

KEADILAN DALAM PERLINDUNGAN MEREK UMKM: EVALUASI HUKUM ATAS HAMBATAN DAN SOLUSI DALAM PENDAFTARAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL

Nooraini Dyah Rahmawati¹

¹Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

Email: ndrahmawati@ucy.ac.id

Abstrak: Pertumbuhan pesat industri Teknologi Informasi (TI) telah memberikan peluang signifikan bagi perluasan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tanpa terkecuali bagi industri bisnis di Indonesia, terutama dalam beberapa tahun terakhir menyusul pemulihan ekonomi global pasca pandemi. Namun, pertumbuhan ini juga telah menimbulkan sejumlah tantangan, khususnya dalam ranah perlindungan dan pendaftaran merek. Tinjauan literatur ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan hukum yang dihadapi pelaku usaha UMKM dalam proses pendaftaran dan perlindungan merek, dimulai dengan menekankan pentingnya merek yang kompetitif bagi UMKM dan peran mereka dalam membentuk daya saing yang sehat, serta dalam meningkatkan literasi dan kesadaran hukum pelaku UMKM. Selanjutnya, tinjauan ini mengulas aspek prosedural pendaftaran dan perlindungan merek di Indonesia, mengungkap tantangan yang dihadapi pemilik UMKM. Tantangan-tantangan ini meliputi masalah seperti kurangnya kesadaran dan informasi yang memadai mengenai kekayaan intelektual, keterbatasan anggaran, dan penegakan hukum kekayaan intelektual yang cenderung lambat. Selain itu, tinjauan ini menguji implikasi dari tantangan-tantangan hukum tersebut terhadap perkembangan UMKM di Indonesia dan mengusulkan strategi untuk mengatasi hambatan-hambatan ini dengan menyajikan analisis komprehensif yang memberikan wawasan berharga bagi pembuat kebijakan, praktisi hukum, dan pelaku usaha UMKM di Indonesia, agar dapat memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai subjek ini.

Kata Kunci: Hukum, Hak Kekayaan Intelektual, Merek, Merek Dagang, Bisnis, UMKM.

Abstract: The rapid growth of the Information Technology (IT) industry has provided significant opportunities for expansion of Micro Small Medium Enterprises (MSME) without exception to Indonesia business industry especially in the recent years following the world economic recovery from a global pandemic. However, this growth has also brought forth a myriad of challenges, particularly in the realm of trademark protection and registration. This literature review aims to explore the formal legal challenges faced by MSME owners in the process of trademark registration and its protection, it begins by emphasizing the importance of trademarks competitiveness for MSME and their role in fostering healthy business competition, and to enhance their legal literacy and awareness. Subsequently, this study delves into the procedural aspects of trademark registration and its protection in Indonesia, shedding light on the challenges encountered by MSME owners during this process. These challenges encompass issues such as lack of awareness and insufficient information on intellectual property, budget constraints, and the slow enforcement of intellectual property laws. Furthermore, this study examine the implications of said legal challenges on the development of Indonesian MSME and proposes strategies to address these obstacles by providing a comprehensive analysis that offer valuable insights for policymakers, legal practitioners and Indonesian MSME owners, that could contribute to a deeper understanding of the subject.

Keywords: Intellectual Property Rights, Brand, Trademark, Business, MSME.

A. PENDAHULUAN

Dalam kurun waktu lebih dari satu tahun wabah pandemi COVID-19 membuat perputaran roda dunia terhenti seketika, dampak yang dirasakan berbagai sektor terlebih pada sektor ekonomi dan industri perdagangan cukup signifikan tidak terkecuali perekonomian Indonesia. Perputaran roda ekonomi yang dipaksa untuk berhenti ini membuat pelaku usaha termasuk di dalamnya perusahaan baik lokal maupun multinasional memotong pengeluaran baik biaya produksi, pengurangan kuota produk, perubahan ketentuan operasional, bahkan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) hingga ada beberapa usaha yang gulung tikar atau bangkrut. Dampak pandemi COVID-19 tersebut yang kemudian menempatkan masyarakat pada posisi *survival mode* untuk mengupayakan segala daya demi menyambung hidup, salah satunya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdampak COVID-19 berjibaku mempertahankan usahanya begitu juga bagi masyarakat yang kehilangan pekerjaannya terpaksa untuk mencari mata pencaharian lain atau membuat usaha kecil yang dapat mengakomodir keperluan sehari-hari selama pandemi dan *lockdown* berlangsung.

Merujuk pada data yang disampaikan oleh Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, jumlah UMKM di Indonesia mencapai angka 64,2 juta. Pada tahun 2020 sektor UMKM telah berkontribusi terhadap kenaikan angka bruto produk domestik Indonesia senilai lebih dari 8.000 triliun rupiah atau senilai 61,07% dengan total serapan tenaga kerja 97% dan mampu menghimpun hingga 60,4% nilai dari total investasi.¹ Sebagai salah satu kontributor besar dalam meningkatkan resapan tenaga kerja dan devisa negara, pemerintah tentu turut andil mengupayakan daya

¹ Siaran Pers HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia> diakses pada 16 Desember 2023, 09.15 WIB

guna UMKM sebagai salah satu langkah upaya pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Melalui APEC Workshop yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2022 lalu, pemerintah menegaskan dukungan dalam bidang digitalisasi, akses keuangan serta partisipasi wanita dalam rangka membangkitkan UMKM. Selain diantaranya juga program Bantuan Produktif Usaha Mikro sebagai sarana bantuan digitalisasi UKM.² Namun cukup disayangkan, pembahasan terkait kepentingan pendaftaran merek dagang belum begitu menjadi sorotan.

