

## Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Pelaku UMKM di Indonesia

**Fatmawati, Aminah**

Program Studi Magister Kenotariatan  
Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro  
nyfatma.08@gmail.com

### *Abstract*

*UMKM as a small-scale industry still think that protection of intellectual property is not important. This is proved by still few UMKM Trademark registration at Ditjen of Intellectual Property. Research method is used Juridical Normative. The results of this study is Trademark is one of the protected rights from intellectual property rights. Trademark used as instrument to distinguish goods and services that produced by another company that similar, or used to marking product to indicate the origin. The conclusion of this study is efforts in provide trademark protection against UMKM in a way registering UMKM trademark. Because UMKM have capital limitations, assets and yearly outcomes if compared business Non-UMKM, because of that government provide ease for UMKM to trademark registration, that is through cheaper cost for UMKM trademark registration policy compared Non-UMKM trademark, cooperate between Dirjen HKI Kementerian Hukum dan HAM and Kementerian Koperasi dan UMKM, giving financing incentives UMKM trademark registration, and collective trademark registration of UMKM.*

**Keywords:** *legal protection; brand; UMKM*

### **Abstrak**

UMKM selaku suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan masih minimnya registrasi Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Metode penelitian yang dipakai yaitu adalah Yuridis Normatif. Hasil dari penelitian ini yaitu Merek merupakan salah satu hak yang dilindungi dari HKI. Merek sejak lama digunakan selaku alat untuk membedakan benda dan jasa yang di produksi oleh suatu perusahaan lain yang sejenis, atau digunakan untuk memberikan tanda dari produk yang dihasilkan dengan maksud menunjukkan asal-usul dari suatu produk. Kesimpulan penelitian ini adalah upaya dalam memberikan perlindungan merek terhadap UMKM adalah dengan metode mendaftarkan merek UMKM. Karena kriteria pelaku usaha UMKM mempunyai keterbatasan dari modal, aset maupun hasil penjualan tahunan jika dibandingkan dengan usaha Non-UMKM, oleh karenanya pemerintah memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek, yaitu lewat kebijakan biaya registrasi merek UMKM yang lebih murah dibandingkan merek Non-UMKM, melakukan kerjasama antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, memberikan insentif pembiayaan registrasi merek UMKM, serta registrasi merek kolektif UMKM.

**Kata kunci:** *perlindungan hukum; merek; UMKM*

### **A. PENDAHULUAN**

Konsep merek selaku dari HKI tidak melekat dari penafsiran kalau hak merek awalnya di golongan HKI lainnya, semacam hak cipta. Terdapat unsur kreatif dalam suatu merek, semacam logo ataupun huruf. Terdapat hak cipta di bidang seni, Tetapi hak merek bukan hak cipta di golongan seni

yang diberikan perlindungan, Melainkan merek itu sendiri serta hak merek itu dibatasi di dalam pemakaian ataupun pemakaian dalam hasil karya yang dipasarkan serta mempunyai nilai yang terjangkau (Sulastri, 2018). Merek untuk produsen ialah citra nama baik untuk perusahaan, tidak hanya itu saja, merek ialah komponen dari strategi bisnis. Tidak terdapat seorang produsen yang bukan memakai merek selaku bukti dari benda yang dijasakan ataupun diproduksi. Label yang diterbitkan di merek tersebut ialah pembeda antara merek suatu perusahaan tertentu serta pengenal dengan merek perusahaan yang lainnya.

Hak atas merek ialah hak yang berkarakter khusus (*exclusive*) yang dialokasikan dari negara terhadap pemiliknya buat memakai sendiri merek itu ataupun membagikan izin untuk orang lain buat memakainya. Alokasi hak khusus dari negara, menanggung konsekuensi kalau buat mendapatkannya wajib lewat metode registrasi, kemudian karakter registrasi ialah kewajiban (*compulsory*). Supaya hak merek itu menemukan proteksi serta pengesahan oleh negara, maka pemilik merek wajib melakukan pendaftaran pada negara. Bila ada merek tidak dilakukan pendaftaran, maka merek itu tidak bisa diberikan perlindungan dari negara. Akibatnya merek itu bisa dipakai oleh tiap-tiap individu (Sujatmiko, 2011).

