

## Urgensi dan Implementasi Pendaftaran Merek Untuk Pengembangan UMKM Yang Berkelanjutan

Diana RW Napitupulu

Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

E-mail: [diana.napitupulu@uki.ac.id](mailto:diana.napitupulu@uki.ac.id)

### Abstrak

Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) adalah suatu fenomena yang mulai menjadi atensi dari pihak pemerintah, karena menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM jumlah UMKM di Indonesia sekitar 64 juta dan jumlah itu mencerminkan sekitar 97% tenaga kerja secara nasional, selain itu UMKM mendobrak perekonomian masyarakat Indonesia, juga memberikan sumbangsih bagi pelaku-pelaku usaha kreatif Indonesia untuk dapat melebarkan bisnis mereka ke pasar yang lebih dominan. Salah satu tanda pembeda dari setiap UMKM ialah dengan adanya merek (*trademark*) yang digunakan juga sebagai tanda pengenal dari setiap produk yang dikembangkan atau setiap UMKM. Namun, pengimplementasian terhadap pendaftaran merek untuk setiap UMKM, baik yang telah berkembang maupun yang akan mulai melebarkan sayapnya belum mendapat sinergitas yang cukup bagi pengaturannya di Indonesia. Sehingga, melalui penelitian ini, penulis mengharapkan bahwa pendaftaran merek terhadap berbagai macam UMKM yang ada di Indonesia menjadi lebih tersinergi mengingat peran mereka yang cukup besar bagi ekonomi Indonesia.

**Kata Kunci:** Hak Kekayaan Intelektual; Pendaftaran Merek, Pengembangan UMKM.

### Abstract

*SMEs are a phenomenon that has begun to become an attention from the government, unless achieving a new economic standar di Indonesia, SME's in Indonesia has reached more than 64 millions and reflects around 97% of labourer, it also contributes to Indonesia creative business roler to be able to expand their business to a dominant market. One of the distinguishes signs is the existence of a trademark, which is also used as an identifier of each product that has been developed. However, the implementation of trademark registration, both those that have developed and those that will start to spread their targets has not received sufficient synergy for their arrangements in Indonesia. Moreover, through this study, the author expects that trademark registration of various tings of SMEs in Indonesia will be more synergized considering their considerable role for the Indonesia economy.*

**Keywords:** Intellectual Property Rights; Trademark Registration; SMEs development;

### PENDAHULUAN

Sebagai salah satu industri potensial, bisnis menjadi alasan cukup banyak orang yang beralih dari pekerja harian atau swasta, menjadi seorang pebisnis. Bahkan, tak sedikit pula dari mereka yang memulai karir bisnis mereka dari titik paling rendah. Indonesia dengan lebih dari 200 juta penduduk, telah memberikan titik terang terhadap fenomena bisnis. UMKM merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif. Bank Dunia mengklasifikasikan UMKM terhadap 3 jenis, yakni: (1) **Micro Enterprise**, dimana jumlah karyawan kurang dari 30 orang, dan pendapatan setahun tidak melebihi USD 3 juta; (2) **Small Enterprise**, dimana jumlah karyawan kurang dari 100 orang, dan pendapatan setahun tidak melebihi USD 100 ribu, dan jumlah aset tak melebihi USD 100 ribu; (3) **Medium Enterprise**, dimana jumlah karyawan maksimal 300 orang, dengan pendapatan setahun mencapai USD 15 juta, dan jumlah aset mencapai USD 15 juta. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mengelompokkan jenis usaha berdasarkan aset dan omsetnya, yakni: **Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah** dan **Usaha Besar**. Mengacu dari peraturan yang ada, maka asumsi dari pemerintah ialah bahwa penjualan tahunan rata-rata terhadap suatu bidang usaha ialah lima

kali kekayaan bersih usaha tersebut. Undang-Undang ini kemudian mengalami perubahan dengan hadirnya *Omnibus Law* melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dengan mempermudah pendirian dan perjinan usaha perorangan sebagai badan hukum.

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang cukup gencar-gencarnya melakukan pembangunan dalam berbagai sektor yang menunjang kebutuhan masyarakat dalam negeri maupun bidang ekonomi. Terdapat perbedaan antara sektor UMKM dengan sektor informal, walaupun terdapat beberapa kesamaan. Dari tahun ke tahun pun, pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami pertambahan yang cukup pesat.