UMKM memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia, tidak hanya dalam hal moneter, tetapi juga dalam hal sumber daya manusia (SDM). Dengan semakin banyaknya jumlah UMKM, maka semakin banyak pula lapangan kerja yang tersedia bagi masyarakat serta memberikan peluang lapangan kerja baru bagi para pekerja terdampak pandemi.³ Meningkatnya jenis usaha baru, tentu menjadikan beberapa jenis usaha beragam di berbagai jenis sektor. Pelaku usaha dihadapkan pada tantangan akan kreativitas agar produknya dapat bersaing dengan pelaku usaha lain, karena bersamaan dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha maka semakin ketat pula persaingan usaha yang mereka hadapi.

Seiring dengan perkembangan teknologi, pelaku UMKM pun mulai memanfaatkannya dalam memasarkan produk mereka guna meningkatkan daya saing. Akan tetapi beberapa pelaku UMKM masih belum begitu memahami konsep '*branding*' atau kekayaan intelektual yang ada pada suatu merek dagang produk tertentu. Karena mereka cenderung memprioritaskan angka penjualan dan pelanggan melalui

² Kominfo. Berita Pemerintahan. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/45201/digitalisasi-jadi-salah-satu-strategi-pemulihan-umkm-pascapandemi/0/berita> diakses pada 16 Desember 2023, 09.18 WIB

³ Alfin, A. *Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi COVID-19*. Jurnal Inovasi Penelitian. 2021

online branding dengan memanfaatkan sosial media, hingga kemudian mengesampingkan unsur legalitas *branding* tersebut dan pentingnya perlindungan merek dagang yang digunakan dalam jangka panjang dengan kekhawatiran produk yang dipromosikan sudah terdaftar atas nama orang lain atau tidak ingin direpotkan dengan prosedur yang dianggap rumit.⁴

Kekhawatiran tersebut juga dipicu dengan semakin berkembangnya teknologi dan industri bisnis, semakin banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM terutama dalam hal pendaftaran merek dagang yang menjadi sorotan di era modern saat ini.⁵ Tantangan hukum formal yang dihadapi oleh pemilik UMKM dalam pendaftaran merek dagang meliputi masalah kurangnya literasi maupun kesadaran hukum, kurangnya informasi dalam penanganan konflik maupun pendaftaran merek, hingga keterbatasan anggaran. Sementara itu, ancaman pemalsuan ataupun penggandaan merek oleh pihak tidak bertanggung jawab yang dilakukan tanpa sepengetahuan pemilik semakin marak dengan semakin ketatnya persaingan antar sektor usaha. Oleh karena itu, implikasi dari tantangan hukum perlindungan dan pendaftaran merek dalam rangka pengembangan UMKM perlu diperhatikan..

Namun, masih ada beberapa pelaku usaha terutama sektor UMKM tradisional yang beranggapan rangkaian prosedur untuk mendaftarkan merek dagang masih terlalu rumit, memakan waktu yang panjang dan memerlukan biaya yang tidak sedikit.⁶ Kurangnya informasi, literasi dan kesadaran akan prosedur hukum serta penerapan hukum yang belum bisa dikatakan sempurna, dapat memicu kekhawatiran, rasa acuh dan tidak

⁴ Subianta, Kepala Divisi Pelayanan Hukum dan HAM Kanwil Kemenkumham Jawa Timur. <https://jatim.kemenkumham.go.id/pusat-informasi/artikel/10602-pendaftaran-merek-dari-umkm-di-jatim-meningkat> diakses 16 Desember 2023, 10.11 WIB

⁵ Patricio Sáiz, Rafael Castro. *Trademarks in Branding: Legal Issues and Commercial Practices*. Business History 60. 2018

percaya dari pelaku usaha UMKM, disisi lain hak atas kekayaan intelektual merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam dunia bisnis.

Merek dagang itu sendiri merupakan karya intelektual sebagai hak yang perlu dilindungi. Kekayaan intelektual didefinisikan sebagai hak, hak tersebut bersifat personal, dan dari situlah muncul gagasan untuk melindunginya. Setiap karya manusia harus dihormati dan memiliki haknya, sehingga dapat mengambil dasarnya pada hak milik yang bersifat umum, yakni hak milik sebagai hak asasi.⁷ Oleh karena merek dagang adalah kekayaan intelektual, maka harus dilindungi sebagaimana hak atas aset lainnya. Merek dagang merupakan suatu properti dan hukum dibuat agar dapat berfungsi untuk melindungi masyarakat dan properti yang mereka miliki.⁸ Penggunaan merek dagang bagi pihak yang berhak terhadap produk perdagangan dan bisnis jasa akan berdampak pada nilai ekonomis, karena konsumen merek dagang akan memilih produk atau layanan tertentu.⁹

Kekayaan intelektual adalah sekumpulan hak yang diakui secara hukum ketika ide atau penemuan dilindungi.¹⁰ Sedangkan merek merupakan suatu kekayaan intelektual yang dilindungi oleh negara. Pengaturannya terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Perlindungan merek oleh negara terjadi apabila merek tersebut terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Merek yang telah terdaftar menjadi bukti bagi pemegang merek tersebut dan juga dapat digunakan untuk meminta kepada pihak lain agar memasarkan barang menggunakan merek

⁶ Suryansyah, S. Junaeda, I. *Tinjauan Hukum Pendaftaran Hak Merek Terhadap Produk Pangan Lokal dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Mamuju*. Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton. 2021

⁷ Hasibuan, Otto. *Perlindungan Hak Ekonomi Pencipta Lagu dan Pemegang Hak Terkait di Indonesia*. Desertasi. Yogyakarta: UGM. 2006

⁸ Kurnia, Titon Slamet. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs*. Bandung: PT. Alumni. 2011

⁹ Rongiyati, Sulasi. *Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Pada Produk Ekonomi Kreatif*. Jurnal Negara Hukum. 2018

tersebut. Merek yang telah terdaftar juga harus mendapatkan persetujuan dari merek yang terdaftar oleh orang lain dengan jenis barang yang sama sebelum kemudian produk tersebut diperjualbelikan di pasaran. Berdasarkan hasil observasi lapangan, pelaku UMKM di bidang industri rumahan yang mengolah produk makanan, notabene merek dagangnya tidak terdaftar. Para pelaku UMKM rumahan tersebut membuat *branding* hanya agar konsumen tertarik dan produk yang ditawarkan laku di pasaran, namun tidak banyak yang memiliki kehendak proteksionis untuk meresmikan nama produk mereka secara sukarela.¹¹