Merek yang bisa ditunjukkan secara grafis berbentuk kata, logo, gambar, nama, huruf, angka, lapisan warna, wujud 2 dimensi ataupun 3 dimensi, hologram, suara, ataupun campuran oleh 2 ataupun lebih itu tersebut buat memisahkan benda ataupun jasa yang dilakukan oleh badan hukum ataupun individu dalam aktivitas jual beli benda ataupun jasa. Suatu bisnis tidak bisa dilepas dari Merek dagang ataupun jasa pada zaman modern ini, sebab merek ialah bukti dari produk yang diperjualbelikan. Selaku profil, merek ialah ciri pemisah antara jasa yang sejenis ataupun produk benda yang diperjualbelikan dari pelaku usaha. Dari adanya suatu Merek, maka konsumen dapat memastikan suatu opsi dengan tidak munculnya kebimbangan.

UMKM selaku industri berskala kecil berprasangka kalau perlindungan kekayaan intelektual bukan merupakan hal yang berarti. Hal tersebut ditunjukkan dengan masih sedikitnya registrasi Merek UMKM di Ditjen Kekayaan Intelektual. Informasi statistik registrasi Ditjen KI menampilkan kalau sepanjang periode 2016-April 2018 registrasi Merek Non UMKM mendominasi sebanyak 91,45% sebaliknya buat merek UMKM cuma sebanyak 8.55%.<sup>6</sup> Padahal, menurut pemikiran *World Intellectual Property Rights* (WIPO), UMKM mempunyai banyak kemampuan dalam berkembang untuk kreativitas serta inovasi dari produk. Tetapi, sayangnya pemahaman pelaku UMKM akan seriusnya penggunaan HKI buat menunjang aktivitas usaha yang masih rendah.

Berhubungan dari hal tersebut, registrasi merek pula berhubungan erat dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *World Intellectual Property Rights (WIPO)* berkomentar kalau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai banyak kemampuan buat bekmebang serta berinovasi dan berkeaktivitas atas produk (SardjoNomor, Agus, 2013). UMKM begitu berfungsi dalam meminimalisasi tingkatan pengangguran yang terdapat di Indonesia serta pula berfungsi dalam mendesak laju perkembangan ekonomi setelah kritis moneter tahun 1997 dikala perusahaan besar menghadapi masalah dalam meningkatkan usahanya. Tetapi, pemahaman pengusaha UMKM akan bergunanya perlindungan HKI buat menunjang aktivitas usaha mereka yang rendah. Contohnya pemakaian merek yang bertujuan buat membedakan produk satu dengan produk yang lain. Registrasi merek bagi pengusaha UMKM bisa menolong konsumen mengidentifikasi produk yang sudah dihasilkan oleh mereka, sehingga mempermudah para konsumen buat mencari serta membeli benda-benda tersebut.

Perlindungan merek di Indonesia mengikuti asas konstitutif (registrasi) dengan metode *first to file* (Hidayah, 2017). Maksudnya, Merek cuma memperoleh perlindungan jika Merek itu dilakukan pendaftaran ke pemerintah lewat kementerian Hukum dan Ham serta dalam hal ini berada di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM mempunyai produk baik berbentuk benda ataupun jasa dengan memakai produk merek tetapi tidak didaftarkan, lalu pelaku usaha UMKM itu akan lenyap perlindungan hukum dari mereknya.

Pemilik merek yang sudah melakukan pendaftaran akan memperoleh Hak Merek, ialah hak eksklusif yang dibagikan oleh Negara terhadap pemilik merek yang sudah terdaftar umum Merek. Bersumber pada Hak Merek itu, para pemilik Merek memperoleh perlindungan hukum hingga bisa meningkatkan usahanya secara tenang tanpa khawatir Mereknya diklaim dari pihak lain. Disisi lain, pihak-pihak tertentu yang ingin melewati jalan pintas dengan melaksanakan peniruan dari merek yang sudah terdaftar.