Teknologi informasi sebagai salah satu media yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan perputaran arus globalisasi yang cepat dalam bidang industri dan perdagangan, termasuk UMKM. Hal ini pun kemudian menjadi dunia dan semua sistem perekonomian didalamnya sebagai suatu pasar tunggal bersama dalam era perdagangan bebas dunia, bahwa Indonesia sebagai negara berkembang harus mampu mengambil langkah-langkah yang tepat guna dan tepat hasil dalam mengantisipasi segala macam perubahan dan perkembangan.

Ide dan karya yang dikembangkan oleh suatu bisnis dan menjadi produk dan media konsumsi di masyarakat membuat pelaku usaha atau bisnis tersebut wajib menempatkan idenya tersebut untuk dilindungi oleh negara. Ide atau karya inilah yang kemudian dikenal dengan sebutan kekayaan intelektual (KI). Kekayaan Intelektual merupakan bagian dari sistem hukum yang memiliki kaitan yang cukup erat dengan industri, perdagangan dan investasi, serta dunia usaha.

Salah satu bentuk kekayaan intelektual yang melekat dalam dunia usaha ialah merek. Di Indonesia, pengaturan terhadap merek ialah dalam **Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis**. Pengaturan terhadap merek dalam undang-undang ini bukan merupakan pengaturan pertama kali, melainkan peraturan pembaharu yang merubah dan mencabut peraturan terdahulunya. Dalam Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis, dijelaskan bahwa:

*“Merek merupakan 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 barang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.”*

Pengaturan merek melalui undang-undang ini cukup banyak memberikan perubahan, salah satunya ialah dimulainya sistem pendaftaran merek yang terintegrasi secara *online* dengan beberapa di dunia dengan memberikan kemudahan akses pendaftaran. Kemudahan integrasi *online* ini sejalan dengan Indonesia yang adalah anggota dari TRIPs (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*). Pendaftaran merek tersebut wajib dilakukan mengingat sistem yang dianut ialah sistem konstitutif (*first to file principle*). Jika pendaftaran tidak dilakukan, maka hak merek tersebut tidak mendapat perlindungan oleh Negara. Kedudukan hak merek yang adalah satu dari berbagai jenis hak kekayaan intelektual (HKI) memiliki fungsi yang cukup strategis dan signifikan dalam dunia perdagangan. Hak ini tidak saja menjadi pembeda atau memiliki unsur pembeda antara barang maupun produk yang sejenis, melainkan suatu strategi pasar dalam merebut hati konsumen atau penikmat pasar.

Tanpa disadari, merek sendiri dapat menjadi suatu aset dari sebuah UMKM. Mayoritas orang yang sudah mengetahui produk tertentu karena *trademark* tertentu dan menjadi konsumen setia, akan membagikan kisahnya tersebut kepada banyak orang, sehingga dari hal-hal kecil tersebut, UMKM akan mengalami suatu pertumbuhan signifikan, dan itupun baru dari segi mereknya, belum kualitas, pelayanan dan lain-lainnya. Selain itu, pertumbuhan UMKM yang sangat pesat dapat menjadi satu solusi bagi pemerintah dalam proses penyerapan tenaga

kerja serta meningkatkan kualitas dan keahlian masyarakat. Perlahan-lahan, kontribusi UMKM yang signifikan terhadap ekonomi Indonesia ini juga turut membantu pemerintah pusat pada umumnya, dan pemerintah daerah pada khususnya dalam menyelesaikan masalah pengangguran, angka kemiskinan, memperluas kesempatan lapangan pekerjaan, serta meningkatkan pendapatan masyarakat.

Merek merupakan suatu aset intelektual dan juga aset ekonomis bagi pemiliknya yang berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis harus didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia untuk memperoleh *output* berupa Sertifikat Hak Merek. Sertifikat ini sebagai *output* bagi pemilik atau pemegang hak merek untuk melindungi aset intelektualnya. Sertifikat hak merek juga selain sebagai dasar kepemilikan hak merek, juga sebagai alat untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan merek.