Kekayaan Intelektual (KI) seharusnya dipandang sebagai alat yang memberdayakan pertumbuhan ekonomi daripada konsep hukum yang kabur. Perlindungan hak atas KI memiliki peran penting dalam mendorong perubahan teknologi dan memfasilitasi pertumbuhan ekonomi. Nilai dari KI seringkali tidak dihargai dengan memadai dan potensinya dalam memberikan peluang untuk keuntungan di masa depan sering kali dianggap rendah oleh UMKM. Namun, ketika KI dilindungi secara hukum dan terdapat permintaan akan produk dan/atau layanan yang dilindungi KI di pasar, KI dapat menjadi aset bisnis yang berharga.¹²

Berdasarkan latar belakang tersebut, ada beberapa permasalahan yang kemudian dapat dirangkum menjadi pokok rumusan masalah dalam penulisan analisis ilmiah ini diantaranya adalah; pertama, apakah dasar hukum pendaftaran merek bagi UMKM dalam menjaga legalitas dan kelancaran kegiatan usaha mereka. Kemudian yang kedua, bagaimana sistematisa perlindungan hukum atas hak kekayaan intelektual dalam merek dagang kegiatan usaha UMKM. Atas dasar itulah artikel ini

¹⁰ Mohd Noo, N. A. *Intellectual Property Rights and Agro-based Natural Product: Malaysian Legal Perspective*. Journal of Politics and Law.

¹¹ Fibrianti, Nurul. *Trademarks and The Protection for Business Actors in Indonesia: Some Contemporary Issues and Problems*. Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services.

¹² Sukamirjan, Sati-Salmah. Sapong, Olivia De Vega. *The Importance of Intellectual Property for SEMs; Challenges and Moving Forward*. UMK Procedia. International Agribusiness Marketing Conference (IAMC) 2013.

ditujukan agar dapat mewujudkan literasi dan kesadaran hukum masyarakat di bidang perlindungan hak kekayaan intelektual merek dagang terutama pelaku UMKM, serta agar dapat memberikan gambaran dan langkah strategis penanganan akan hambatan atas penerapan hukum dalam perlindungan hak kekayaan intelektual merek dagang terutama ditujukan bagi para *stakeholders* penyusun dan pembuat kebijakan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggabungkan aspek hukum yuridis dan normatif dengan sifat deskriptif, dengan menelaah teori-teori serta konsep maupun asas hukum relevan dan peraturan perundang-undangan. Soerjono Soekanto mengartikan penelitian hukum yuridis-normatif sebagai hasil penelitian yang dilakukan dengan mengolah bahan pustaka atau sekunder dan perundang-undangan atau primer.¹³ Pendekatan yuridis adalah dengan menelaah peristiwa melalui analisa hukum, norma, asas-asas hukum, doktrin dan peraturan perundang-undangan. Sedangkan penelitian normatif menelaah sistematika hukum, dengan tujuan agar dapat mengidentifikasi pengertian maupun dasar-dasar dalam suatu peraturan perundang-undangan atau hukum yang berlaku dan relevan dengan topik pembahasan.¹⁴

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan deskriptif analitis yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan teori-teori hukum dan implementasi dari hukum yang bersangkutan dalam menangani masalah yang telah diidentifikasi.¹⁵ Melalui metode

¹³ Soekanto, Soerjono. Mamudji, Sri. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1994

¹⁴ Sunggono, Bambang. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2016

¹⁵ Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press. 2010

penelitian yang diterapkan, diharapkan dapat mengurai hambatan hukum yang dihadapi pelaku UMKM dalam rangkaian prosedur pendaftaran maupun perlindungan merek dagang, merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi, Konvensi Internasional, maupun peraturan perundang-undangan lain serta teori yang relevan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendaftaran Merek Dagang di Indonesia

Masalah merek dagang di Indonesia pertama kali diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Tanda-tanda Perusahaan dan Merek Dagang yang diundangkan pada 11 Oktober 1961, selanjutnya disebut sebagai Undang-Undang Merek Dagang tahun 1961, menggantikan hukum warisan kolonial Belanda tahun 1912 tentang Hak Kekayaan Industri. Merujuk pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1961, bagi pemilik merek dagang yang ingin melindungi haknya berdasarkan hukum merek dagang, tidak ada keharusan untuk mendaftarkan. Hak atas merek dagang ditentukan berdasarkan penggunaan pertama kali, sementara pendaftaran hanya menghasilkan asumsi bahwa pendaftar adalah pengguna pertama, kecuali ada bukti sebaliknya. Sistem ini dikenal sebagai sistem registrasi deklaratif atau sistem *'first to use'*.¹⁶ Terdapat dua sistem registrasi hak merek dagang, yaitu Sistem Deklaratif dan Sistem Konstitutif. Sistem Deklaratif, yang juga disebut sistem pasif,

¹⁶ Abdurrahman, Humaedi. *Asas First to File Principal dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal BENSU*. Jurnal Aktualita. 2020

mengasumsikan bahwa pihak yang terdaftar adalah pihak yang berhak atas merek dagang yang terdaftar sebagai pengguna pertama.¹⁷

Pendaftaran merek dagang dengan Sistem Deklaratif di Indonesia dianggap tidak lagi sesuai dalam perkembangannya. Oleh karena itu, diberlakukannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, selanjutnya disebut sebagai Undang-Undang Merek Tahun 1992 yang menerapkan sistem pendaftar pertama (*first to file system*) menggantikan Undang-Undang Merek Tahun 1961 yang semula menerapkan Sistem Deklaratif (*first to use system*).¹⁸ Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 diubah oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek, dan digantikan oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, kemudian yang terakhir digantikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sejak diberlakukannya Undang-Undang Merek Tahun 1992 dengan perubahannya hingga terakhir dengan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Tahun 2016, sistem pendaftarannya sama, yaitu mengadopsi Sistem Konstitutif atau *first to file system* yang mewajibkan pemilik merek dagang untuk mendaftarkan guna memperoleh perlindungan hukum di bawah Undang-Undang Merek.