Dari latar belakang di atast, maka penulis tertarik menulis artikel dengan judul “Perlindungan Hukum Atas Merek Bagi Pelaku Umkm Di Indonesia”.

Untuk membahas permasalahan dalam artikel ini diperlukan teori yang tepat untuk menemukan dan menyelesaikan persoalan yang ditemukan. Teori tersebut antara lain:

#### 1. Teori Perlindungan Hukum

Penafsiran perlindungan hukum ialah suatu perlindungan yang dibagikan dari subyek hukum dalam wujud instrument hukum baik yang represif ataupun yang preventif, baik yang tidak tertulis

ataupun tertulis. Oleh karena itu perlindungan hukum selaku cerminan dari guna hukum ialah rancangan dimana hukum bisa melakukan ketertiban, keadilan, kemanfaatan, kedamaian dan kepastian.

Perlindungan hukum sangat diperlukan untuk manusia dalam perikelakuan di masyarakat buat membagikan keadilan untuk masyarakat. Intinya, perlindungan hukum merupakan perlindungan dari martabat serta harkat, dan pengakuan dari hak asasi manusia yang dipunyai oleh subjek hukum dari negara hukum, bersumber pada syarat dari kesewenangan (Hadjon, 2007).

Jadi bisa disimpulkan penafsiran perlindungan hukum pada dasarnya hukum memberikan perlindungan ialah memberikan kedamaian yang intinya merupakan keadilan (Tutik, 2008). Bila yang diatur merupakan ikatan antara perseorangan dengan negara maka keadilan yang dibagikan ialah membagikan apa yang jadi jatahnya, namun bila yang diatur ikatan antara perseorangan, untuk itu keadilan yang diselenggarakan ialah membagikan pada seluruh orang sesuai porsinnya masing-masing.

Komponen-komponen yang ada dalam definisi teori perlindungan hukum tersebut, antara lain: Terdapatnya wujud perlindungan ataupun tujuan perlindungan: Memberikan jaminan kepastian hak kepada UMKM yang dilindungi dengan memberikan dorongan seperti insentif, pembinaan, pemantauan selaku upaya pemihakkan pemerintah terhadap ekonomi rakyat yang lemah agar bisa maju, mandiri dan berdaya saing. Subjek perlindungan hukum: Pengusaha lokal atau UMKM. Objek Perlindungan hukum: Hak-hak masyarakat (pelaku UMKM) terhadap keberlangsungan usahanya lewat kebijakan pemerintah yang sifatnya mendukung dan melindungi UMKM dari pesaing asing dan pengusaha besar serta dalam hal ini juga terkait dengan UMKM yang mengalami perselisihan atau sengketa dengan mitra bisnis asing.

Berdasarkan permasalahan yang sudah disebutkan dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana peran merek sebagai kekayaan intelektual?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap merek umkm di Indonesia?

Ditemukan penelitian yang membahas persoalan yang sama dengan artikel ini antara lain artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Risky Sianipar yang berjudul “Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis, membahas mengenai perlindungan hukum hak atas Merek di Indonesia (Sianipar, 2019). Perbedaan dengan penelitian ini, penulis