Namun, pada kenyataannya, pendaftaran merek masih dianggap sulit dan rumit untuk beberapa kalangan pelaku UMKM. Hal ini dapat terjadi, mungkin karena beberapa faktor, yakni kurangnya sosialisasi oleh pemerintah, atau mungkin rumitnya pendaftaran merek menurut mereka pelaku UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dalam hal ini mencoba mengangkat suatu pokok permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana urgensi dan implementasi pendaftaran merek untuk pengembangan UMKM yang berkelanjutan?”

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ialah yuridis-normatif yang juga disebut sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen, karena lebih banyak dilakukan terhadap data-data yang bersifat sekunder yang ada di perpustakaan, bersifat deskriptif analisis, melalui pendekatan normatif “*legal research*”, dengan cara mengumpulkan dan mempelajari bahan hukum primer (*primary source*), bahan hukum sekunder (*secondary sources*) dan bahan hukum tersier (*tertiary source*). Proses analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian yang bersifat penemuan fakta-fakta seadanya (*fact finding*), termasuk juga usaha mengemukakan hubungan satu dengan yang lain dalam aspek yang diteliti tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengklasifikasikan jenis usaha berdasarkan kriteria aset dan omzet, yakni: **Usaha Mikro** merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih maksimal **50 juta rupiah** tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki omzet tahun maksimal **300 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 yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini, dengan kekayaan bersih berkisar **lebih dari 50 juta rupiah sampai 500 juta rupiah**, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha, dengan hasil penjualan tahunan **lebih dari 300 juta rupiah sampai dengan paling banyak 2,5 miliar rupiah**; **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, dengan jumlah kekayaan bersih harus **lebih dari 500 juta rupiah hingga**

**paling banyak 10 miliar rupiah, dengan penjualan tahunan lebih dari 2,5 miliar sampai paling banyak 50 miliar rupiah.**

Transformasi Bisnis UMKM merupakan sebuah proses untuk mengubah sistem, proses bisnis, dan teknologi secara menyeluruh untuk mencapai peningkatan yang dapat terukur dalam hal efisiensi, efektivitas, dan kepuasan pelanggan maupun karyawan. Transformasi bisnis hadir untuk melakukan percepatan perubahan, kompetisi digital dan harapan pelanggan. Salah satu jenis transformasi bisnis ialah transformasi bisnis digital. Transformasi Bisnis Digital memiliki beberapa manfaat, yakni: **(a)** *business insight* yang lebih kredibel; **(b)** melindungi dan mengontrol data; **(c)** mempermudah operasional; **(d)** *reinvest*; **(e)** kolaborasi modern; dan **(f)** prioritaskan produktivitas.

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran dengan prinsip *first to file*). Merek hanya mendapatkan perlindungan jikalau Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Ditjen KI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. 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. Perlindungan terhadap hak merek diperoleh setelah dilakukannya pendaftaran merek. Merek yang sudah didaftarkan disebutkan Merek Terdaftar. Perlindungan hak merek dimaksudkan untuk melindungi pemilikan atas merek, investasi dan *goodwill* (nama baik) dalam suatu merek, dan untuk melindungi konsumen dari kebingungan menyangkut asal usul suatu barang atau jasa. Perlindungan hak merek dilakukan melalui suatu **pendaftaran merek**.

Perlindungan terhadap merek terdaftar, yakni adanya kepastian hukum atas merek terdaftar, baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan sebagai alat bukti bila terjadi sengketa pelanggaran merek terdaftar. Merek menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*), serta reputasi suatu barang dan jasa hasil usaha sewaktu diperdagangkan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, sebagaimana diubah dengan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021, Pasal 3 menjelaskan:

- (1) Permohonan diajukan dengan mengisi formulir rangka 2 (dua) dalam bahasa Indonesia oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri;
- (2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
  - 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. Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas;
  - e. Label Merek;
  - f. Warna jika merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna; dan
  - g. Kelas barang dan/atau kelas jasa, serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.
- (3) Dalam mengajukan Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus melampirkan dokumen:
  - a. Bukti pembayaran biaya permohonan;
  - b. Label Merek sebanyak 3 (tiga) lembar, dengan ukuran paling kecil 2x2 cm dan paling besar 9x9 cm;
  - c. Surat Pernyataan Kepemilikan Merek;
  - d. Surat Kuasa, jika permohonan diajukan melalui Kuasa;
  - e. Bukti prioritas, jika menggunakan hak prioritas dan terjemahannya dalam bahasa Indonesia.