Beberapa perubahan dalam regulasi di bidang KI, khususnya merek, juga dipengaruhi oleh keikutsertaan negara Indonesia dalam beberapa konvensi internasional seperti *The Paris Convention for Protection of Industrial Property* tahun 1883, yang telah diratifikasi dengan Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979, *Agreement Establishing The World Trade Organization* atau Perjanjian Pendirian Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) yang juga diratifikasi oleh Indonesia melalui Undang-Undang

¹⁷ Purwaningsih, Endang. *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights Kajian Hukum Terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual dan Kajian Komparatif Hukum Paten*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2005

¹⁸ Abdurrahman, *Op. Cit.*

Nomor 7 Tahun 1994.¹⁹ Dalam satu dokumen yang terlampir dalam Perjanjian Pendirian WTO, terdapat kesepakatan terkait perdagangan yang mencakup hak kekayaan intelektual, termasuk perdagangan barang palsu yang dikenal sebagai *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Including Trade in Counterfeit Goods* (TRIPs). Di Indonesia, sejak berlakunya Undang-Undang Merek Tahun 1992 hingga digantikan oleh Undang-Undang Merek Tahun 2001, pendaftaran telah menjadi dasar hak atas merek (Sistem Konstitutif), dan juga dipengaruhi oleh prinsip yang serupa dalam Konvensi Paris. Pasal 6 bis dalam Konvensi Paris, yang juga diatur dalam Pasal 16 (3) Persetujuan TRIPs.

Pasal 6 bis Konvensi Paris menyatakan:

“Article 6 bis of the Paris Convention (1967) shall apply, mutatis mutandis, to services. In determining whether a trademark is wellknown, account shall be taken of the knowledge of the trademark in the relevant sector of the public, including knowledge in that Member obtained as a result of the promotion of the trademark.”

Pasal 16 (3) dalam TRIPs menyatakan:

“Article 6bis of the Paris Convention (1967) shall apply, mutatis mutandis, to goods or services which are not similar to those in respect of which a trademark is registered, provided that use of that trademark in relation to those goods or services would indicate a connection between those goods or services and the owner of the registered trademark and provided that the interests of the owner of the registered trademark are likely to be damaged by such use.”

Berdasarkan ketentuan tersebut, dalam Pasal 6 bis Konvensi Paris berlaku *mutatis-mutandis* atau yang berarti ‘dengan perubahan yang diperlukan’ dalam hal perlindungan atas merek dagang, negara anggota dapat membuat peraturan persyaratan tertentu terlebih apabila penggunaan suatu merek dagang mengakibatkan kerugian bagi pemilik merek. Kemudian dalam Pasal 16 (3) TRIPs menegaskan apabila penggunaan suatu merek baik yang tidak sama ataupun sejenis dengan

¹⁹ Purwandoko, Prasetyo. *Implementasi Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights oleh Pemerintah Indonesia*. Jurnal Yustisia. 2006

merek yang sudah terdaftar akan tetapi penggunaan merek tersebut berpotensi merugikan pemilik merek terdaftar maka prinsip-prinsip yang ada pada Pasal 6 bis Konvensi Paris akan diterapkan dalam konteks perlindungan merek dagang.

Dalam peraturan yang diatur di Pasal 4 Undang-Undang Merek Tahun 2001, orang yang mendaftarkan merek pertama kali (*first to file*) dengan iktikad yang baik (*good faith*) adalah pemilik merek yang sah. Oleh karena itu, orang tersebut memiliki hak untuk menolak atau membatalkan pendaftaran suatu merek serupa yang merupakan salinan, tiruan atau terjemahan sesuai dengan ketentuan yang telah diatur dalam Pasal 6 bis Konvensi Paris tersebut di atas.²⁰

Dalam pendaftaran sistem *first to file*, hak atas merek ditentukan berdasarkan registrasi. Sistem pendaftaran ini memberi hak kepada pemilik merek dagang untuk mendaftarkan merek dagangnya untuk pertama kalinya.²¹ Dengan kata lain, hak atas merek diberikan kepada pemohon pertama, dengan catatan pendaftaran merek dalam sertifikat merek dagang sebagai bukti kuat bagi pihak yang berhak atas merek. Dengan diberikannya sertifikat merek sebagai tanda bukti yang kuat bagi pihak yang memiliki merek tersebut. Nilai bukti dari sertifikat merek setara dengan akta resmi. Ini adalah salah satu jenis bukti yang disebut dalam Pasal 1868 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) karena formatnya diatur oleh hukum.²² Hal tersebut tentu menjamin akan adanya kepastian hukum dalam perlindungan atas pendaftaran merek dagang di Indonesia.

Akan tetapi, dalam penerapannya harapan akan kepastian hukum yang dikehendaki belum sepenuhnya tercapai. Hal ini terlihat dari

²⁰ Hasibuan, Efendy. *Perlindungan Merek Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat*. Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia. 2001

²¹ Purwaningsih, *Op.Cit.*

²² Sembiring, Sentosa. *Prosedur dan Tata Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: CV Yrama Widya. 2002

beberapa kasus pembatalan merek terdaftar, baik oleh pemilik yang telah mendaftarkan merek, maupun oleh pihak yang merasa sebagai pemilik merek meskipun mereka belum mendaftarkan merek mereka.