membahas upaya perlindungan hukum terhadap Merek UMKM di Indonesia. Selanjutnya Rinitami Njatrijani dalam penelitiannya, “*Qua Vadis* UMKM Jawa Tengah Di Masa Pandemi Covid-19” (Njatrijani, 2020), membahas tentang bagaimana kebijakan pemerintah Jawa Tengah menyikapi debitur UMKM yang terdampak pandemi Covid 19 agar tidak terjadi kredit macet, sedangkan penelitian ini membahas perlindungan hukum atas merek Bagi Pelaku UMKM di Indonesia. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulul Nabila, “Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Lewat Program Sabtu Di Kota Serang” (Nabila, 2020), membahas mekanisme permohonan registrasi merek produk-produk UMKM di Kota Serang, sedangkan penulis membahas tentang peranan merek selaku kekayaan intelektual.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode pendekatan yang dipakai penulis ketika saat melakukan penyelesaian penulisan hukum ialah yuridis Normatif, yakni metode pendekatan yang dipakai guna memahami perundang-undangan pada norma hukum yang tertuang. Spesifikasi penelitian yang dipakai pada penelitian ini merupakan deskriptif analisis yakni penelitian yang membagikan data yang seteliti mungkin mengenai keadaan, manusia atau gejala-gejala lainnya (Soekanto, 2005). Data sekunder merupakan data yang dipakai lewat studi pustaka dari bahan hukum sekunder, primer, serta tersier. Sesudah data-data sekunder yang diperlukan berhasil dikumpulkan, bahan hukum itu bisa dilakukan pengolahan serta analisis memakai teknik pengolahan data dengan metode kualitatif yakni melakukan penguraian data dengan metode bermutu berbentuk keteraturan kalimat, runtut, logis, tidak tumpang tindih serta efektif. Jadi memberikan kemudahan pemahaman serta interpretasi data (Muhammad, 2004).

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Peranan Merek Sebagai produk HKI**

Merek ialah bagian hak yang diberikan perlindungan dari HKI. Merek sudah lama dipakai selaku perlengkapan buat pembeda antara benda serta jasa yang di produksi dari suatu perusahaan lain sejenis, ataupun dipakai untuk membuat ciri dari barang yang diperoleh dengan maksud membuktikan sejarah dari suatu produk. Pemahaman dari perlindungan HKI terkhusus merek sejalan dengan naiknya persaingan dagang antar pribadi, negara ataupun antar kelompok. Permasalahan pelanggaran HKI dalam isu yang sangat sensitif untuk negara maju. Perihal tersebut bisa dimengerti sebab mereka sangat menghargai inovasi serta kreativitas dari produk. Berhubungan

dengan perlindungan merek, perdagangan tidak akan berkembang baik bila merek tidak mendapatkan perlindungan hukum yang mencukupi.

Pemanfaatan merek sebagai identitas dan penanda seperti produk batik lokal dianggap dapat menjadi salah satu solusi, tidak hanya untuk membantu para konsumen dalam membedakan produk batik lokal dengan tekstil batik impor, melainkan juga untuk mengenali pengrajin asal dari produk batik tersebut, yang dengan karakteristik dan kekhasan produknya masing-masing, dapat dibedakan dari produk batik lokal lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji secara nyata efektivitas pemanfaatan Merek oleh pengusaha UMKM batik untuk menandai produk batiknya masing-masing, termasuk pentingnya pemanfaatan merek tersebut bagi mereka dalam persaingan perdagangan batik. Dari segi perlindungan hukum, penelitian ini mengkaji efektivitas tujuan hukum Merek untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat, keinginan para pengusaha UMKM batik untuk mendaftarkan hak Merek, bentuk kegiatan penegakan hak merek oleh aparat kepolisian, serta bentuk dan peran nyata pemerintah setempat agar para pengusaha UMKM batik pemegang hak Merek dapat melaksanakan hak-haknya secara efektif. Dari enam kota yang menurut UNESCO merupakan sentra pengrajin batik di Indonesia yaitu DKI Jakarta, Cirebon, Madura, Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta.

Pemegang ataupun pemilik hak merek ialah individu ataupun persero, sebagian individu selaku pemilik bersama serta Badan Hukum yang sudah memperoleh hak dari merek yang dikatakan dengan merek terdaftar. Ada sebagian tanda yang tidak bisa dibuatkan merek, antara lain: merek yang melanggar kesusilaan serta ketertiban umum, merek berbentuk deskripsi objek, merek yang tidak sebanding, kosakata umum, merek yang sudah menjadi milik umum (Sutedi, 2009).