Pada umumnya, masalah-masalah yang sering menjadi kendala dalam perlindungan hukum pemilik merek terdaftar antara lain:

**a) Kelalaian masyarakat/UMKM untuk mendaftarkan mereknya;**

Terkadang, kelalaian UMKM menjadi salah satu penyebab dari maraknya kejadian yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemerintah ialah dengan secepat mungkin mendaftarkan mereknya agar dapat memperoleh perlindungan dari pemerintah.

**b) Partisipasi masyarakat/UMKM yang masih perlu ditingkatkan, karena masih enggan mendaftarkan merek usahanya;**

Banyak orang perlu meningkatkan kualitas merek mereka dengan jalan mendaftarkannya ke bagian terkait, sehingga perlindungan negara terhadap merek tersebut dapat menegaskan dari sisi perlindungan hukumnya;

**c) Kerjasama dengan instansi atau badan tertentu, baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung masih perlu ditingkatkan;**

Sinergitas antar lembaga, baik kementerian maupun non-kementerian masih perlu ditingkatkan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pemerintah secara aktif dapat membangun entitas terhadap merek mereka sendiri, dan mempromosikannya melalui pemerintah.

**d) Kurangnya Sosialisasi Manfaat Pendaftaran Merek**

Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis. Dengan adanya pendaftaran terhadap merek ini mencegah orang lain memakai merek yang sama. Tujuan pendaftaran merek ialah untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek.

Beberapa hal yang dapat menjadikan pendaftaran merek penting ialah:

1. Merek dapat menceritakan sesuatu kepada pembeli tentang mutu produk barang maupun jasa, sehingga konsumen bisa membedakan atau mencirikan dengan mudah antara produk yang asli dengan produk-produk yang identik atau serupa;
2. Merek dapat berfungsi sebagai alat untuk menarik perhatian kepada pembeli akan produk-produk yang baru yang mungkin akan bermanfaat bagi mereka; Jika konsumen merasa puas dengan produk tersebut, maka akan membeli atau memakai kembali produk tersebut di masa yang akan datang (untuk menciptakan pembeli menjadi pembeli setia dan menguntungkan);
3. Merek sebagai alat ukur pembeda antara produk yang dimilikinya dengan produk yang dimiliki pihak lain sebagai pesaingnya; Secara lebih luas, maka merek akan membantu pemilik merek atau penjual dalam melakukan segmentasi pasar.
4. Merek membuat lebih banyak lagi peluang bisnis yang terbuka; Kolaborasi merupakan salah satu langkah bijak yang ditempuh oleh negara-negara di dunia dalam menyempurnakan bahkan memperbaiki ekosistem bisnis di dunia.
5. Merek membuat sebuah produk memiliki identitas yang kredibel; melalui merek, maka pengusaha UMKM ini dapat melakukan promosi dengan mudah. Dengan adanya merek, maka terdapat pembeda produk. Sehingga, ketika seseorang telah mengenal merek, maka ketika melihat produk melalui sebuah promosi, mereka akan bisa langsung mengenali bahwa promo tersebut diberikan merek yang dimiliki.
6. Hak Eksklusif Merek; Dengan mendaftarkan merek ke Ditjen Kekayaan Intelektual, maka pemilik terdaftar bisa menggunakan merek tersebut dalam perdagangan sesuai kelas dan jenis barang/jasa yang telah didaftarkan. Selain itu, pemilik merek juga berhak melarang pihak lain menggunakan merek tersebut, kecuali mendapatkan izin.

7. Merek dapat menambah nilai aset perusahaan; Merek juga dapat digunakan untuk melakukan *branding* perusahaan, dimana melalui *branding* perusahaan dengan baik, maka secara tidak langsung, pengusaha UMKM tersebut dapat mengundang investor untuk datang dan menanamkan modal. Selain itu, merek juga akan menjadi lebih berharga ketika telah resmi terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (Ditjen KI).
8. Merek dapat mempermudah proses penjualan di masyarakat. Konsumen akan membeli sebuah produk, jikalau produk tersebut memiliki merek yang terkenal di masyarakat. Selain itu, mereka ini dikenal dengan kualitas yang sangat baik dan inovasi apapun mudah diterima oleh masyarakat umum. Merek yang terdaftar juga secara tidak langsung sebagai satu langkah maju untuk mentransformasi bisnis mereka dari suatu entitas bisnis yang tidak memiliki perlindungan hukum, menjadi suatu entitas yang dilindungi, serta dalam perjalanannya dalam mentransformasi bisnis yang menjadi lebih besar.