Hambatan Hukum Pendaftaran Merek Dagang Bagi UMKM Seiring dengan Berkembangnya Industri di Indonesia

Seiring dengan perkembangan teknologi dan dunia digital, pemasaran produk semakin mudah dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan kecepatan tukar informasi melalui sosial media dan internet yang semuanya dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*. Mulai dari informasi tentang resep masakan, tips keuangan, *fashion*, edukasi, perbankan, hiburan, bahkan hingga politik. Berbagai latar belakang profesi memanfaatkan hal tersebut untuk kepentingan yang mereka kehendaki, tidak terkecuali pemilik UMKM dalam memasarkan produknya maupun berinteraksi dengan konsumen atau rekan bisnis. Teknik *marketing* atau *branding* produk semakin beragam dan dengan mudahnya akses informasi, tentu persaingan usaha semakin ketat. Pelaku UMKM dituntut untuk membuat *branding* yang menarik, unik, dan *unprecedented* (belum digunakan sebelumnya). Hal ini memicu munculnya merek yang beragam dengan hasil dari kreativitas pelaku usaha, dan hal tersebut bisa dikategorikan sebagai Kekayaan Intelektual karena hasilnya memiliki nilai.

Kurangnya pemahaman mengenai relevansi HKI dalam operasional bisnis sehari-hari, ditambah dengan biaya tinggi yang diperlukan untuk memperoleh dan menegakkan hak tersebut, menjadi faktor utama yang menghambat UMKM dalam melindungi aset HKI mereka. Persepsi bahwa sistem HKI bersifat teknis, rumit, serta memakan waktu turut memperburuk kondisi ini. Padahal, mengingat UMKM mencakup sekitar 90% dari keseluruhan entitas bisnis di dunia dan berkontribusi lebih dari 70% terhadap produksi barang dan jasa, pemanfaatan HKI secara optimal oleh UMKM bukan hanya krusial bagi daya saing mereka, tetapi juga merupakan elemen fundamental dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta mendorong inovasi.²³

²³ Gee, H. L., Azmi, A. G., et al. *Reforms Towards Intellectual Property-Based Economic Development in Malaysia*. The Journal of World Intellectual Property Vol. 12 (4). p. 317-337. 2009

Negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, menghadapi tantangan tersendiri dalam mengimplementasikan serta menegakkan perlindungan HKI yang efektif. Kendala tersebut berakar pada lemahnya infrastruktur hukum, keterbatasan sumber daya dalam penegakan aturan, serta faktor budaya yang memengaruhi penerapan hukum HKI. Dalam konteks Indonesia, regulasi terkait alih HKI masih bersifat kompleks dan kurang terintegrasi secara harmonis, yang pada akhirnya menghambat efisiensi serta kepastian hukum dalam proses tersebut.²⁴ Upaya untuk membangun ekosistem inovasi yang kuat, didukung oleh investasi strategis dalam sektor pendidikan dan teknologi, dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perlindungan HKI. Dengan demikian, HKI tidak hanya menjadi instrumen hukum semata, tetapi juga berfungsi sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.²⁵

Sistem perlindungan HKI di Indonesia saat ini menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks terutama bagi industri kreatif, terlebih dengan berkembangnya teknologi dan industri kreatif digital dan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) merupakan titik balik dimana maraknya pembajakan, lemahnya mekanisme penegakan hukum, serta urgensi pembaruan kerangka regulasi yang lebih efektif menjadi tantangan utama bagi kepastian hukum HKI.²⁶ Kurangnya keselarasan birokrasi dan efisiensi dalam proses alih HKI dalam sistem hukum Indonesia turut menjadi hambatan utama dalam pengembangan regulasi HKI yang lebih progresif dan adaptif terhadap kebutuhan industri.²⁷

Dalam beberapa tahun terakhir, sistem HKI di Indonesia telah mengalami berbagai pembaruan, terutama melalui perubahan peraturan perundang-undangan yang mengatur aspek-aspek spesifik HKI, seperti merek dagang, desain industri, paten, hak cipta, dan rahasia dagang. Meski demikian, laporan *European Union Commission* tahun 2020 mengenai perlindungan dan penegakan HKI di negara ketiga menetapkan Indonesia sebagai negara Prioritas ke-2, mengingat masih tingginya tingkat pemalsuan merek dagang dan pembajakan hak cipta, lemahnya

²⁴ Herryani, MRTR. *Enhancing Legal Protection for Digital Transactions: Addressing Fraudulent QRIS System in Indonesia*. Rechtsidee Vol. 11 (1) p. 1-12. 2023

²⁵ Muchira, J. M. *Digital Media and Creative Economy Potential on Youth Employment in Kenya: A Grounded Theory Perspective*. Information and Learning Sciences Vol. 124 (5/6) p. 168-193. 2023

²⁶ Situmeang, A. Silviani, N. Z. Tan, David. *The Solving Indonesian Intellectual Property Rights Transfer Issue*. Al-Risalah: Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan, Vol. 23 (1) p. 59-74. 2023

²⁷ Marabessy, Fachrul. *Analisis Fatwa MUI tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*. I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies Vol. 2 (1) p. 33-50. 2023

perlindungan HKI oleh otoritas kepabeanan, serta kurangnya koordinasi dalam sistem penegakan hukum perdata dan unit penegakan hukum pidana yang khusus menangani pelanggaran HKI. Indonesia juga tetap berada dalam *Priority Watch List* yang dikeluarkan oleh *United States Trade Representative* (USTR) dalam Laporan Nomor 301 tahun 2020, dengan beberapa masalah utama terkait perlindungan merek dagang dan hak cipta, termasuk lemahnya koordinasi antar-lembaga dalam penegakan hukum, maraknya pembajakan hak cipta dan pemalsuan merek, kurangnya upaya terpadu dalam penegakan HKI, serta sanksi hukum yang belum memberikan efek jera bagi pelanggaran HKI di pasar fisik maupun daring. Mayoritas barang tiruan yang beredar di Indonesia merupakan barang impor, terutama dari Tiongkok²⁸ meskipun sebagian di antaranya juga diproduksi secara lokal. Penelitian yang dilakukan oleh LPEM Universitas Indonesia pada tahun 2014 atas inisiatif MIAP (Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan) memperkirakan bahwa kerugian ekonomi akibat pelanggaran HKI di Indonesia mencapai Rp65,09 triliun (US\$5 miliar), dengan dampak signifikan pada lima sektor utama, yaitu industri fesyen, kuliner, farmasi, kosmetik, dan perangkat lunak.²⁹