Hak merek disebutkan selaku hak eksklusif sebab hak itu adalah hak yang bagi pemiliknya sangat pribadi serta diberikan hak untuk memakai “semetode” pribadi ataupun izin terhadap orang lain buat memakai yang mana dia sendiri memakainya (Miru, 2007). Guna dari merek bisa diperlihatkan dari 3 (tiga) sudut pandang, ialah produsen, konsumen, serta pedagang. Dari pihak produsen merek dipakai dalam jaminan nilai hasil dari produksi, terkhusus tentang mutu serta penggunaannya; dari bagian konsumen, merek dipakai dalam mengadakan pemilihan benda yang hendak dibeli; dari bagian pedagang, merek dipakai dalam promosi barangnya untuk menemukan serta melebarkan penjualan (Margo, Suyud, & Angkasa, 2002).

Konsep perlindungan merek di Indonesia menggunakan sistem *first to file principle* ataupun konstitutif, maka merek yang diberikan perlindungan hukum merupakan merek yang sudah terdaftar

di Dirjen HKI, ialah sebagai syarat buat memperoleh hak eksklusif. Oleh karena itu, maka Pasal 3 Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 secara jelas memastikan kalau hak atas merek merupakan hak khusus yang dibagikan oleh negara terhadap pemilik merek yang sudah didaftarkan ke Daftar Umum Merek dalam jangka waktu tertentu dengan memakai sendiri merek tersebut ataupun memberi izin terhadap orang lain buat memakainya.

Perlindungan merek sangat berarti sekali, Merek berperan selaku tanda pengenal yang menampilkan asal-usul benda serta jasa, serta mempertemukan benda serta jasa yang berkaitan oleh produsennya (Djumhana, & Djubaedillah, 2003). Merek tidak hanya selaku harta kekayaan yang bisa menciptakan keuntungan untuk pengusaha sebagai pemilik merek, namun sebagai alat buat melindungi masyarakat sebagai konsumen dari kejadian penipuan mutu benda tertentu. Konsumen akan merasa dirugikan bila merek yang mereka anggap bermutu, nyatanya dibuat mutu rendah oleh pihak lain (Hidayah, 2017). Merek menerangkan jaminan karakter (*individuality*) dan nama baik benda serta jasa hasil usaha waktu diperjualbelikan. Jaminan mutu benda ataupun jasa bermanfaat sekali untuk produsen dipersaingan usaha serta membagikan perlindungan jaminan produknya terhadap konsumen.

## 2. Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek UMKM Di Indonesia

Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 1 Nomor. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dikatakan usaha mikro ialah usaha produktif kepunyaan orang perorangan ataupun badan usaha perorangan yang memiliki standar usaha mikro yang mana dijelaskan dalam Undang-Undang tersebut. Usaha kecil ialah suatu usaha dicoba oleh badan usaha maupun orang perorangan yang bukan anak perusahaan ataupun bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik tidak langsung ataupun langsung, dari usaha besar atau usaha menengah yang penuh kriteria usaha kecil yang mana yang ada dalam undang-undang tersebut.

Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional mempunyai kedudukan dalam pemeran utama diaktivitas penyedia lapangan kerja; ekonomi; pemain penting diperekonomian lokal serta pencipta pasar baru; pemberdayaan masyarakat; serta kapasitasnya dari PDB serta neraca pembayaran (Saputra, M. B. B., 2021). Total kontribusi UMKM dari PDB Nasional ialah total dari seluruh zona ekonomi UMKM, di tahun 2013 UMKM sanggup memberikan sumbangsi Rp. 5.440 triliun dari dasar harga berlaku oleh PDB Nasional.

