di lima kota besar yakni Jakarta, Medan, Surabaya, Makassar, dan Semarang. Pengadilan Niaga Jakarta yang terletak di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memiliki kedudukan khusus karena ditetapkan sebagai tempat penyelesaian sengketa merek jika salah satu pihaknya berada di luar negeri. Sengketa Pendaftaran Merek pada hakikatnya ialah merupakan sengketa atas dasar Keputusan Menteri, sehingga apabila garis batas kompetensinya tidak dipertegas dapat menimbulkan tumpang tindih penyelesaian di antara kedua badan peradilan tersebut. Kompetensi dan wewenang Pengadilan Niaga ialah untuk semua sengketa yang telah ditentukan UU Nomor 20 Tahun 2016 untuk diselesaikan oleh Pengadilan Niaga dan sengketa keperdataan yang terkait dengan Merek, sedangkan kompetensi Pengadilan Tata Usaha Negara adalah sengketa Penghapusan Merek atas prakarsa Menteri dan semua Keputusan dan/atau Tindakan Menteri yang berkaitan dengan Merek yang tidak ditentukan UU Nomor 20 Tahun 2016 untuk diselesaikan Pengadilan Niaga.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di kota Klaten saat ini telah mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini terlihat pada tabel 4 bahwa pertumbuhan UKM tiap tahunnya mengalami pertumbuhan. Hanya saja ketika memasuki tahun 2020 hingga pertengahan tahun 2021

- mengalami penurunan dikarenakan terdampak aturan Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat ( PPKM ) di masa Pandemi Covid 19.
2. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto menyatakan Kebutuhan KUR untuk UMKM akan ditingkatkan untuk mempercepat pemulihan ekonomi pada masa Covid-19 , target penyaluran KUR tahun depan ditingkatkan maka ada tambahan anggaran subsidi bunga KUR 2021 sebesar Rp7,6 triliun,. Dengan peningkatan itu, harapannya dana tersebut dapat tersalurkan dengan baik ke seluruh daerah khususnya kota Klaten untuk pemulihan ekonomi pasca Pandemi Covid 19. Pernyataan dan keputusan tersebut sekaligus menjawab pernyataan yang disampaikan oleh Kepala Dinas Bapak Supriyanta, S.Sos , M.Si selaku Kepala Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah kabupaten Klaten, Jawa Tengah yang menyatakan pemerintah keterbatasan program disebabkan oleh minimnya dana yang dianggarkan untuk sektor UMKM ini. Dari sektor kelembagaan ini banyak permasalahan yang ditimbulkan terutama dalam sistem pendanaan.
  3. Pemerintah Daerah hanya mampu sebagai pengontrol tanpa memberi program-program baru untuk mengembangkan UMKM karena minimnya APBN yang ditujukan khusus untuk UMKM.
  4. Seiring dengan pertumbuhan dan kehadirannya pada berbagai sektor industri, peran UKM di kota Klaten tidak lepas dari ancaman yang muncul terutama dalam hal pemalsuan terhadap produk dan merek .
  5. Dalam dunia perdagangan, khususnya UKM di kota Klaten, kesadaran terhadap merek itu sendiri masih dirasa kurang dipahami secara menyeluruh. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat pelaku Usaha Kecil Menengah serta kurangnya sosialisasi yang diberikan oleh Pemerintah Daerah setempat terhadap fungsi merek dalam suatu bisnis.
  6. Pertumbuhan minat ekonomi Kreatif dan UMKM selama masa pandemi Covid 19 tahun 2020 – 2021 mengalami penurunan di Kabupaten Klaten, masyarakat hanya bergantung pada bantuan Pemerintah, Mayoritas masyarakat ragu ragu dalam memulai usaha baru dikarenakan munculnya kekhawatiran akan kerugian usaha dan kebangkrutan usaha dikarenakan memulai bisnis ditengan masa Pandemi Covid ini. Adapun sektor usaha UMKM yang sudah berjalan yang mengalami kerugian dan penurunan omset ialah sektor Pariwisata, kuliner, produksi Makanan ringan dan oleh oleh, Konveksi, batik, dsb.

## SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian serta berbagai temuan, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut

1. Sosialisasi dan pembinaan sebagai arus informasi lebih didekatkan lagi kepada para pelaku UKM khususnya di kota Klaten mengenai fungsi dari merek serta pentingnya pendaftaran merek untuk melindungi produk atau jasa dari segala bentuk tindakan pemalsuan. Sebagai contoh bisa lebih sering diadakan seminar seminar yang diadakan Pemerintah Daerah.
2. Pemerintah harus mengupayakan dan terus mengawal para pelaku bisnis dalam sektor UKM serta membantu pada proses pendaftaran merek.
3. Sudah saatnya, sektor UKM mendapat perhatian dalam kegiatan perlindungan hukum merek, mengingat semakin tahun peningkatan pada sektor usaha kecil dan menengah selalu meningkat, jadi peran pemerintah daerah tidak hanya pada seputar pemberian bantuan Modal usaha atau kemudahan Kredit usaha Rakyat saja melainkan pemberian edukasi tentang Hukum dan Perlindungan Merek pula.
4. Pemberian penghargaan dari Pemerintah Daerah setiap tahun kepada pelaku usaha maupun produk produk UKM yang berkembang baik dan telah di Patenkan dan atau didaftarkan Mereknya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A.Zen Umar Purba, S.H. 2001 . Hak Kekayaan Intelektual dan Persaingan Usaha ' Ikhtisar Tiga UU Baru HaKI.
- Betlehn. A, dan Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia', *Law and Justice*, 3(1), Pp. 1–11.
- Dyah Permata, BA (2020) Perlindungan Hukum Hak kekayaan intelektual bagi produk kreatif usaha kecil menengah di Yogyakarta. *Jurnal Hukum Lus Quila Lustum Faculty of Law*, Universitas Islam Indonesia.
- Harris Munandar, dan Sally Sitanggang, 2010, Mengenal HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya, Erlangga Group, Jakarta, hal.3
- Muchsin (2003) Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia, Surakarta. Tesis Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.
- Muhamad Djumhana, Perkembangan Doktrin dan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm.78.
- Otto Hasibuan. 2008 . Hak Cipta di Indonesia. hlm 62
- Wilson, M and Kinghon, R (2014) *Brand Protection as A Total Business Solution Easlansing*. MI: Michigan state University.
- Azizah Nur Alfi. (2021) . jurnal *Asyik! Subsidi Bunga KUR Diperpanjang hingga 2021, Plafon Rp253 Triliun*

<https://m.bisnis.com/amp/read/20201229/9/1336324/asyik-subsidi-bunga-kur-diperpanjang-hingga-2021-plafon-rp253-triliun> , Jakarta

A.W.A , Hendro Saptano , Kholis Roisah, (2016) Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah terkait hak kekayaan intelektual dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN. *Diponegoro Law Journal*, 5, pp 1-11.

Dyah Permata, BA (2018) Perlindungan Hukum Terhadap Kebudayaan Melalui World Heritage Centre Unesco. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 25(2), Pp. 256–276

Enny Mirfa (2016) Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, Vol II, No 1.

Farid Syafrudhi. 2012 . <http://Solopos.com>|Soloraya . 2012 . PEMALSUAN GARAM Polisi sita ribuan garam oplosan , Farid Syafrudhi/JIBI/SOLOPOS , 20 Maret 2012.

Hanifia Hana . 2019. Proses Pendaftaran Merek Bakpia Sembilan Klaten . *Jurnal Hukum Fakultas Hukum*, Universitas Islam Batik.

Kendar Umi Kulsum , 2020. <https://Kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/perkembangan-kebijakan-pemerintah-terhadap-umkm-di-indonesia>

Nurul Istiqomah, SE, M.Si, 2020 dalam jurnal *Peran Pemerintah Atasi Pandemi Covid 19* , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret (FEB UNS)

Sufiarina. Hak Prioritas dan Hak Eksklusif Dalam Perlindungan HKI , *jurnal Hukum ,Fakultas Hukum Universitas Tama Jagakarsa Jakarta*

Sulastris dan Satino. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware) Sulastris', *Yuridis Vol.*, 5(4), Pp. 160–172.

Tambunan, T (2011) Development of micro, small and medium enterprises and their constraints: A story from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 13(1), pp. 21–43.

Web site DJKI, <https://www.dgip.go.id>

#### Undang Undang :

Undang Undang nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 Pasal 5 ayat (1) , Pasal 18B ayat (2) , Pasal 20 , Pasal 33.

Undang Undang Pasal 5 (1) UU Desain Industri

Pasal 33 dan 35 UU Desain Industri ; Pasal 24 (3) ; Pasal 26 (5) UU Desain Industri.

Pasal 55 UU Paten dan Pasal 25 UU Merek

Lembaran Negara RI Tahun 1999 No.33