Strategi dan Solusi Mengatasi Hambatan Hukum dalam Perlindungan HKI di Indonesia

Menurut teori yang dikemukakan oleh Robert M. Sherwood, sebuah merek yang merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual harus mendapatkan penghargaan dari negara kepada pemilik merek sebagai penghargaan atas usaha kreatifnya dalam menemukan/menciptakan karya intelektual tersebut. Robert juga menyatakan bahwa pemilik yang telah menghabiskan waktu, uang, dan energi dalam menghasilkan karyanya harus mendapatkan kembali apa yang telah ia belanjakan.³⁰

Dengan perkembangan teknologi dan informasi, sebuah merek merupakan bentuk karya intelektual manusia yang memiliki peran yang sangat menentukan. Selain digunakan oleh pemilik untuk membedakan barang atau layanan tertentu dari barang sejenis lainnya, merek juga memiliki aspek hukum yang sangat luas, baik bagi pemilik atau

²⁸ UK Intellectual Property Office. Foreign & Commonwealth Office. *China-Southeast Asia Anti-Counterfeiting Project Summary Report*. 2015

²⁹ Mardanugraha, E. Wardhani, S. et al. *Economic Impact of Counterfeiting in Indonesia*. MAKARA MAS: Holding Company Universitas Indonesia. 2014.

³⁰ Mahardhita, Yoga. Sukro, Ahmad Yakub. *Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Melalui Mekanisme 'Cross Border Measure'*. Jurnal Ilmiah Hukum QISTIE. 2018

pemegang hak merek maupun untuk masyarakat sebagai konsumen yang menggunakan atau memanfaatkan barang atau layanan dari merek tertentu. Oleh karena itu, setiap individu atau organisasi perusahaan sangat memperhatikan pentingnya nama dan simbol yang digunakan dalam menjalankan bisnis dan memasarkan barang dan jasa. Simbol tersebut berguna untuk menunjukkan asal usul produk, serta perusahaan komersial yang terlibat dalam pembuatannya. Simbol dan nama tersebut di dunia usaha dikenal dengan sebutan *trademark*.³¹

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli dalam bidang *trademark* seperti George Akerlof maupun Landes dan Posner, mereka beranggapan bahwasannya *trademark* memiliki nilai informatif bagi konsumen dan pangsa pasar, maka dari itu, hukum yang mengatur tentang merek atau *trademark* dapat memberikan efisiensi ekonomi.³² Namun dalam pandangan teori ekonomi, secara tradisional *trademark* atau merek dianggap sebagai 'itik buruk rupa' dalam subjek kekayaan intelektual. Melalui beberapa sudut pandang teori ekonomi, merek dagang selalu dianggap sebagai barang pribadi atau investasi karakteristik tersendiri (idiosinkratik) dan penanda kualitas, jarang terkait dengan proses inovasi atau penciptaan.³³ Sedikit perkembangan teoritis terjadi sejak tahun 1987 yang pada umumnya berada dalam kerangka yang sama. Bahkan para revisionis yang berbeda pandangan terhadap ekonomi dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI), seperti Michele Boldrin dan David Levine, mengesampingkan merek dagang karena memiliki sifat atau esensi nilai yang berbeda dengan paten dan hak cipta.³⁴

Berdasarkan Pasal 1 poin (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, merek dagang merupakan tanda yang bisa ditampilkan secara grafis dalam bentuk gambar, logo, nama, kata-kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih diantaranya untuk membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh individu atau badan hukum dalam perdagangan barang dan/atau jasa. Dalam poin (5) dijelaskan bahwa hak merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk

³¹ Jened, Rahmi. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015

³² Akerlof, George A. *The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*. The Quarterly Journal of Economics. 1970

³³ Landes, William M. Posner, Richard A. *Trademark Law: An Economic Perspective*. The Journal of Law & Economics. 1987

³⁴ Boldrin, Michele. Levine, David K. *Against Intellectual Monopoly*. Cambridge: Cambridge University Press. 2008

jangka waktu tertentu dengan menggunakan merek itu sendiri atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya.

Tidak dapat dipungkiri bahwasannya merek memiliki fungsi pokok sebagai tanda atau identitas untuk mengenali atau membedakan suatu produk tertentu dengan produk yang lain, pelaku UMKM menyadari akan pentingnya hal ini dan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi-informasi kemudian mereka dapat memasarkan merek dagang mereka secara *online* dan dapat memberikan kemudahan bertransaksi dengan konsumen.

Namun disisi lain, semakin menjamurnya sektor dunia UMKM melalui *online marketing*, semakin menjamur juga ancaman dari oknum tidak bertanggungjawab yang memanfaatkan celah untuk melakukan pelanggaran dengan menyalahgunakan penggunaan merek. Mulai dari pemalsuan merek, pembajakan, penggunaan merek dagang tanpa izin untuk keuntungan pribadi karena masyarakat umum dapat dengan mudah mengakses merek/*trademark* suatu produk melalui internet. Tentu hal tersebut berimbas pada kerugian yang dialami oleh pemilik merek, karena persaingan menjadi tidak sehat, rusaknya pangsa pasar produk, menurunnya kepercayaan konsumen, bahkan hingga omzet penjualan yang anjlok.³⁵ Hal tersebut membuat perlindungan hukum di era digital semakin kompleks seiring dengan mudahnya akses terhadap karya cipta, yang meningkatkan risiko pelanggaran hak cipta. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014, perlindungan hak cipta mencakup tiga aspek: preventif, untuk mencegah pembajakan; sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 113 ayat (4); dan represif, melalui mekanisme penyelesaian sengketa bagi karya yang telah terdaftar. Meskipun pendaftaran tidak wajib, pencatatan karya tetap krusial dalam memperkuat perlindungan hukum.