Jika dilihat dari kemampuan serta kedudukannya yang sangat besar, UMKM diharap berkembang semetode semaksimal bisa jadi selaku suatu usaha peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Oleh sebab itu dibutuhkan perlindungan hukum terhadap produk yang dihasilkan paling utama terhadap merek dagang. Oleh sebab itu kita kurang peka serta tidak membagikan perlindungan terhadap produk yang kita punya, dari kesimpulannya banyak dari produk Indonesia khususnya produk yang mempunyai nilai tradisional yang ide-ide dijiplak oleh pihak luar (Putra, 2018). Produk yang diberikan perlindungan hak merek cuma bisa dibuat oleh pemegang hak atas produk itu (eksklusif). Jadi terdapat pihak lain yang mau menghasilkan benda yang sama berkewajiban memperoleh lisensi terlebih dulu dari si pemegang hak serta melakukan pembayaran atas *royalty* dari pemakaian tersebut. Aksi produksi atas suatu barang yang sudah diberikan perlindungan hak merek tanpa seizin pemegang hak ialah pelanggaran yang bisa menimbulkan akibat hukum (Indrawati, & Setiawan, 2020).

Adanya Undang-Undang Merek 2016 dapat menjadi suatu metode pemerintah untuk memberikan perlindungan usaha UMKM lewat perlindungan kekayaan intelektualnya yang berbentuk Merek. Adanya pengakuan Merek yang dibagikan terhadap pelaku usaha UMKM untuk itu industri besar maupun pelaku usaha yang mempunyai perlakuan buru, tidak serta merta bisa mendapatkan kekayaan intelektual milik pelaku usaha UMKM dikarenakan kepemilikan Merek yang sudah didaftarkan serta dilindungi oleh pemerintah. Bila terdapat sengketa yang timbul dari terdapatnya sengketa kepemilikan Merek, pemerintah cuma mengacu sertifikat Merek selaku fakta kepemilikan hak dari Merek, kecuali terjadi pembatalan hak dari merek bersumber pada gugatan merek yang dicoba oleh pihak di pengadilan Niaga.

Kemudian selaku upaya perlindungan hukum dari merek industri UMKM di Indonesia dicoba dengan metode peningkatan industri UMKM untuk melakukan pendaftaran merek dari pelaku UMKM. Upaya yang sudah dicoba ialah dengan metode:

- a. Pembiayaan pendaftaran merek UMKM yang lebih murah dibandingkan merek Non-UMKM

Kecilnya pendaftaran Merek UMKM tidak membuat pemerintah tinggal diam. Pemerintah lewat Dirjen KI terus mendesak buat meningkatkan registrasi Merek dari industri UMKM dengan membebaskan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan pendaftar Merek UMKM. Perihal tersebut menampilkan kepedulian pemerintah buat meningkatkan pertumbuhan bisnis UMKM dengan melindungi kekayaan intelektual dari para pelaku bisnis UMKM (Lindsey, 2005).

b. Kerjasama antara Ditjen KI Kementerian Hukum dan Ham dan Kementerian Koperasi dan UMKM

Upaya yang sudah dicoba buat membagikan perlindungan Merek dagang produksi industri UMKM dilakukan Kerjasama antara Departemen Hukum serta HAM RI dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI Nomor M-10-UM .06.07.TH 2006 mengenai Pemanfaatan Sistem HKI yang mana adanya perlindungan merek dagang untuk Koperasi serta UMKM serta Peningkatan Pemahaman. Adapun pertimbangan dilakukan kerjasama itu merupakan antara lain:

- 1) UMKM ialah pelaku usaha yang mempunyai partisipasi nyata di ekonomi nasional.
- 2) Pengetahuan serta uraian tentang pentingnya pemanfaatan sistem HKI (khususnya Hak Merek) di golongan pelaku UMKM sektor industri baik minuman, makanan ataupun beberapa barang produksi olahan rumah tangga masih butuh disosialisasikan.
- 3) Koordinasi serta kerjasama antara para pihak serta upaya kenaikan penyebarluasan, uraian serta penggunaan metode HKI belum maksimal dalam perlindungan merek dagang produk makanan.