Transformasi bisnis menjadi suatu langkah bagi UMKM dalam memperbesar kapasitas bisnisnya. Transformasi bisnis dapat memperbaiki ekosistem bisnis yang ada. Transformasi bisnis juga dapat membuat penguatan dalam sektor-sektor bisnis tertentu untuk menentukan *market target* atau *market value* kedepannya.

Kurangnya sosialisasi dari pihak pemerintah menjadi salah satu alasan kenapa merek-merek tertentu belum mampu mengembangkan kapasitas bisnisnya. Masih cukup banyak merek-merek tertentu yang perlu beradaptasi dengan kondisi bisnis dan hukum yang ada. Sosialisasi yang kurang perlu menjadi suatu program pemerintah dalam mengedepankan asas perlindungan hukum dan kepastian hukum bagi para pelaku-pelaku bisnis.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Yang menjadi kesimpulan dari penelitian ini ialah bahwa pendaftaran merek sangat penting dalam rangka pengembangan bisnis dan produk dari suatu UMKM. Dengan dilakukannya pendaftaran merek, secara tidak langsung dapat meningkatkan promosi dari produk yang ada tersebut, dan tanpa disadari juga akan berdampak pada pengembangan bisnis UMKM kedepannya. Pendaftaran merek dapat menambah nilai aset UMKM itu sendiri. Produk-produk UMKM yang telah didaftarkan hak mereknya, akan memberi suatu tanda pembeda dari kompetitornya yang sejenis. Dengan terdaftarnya suatu merek, juga dapat memberikan perlindungan hukum terhadap pemegang hak merek tersebut, sehingga merek yang ada tidak disalahgunakan oleh pihak ketiga. Pentingnya memiliki merek yang terdaftar juga membantu mentransformasi bisnis, dari konvensional menjadi digital, dan membantu pengembangan kapasitas produk kedepannya. Transformasi bisnis menjadi salah satu langkah bagi UMKM dalam memperbesar kapasitas bisnisnya. Transformasi bisnis dapat memperbaiki ekosistem bisnis yang ada. Transformasi bisnis juga dapat memberikan penguatan terhadap beberapa sektor bisnis guna menentukan *market target* atau *market value* kedepannya.

Yang menjadi saran dari penulisan ini ialah:

1. Cukup banyak UMKM yang belum mendaftarkan hak mereknya ke lembaga terkait, karena kurangnya sosialisasi dari pihak Ditjen KI Kementerian Hukum dan HAM RI. Sehingga, yang mendapatkan perlindungan.
2. Perlu dilakukan sinergitas empat (4) institusi yang menangani masalah UMKM di Indonesia, yakni Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian Perdagangan dan Kementerian Perindustrian dan KADIN Indonesia dalam mensosialisasikan pendaftaran merek kepada seluruh UMKM di Indonesia, agar pengembangan bisnis semakin merata dan memberikan rekomendasi, sehingga pendaftaran merek untuk produk UMKM dapat dilaksanakan secara gratis sebagai wujud keberpihakan kepada pengembangan UMKM

secara berkelanjutan dan produk UMKM naik kelas dan menjadi bagian dari komoditas ekspor yang mampu menjangkau pasar internasional.

## **REFERENSI**

### **Buku**

- Hartono, Sunaryati. 1982. *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*. Binta Cipta. Bandung
- Hidayah, Khoirul. 2017. *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Setara Press. Jakarta
- Saidin, OK. 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual: Intellectual Property Rights*. Penerbit Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Widajaja Gunawan. 2001. *Rahasia Dagang*. Penerbit Raja Grafindo Persada. Jakarta

### **Peraturan Perundang-Undangan**

- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5953
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2019 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 71. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6335
- Republik Indonesia. Peraturan Presiden Nomor 68 Tahun 2019 tentang Organisasi Kementerian Negara. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 203
- Republik Indonesia. Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 68 Tahun 2019 tentang Organisasi Kementerian Negara. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 106
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 2134
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 105
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 17. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6619