Lanskap HKI di Indonesia mengungkap berbagai tantangan dan peluang terutama seiring dengan berkembangnya sektor industri, dari segi teknologi dan digital, serta sektor industri kreatif. Undang-Undang Hak Cipta mengatur perlindungan atas karya sastra, seni, dan ilmu pengetahuan dengan menetapkan hak serta batasan bagi pencipta. Undang-Undang Merek mengatur pendaftaran dan perlindungan merek

³⁵ Wicaksana, Dimas Ilham N. *Urgensi Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM*. Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://jogja.kemenumham.go.id/pusat-informasi/artikel/urgensi-pendaftaran-merek-dagang-bagi-pelaku-umkm> diakses pada tanggal 18 Desember 14.27 WIB

dagang yang esensial bagi identitas dan daya saing pasar.³⁶ Sementara itu, Undang-Undang Paten berfokus pada perlindungan inovasi dan kemajuan teknologi. Ketiga regulasi ini menjadi landasan hukum utama dalam sistem HKI Indonesia. Pemahaman mendalam mengenai substansi, mekanisme penegakan, serta kekurangan dalam penerapannya menjadi kunci bagi pelaku usaha di sektor kreatif untuk memastikan perlindungan hukum yang efektif dan mengatasi potensi celah regulasi.³⁷

Sistem perlindungan merek di Indonesia menerapkan prinsip *first-to-file*, di mana hak atas merek diberikan kepada pihak yang pertama kali mendaftarkannya di DJKI, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UU Merek dan Indikasi Geografis. Dalam sengketa merek, pemilik merek yang tidak terdaftar harus membuktikan bahwa pendaftaran pihak lain melanggar ketentuan dalam Pasal 20 atau 21, yang dapat menjadi dasar pembatalan sebagaimana diatur dalam Pasal 76 ayat (2). Namun, beban pembuktian yang berat, terutama jika merek telah didaftarkan lebih dahulu oleh pihak lain, menjadikan posisi hukum pemilik merek yang tidak terdaftar sangat lemah.³⁸ Oleh karena itu, pendaftaran merek menjadi langkah preventif yang krusial untuk melindungi hak atas identitas bisnis dan mencegah potensi sengketa di kemudian hari.

Peningkatan kesadaran hukum di kalangan pelaku UMKM mengenai pentingnya merek sebagai aset HKI perlu didorong melalui sosialisasi dan pendampingan pendaftaran merek. Undang-Undang Hak Cipta tidak hanya memberikan perlindungan hukum terhadap karya intelektual, tetapi juga mendukung ekosistem bisnis yang lebih kompetitif dan bebas dari persaingan tidak sehat. Pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam mempermudah regulasi perlindungan HKI melalui program yang mendorong UMKM untuk mendaftarkan mereknya. Selain itu, kerja sama antara Ditjen KI Kemenkumham dan Kementerian Koperasi dan UMKM, sebagaimana diatur dalam Keputusan Nomor M-10-UM.06.07.TH.2006, bertujuan meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan sistem HKI bagi UMKM.³⁹ Insentif pembiayaan pendaftaran merek, sebagaimana diatur dalam Keputusan Dirjen HKI Nomor HKI-

³⁶ Martinelli, I. Sugiawan, F. A. et al. *Copyrights Protection of Songwriters in Indonesia*. AURELIA: Jurnal Penelitian & Pengabdian Masyarakat Indonesia Vol. 2 (2) p. 1162-1166. 2023

³⁷ Aurellia, N. Roisah, K. *Legal Protection against Uregistered Marks and Unfair Competition Practices (Comparative Study of Indonesia and the United States)*. International Journal of Social Science and Human Research Vol. 06 (06) p. 3818-3821. 2023

³⁸ *Ibid*

³⁹ Fahrunnisa. et al. *Strategi Pengamanan Hukum Terhadap Merek Produk Hasil Industri UMKM di Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Hak Cipta*. ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora Vol. 01 (02) p. 270-282. 2023

09.OT.03.01 Tahun 2013, juga diberikan guna mendukung aksesibilitas pendaftaran bagi UMKM. Transparansi dalam proses sertifikasi HKI harus dijaga untuk mencegah pungli dan gratifikasi agar pelaku usaha dapat memperoleh haknya secara adil, terpercaya, dan tanpa diskriminasi. Dengan demikian, langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat kesadaran hukum dan meningkatkan daya saing UMKM dalam skala nasional maupun global.⁴⁰

D. KESIMPULAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, maka turut berkembang pula keberagaman industri ekonomi yang kemudian menjadi pemicu dibutuhkannya landasan dan kepastian hukum yang kuat agar dapat mengakomodir pelaku usaha terutama UMKM dalam perlindungan hukum merek di Indonesia. Pada dasarnya, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah memberikan dasar hukum yang cukup jelas, namun, implementasinya menjadi kendala utama ditambah dengan pesatnya perkembangan industri di era digital membuat UMKM menjadi golongan rentan dalam praktik penyelewengan hukum. Sistem *first-to-file* yang diterapkan Indonesia menempatkan UMKM yang belum mendaftarkan mereknya menduduki posisi pelaku usaha yang memiliki risiko terkena perebutan merek (*brand hijacking*). Demi terpenuhinya *legal-gap* yang dapat berjalan beriringan dengan kemajuan teknologi industri, maka pemerintah perlu untuk menyusun strategi yang lebih holistik dan inklusif, seperti meningkatkan literasi dan kesadaran hukum bagi UMKM, penyederhanaan proses pendaftaran, serta optimalisasi peran pemerintah dengan memangkas birokrasi dan memberikan dukungan kepada UMKM. Disamping itu, transparansi dalam proses sertifikasi merek dan penguatan penegakan hukum menjadi upaya yang krusial agar ekosistem usaha yang adil dan berkelanjutan dapat tercapai.