c. Pemberian Intensif Pembiayaan Registrasi Merek UMKM

Pemberian insentif berbentuk pemberian biaya registrasi pengajuan permohonan HKI ialah merek baik berbentuk nama, gambar, kata, angka-angka, huruf-huruf, lapisan warna ataupun campuran dari bagian-bagian itu yang mempunyai energi pembeding serta dipakai di aktivitas jasa ataupun benda.

d. Registrasi Merek Kolektif Industri UMKM

Pelaku UMKM kerap kali memperdagangkan jasa ataupun benda dengan karakteristik yang sama dari sebagian pelaku UMKM yang lain. Sehingga, pemerintah lewat Undang-Undang Nomor. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan Merek kolektif. Bersumber pada uraian Undang-Undang Nomor. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek kolektif merupakan Merek yang dipakai pada benda dan/atau jasa dengan ciri yang sama mengenai sifat, ciri umum, serta kualitas benda ataupun jasa serta pengawasannya yang hendak diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum semetode bersama-sama buat membedakan dengan benda dan/atau jasa sejenis lainnya.

#### D. SIMPULAN

1. Merek ialah hak yang dilindungi dari HKI. Merek sudah lama dipakai selaku perlengkapan memisahkan benda serta jasa yang di produksi oleh suatu perusahaan lain yang sejenis, ataupun dipakai buat membagikan tanda dari produk yang diproses dengan itikad membuktikan sejarah dari suatu produk.
2. Upaya dalam membagikan perlindungan merek terhadap industri UMKM ialah dengan metode pendaftaran merek UMKM, sehingga disebabkan kriteria pelaku usaha industri UMKM mempunyai keterbatasan dari aset, modal ataupun hasil perdagangan tahunan apabila dibandingkan dengan pelaku usaha UMKM, oleh sebab itu pemerintah membagikan kemudahan bagi pelaku industri UMKM melakukan pendaftaran merek, yaitu lewat kebijakan biaya registrasi merek UMKM yang lebih murah dibandingkan merek Non-UMKM, menjalankan kerjasama antara Dirjen KI Kementerian Hukum dan HAM dan Kementerian Koperasi dan UMKM, membagikan insentif biaya registrasi merek UMKM, dan registrasi merek kolektif industri UMKM.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Djumhana, Muhammad., & Djubaedillah, R. (2003). *Hak Milik Intelektual Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hadjon, P. M. (2007). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Peradaban.
- Hidayah, K. (2017). *Hukum HKI*. Jakarta: Setara Press.
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Extension of Legal Awareness for the Protection of UMKM Product in Kebumen Regency through Trademark Registration. *Surya Abdimas, Vol.4*, p.37-43.
- Lindsey, T. (2005). *HKI*. Bandung: Alumni.
- Margo, Suyud., & Angkasa, Amir. (2002). *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum Bisnis*. Jakarta: Gramedia Widiasarna Indonesia.
- Miru, A. (2007). *Hukum Merek: Metode Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, A. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Nabila, U. (2020). Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Lewat Peogram Sabtu Minggu Di Kota Serang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (Asian)*, Vol,8.
- Njatrijani, R. (2020). Quo Vadis UMKM Jawa Tengah Di Masa Pandemi Covid 19? *Diponegoro Private Law Review, Vol,7*.

- Putra, A. H. (2018). Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi, Vol,5*.
- Saputra, M. B. B., et,all. (2021). The Roles of Local Governments in Accommodating the Registration of SME's Product Trademarks. *Amnesti Jurnal Hukum, Vol,3*.
- Sardjo, A. (2013). Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha UKM Batik. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*.
- Sianipar, R. (2019). *Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang Republik Iindonesia Nomor.20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis (Studi Pada Kaos Medan Bah Di Kota Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Soekanto, S. (2005). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.
- Sutedi, A. (2009). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tutik, T. T. (2008). *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana.
- Sujatmiko, A. (2011). Tinjauan Filosofis Perlindungan Hak Milik Atas Merek. *Jurnal Media Hukum, Vol,18*.
- Sulastri, dkk. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware). *Jurnal Yuridis, Vol,5*.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Undang-Undang Nomormor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.