⁴⁰ Betlehn, A. Samosir, P. O. *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia*. Law and Justice Jurnal Vol. 3 (1) p. 3-11. 2018

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Boldrin, Michele., & Levine, David K. *Against Intellectual Monopoly*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- Hasibuan, Efendy. *Perlindungan Merek Studi Mengenai Putusan Pengadilan Indonesia dan Amerika Serikat*. Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2001.
- Jened, Rahmi. *Hukum Merek (Trademark Law) dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Kurnia, Titon Slamet. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terkenal di Indonesia Pasca Perjanjian TRIPs*. Bandung: PT. Alumni, 2011.
- Purwaningsih, Endang. *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights: Kajian Hukum Terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual dan Kajian Komparatif Hukum Paten*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Seokanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2010.
- Seokanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI PrSoekanto, Soerjono., & Mamudji, Sri. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994.
- Sembiring, Sentosa. *Prosedur dan Tata Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: CV Yrama Widya, 2002.
- Sunggono, Bambang. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.

Peraturan Perundang-Undangan

- Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPs Agreement), 1994.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten
- Keputusan Presiden Nomor 24 Tahun 1979 tentang Pengesahan Konvensi Paris untuk Perlindungan Kekayaan Industri
- Siaran Pers HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

Jurnal

- Abdurrahman, Humaedi. "Asas First to File Principal dalam Kasus Hak Merek Nama Terkenal BENSU." *Jurnal Aktualita*, 2020.
- Akerlof, George A. "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism." *The Quarterly Journal of Economics*, 1970.
- Aurellia, N., & Roisah, K. "Legal Protection against Unregistered Marks and Unfair Competition Practices (Comparative Study of Indonesia and the

- United States)." *International Journal of Social Science and Human Research*, Vol. 06 (06), 2023, p. 3818-3821.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. "Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia." *Law and Justice Jurnal*, Vol. 3 (1), 2018, p. 3-11.
- Fahrnunisa, et al. "Strategi Pengamanan Hukum Terhadap Merek Produk Hasil Industri UMKM di Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Hak Cipta." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, Vol. 01 (02), 2023, p. 270-282.
- Fibrianti, Nurul. "Trademarks and The Protection for Business Actors in Indonesia: Some Contemporary Issues and Problems." *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services*.
- Gee, H. L., & Azmi, A. G., et al. "Reforms Towards Intellectual Property-Based Economic Development in Malaysia." *The Journal of World Intellectual Property*, Vol. 12 (4), 2009, p. 317-337.
- Herryani, MRTR. "Enhancing Legal Protection for Digital Transactions: Addressing Fraudulent QRIS System in Indonesia." *Rechtsidee*, Vol. 11 (1), 2023, p. 1-12.
- Landes, William M., & Posner, Richard A. "Trademark Law: An Economic Perspective." *The Journal of Law & Economics*, 1987.
- Mahardhita, Yoga., & Sukro, Ahmad Yakub. "Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Melalui Mekanisme 'Cross Border Measure'." *Jurnal Ilmiah Hukum QISTIE*, 2018.
- Marabessy, Fachrul. "Analisis Fatwa MUI tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual." *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, Vol. 2 (1), 2023, p. 33-50.
- Mardanugraha, E., & Wardhani, S. et al. "Economic Impact of Counterfeiting in Indonesia." *MAKARA MAS: Holding Company Universitas Indonesia*, 2014.
- Martinelli, I., & Sugiawan, F. A. et al. "Copyrights Protection of Songwriters in Indonesia." *AURELIA: Jurnal Penelitian & Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 2 (2), 2023, p. 1162-1166.
- Muchira, J. M. "Digital Media and Creative Economy Potential on Youth Employment in Kenya: A Grounded Theory Perspective." *Information and Learning Sciences*, Vol. 124 (5/6), 2023, p. 168-193.
- Patricio Sáiz, & Rafael Castro. "Trademarks in Branding: Legal Issues and Commercial Practices." *Business History*, Vol. 60, 2018.
- Purwandoko, Prasetyo. "Implementasi Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights oleh Pemerintah Indonesia." *Jurnal Yustisia*, 2006.
- Rongiyati, Sulasi. "Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Pada Produk Ekonomi Kreatif." *Jurnal Negara Hukum*, 2018.
- Situmeang, A., Silviani, N. Z., & Tan, David. "The Solving Indonesian Intellectual Property Rights Transfer Issue." *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan*, Vol. 23 (1), 2023, p. 59-74.
- Sukamirjan, Sati-Salmah., & Sapong, Olivia De Vega. "The Importance of Intellectual Property for SEMs; Challenges and Moving Forward."

UMK Procedia. International Agribusiness Marketing Conference (IAMC), 2013.

Internet

Kominfo. "Digitalisasi Jadi Salah Satu Strategi Pemulihan UMKM Pascapandemi." Berita Pemerintahan. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/45201/digitalisasi-jadi-salah-satu-strategi-pemulihan-umkm-pascapandemi/0/berita> Diakses pada 16 Desember 2024, 09.18 WIB.

Subianta, Kepala Divisi Pelayanan Hukum dan HAM Kanwil Kemenkumham Jawa Timur. "Pendaftaran Merek dari UMKM di Jatim Meningkat." <https://jatim.kemenkumham.go.id/pusat-informasi/artikel/10602-pendaftaran-merek-dari-umkm-di-jatim-meningkat> Diakses 16 Desember 2024, 10.11 WIB.

Wicaksana, Dimas Ilham N. "Urgensi Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku UMKM." Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://jogja.kemenkumham.go.id/pusat-informasi/artikel/urgensi-pendaftaran-merek-dagang-bagi-pelaku-umkm> Diakses pada tanggal 18 Desember 2023, 14.27 WIB.

Laporan Lembaga Pemerintahan

UK Intellectual Property Office & Foreign & Commonwealth Office. China-Southeast Asia Anti-Counterfeiting Project Summary Report, 2015.