

Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat

Dea Serlia

Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, Indonesia

*email: deaserlia2@gmail.com

Submitted: April 2022

Revised: Mei 2022

Accepted: Juni 2022

ABSTRAK

Kata Kunci:
Perlindungan hukum, Merek, Usaha Kecil

Dalam dunia perdagangan, Merek sebagai salah satu bentuk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) mempunyai peranan yang penting. Usaha Kecil selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting diantaranya sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi. Maka Usaha Kecil perlu memperoleh dukungan, perlindungan hukum dan pengembangan usaha seluas luasnya sebagai wujud keperpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat. Penelitian ini menggunakan penelitian literatur yang bertujuan untuk mengetahui pentingnya perlindungan hukum terhadap produk Usaha Kecil melalui hak merek mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat. Salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan Usaha Kecil adalah branding/ Merek. Permasalahan yang selalu terjadi adalah para pelaku Usaha Kecil kurang peduli dan kurang tanggap terhadap perlindungan Merek, mereka beranggapan pendaftaran Merek tidak terlalu penting. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk menjamin perlindungan hukum atas Merek dalam proses perdagangan produk para pelaku Usaha Kecil, maka para pemilik Merek diharapkan dapat mendaftarkan Mereknya guna mendapatkan hak eksklusif berupa hak ekonomi dan moral juga untuk kepastian hukum sehingga dapat mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat.

ABSTRACT

Keywords:
UMKM, Economic Generation, Digital Marketing.

In the world of trade, trademarks as a form of Intellectual Property Rights (IPR) have an important role. Small Business is always described as a sector that has an important role including as the main actor in economic activity. Therefore, Small Businesses need to obtain support, legal protection and business development as widely as possible as a form of firm partiality to the people's economic business group. This study uses literature research which aims to determine the importance of legal

protection for Small Business products through brand rights to encourage community economic growth. One of the keys to success in running a Small Business is branding. The problem that always occurs is that Small Business actors are less concerned and less responsive to Mark protection, they think that Mark registration is not too important. From this research, it can be concluded that in order to guarantee legal protection of trademarks in the process of trading products for small business actors, trademark owners are expected to register their trademarks in order to obtain exclusive rights in the form of economic and moral rights as well as for legal certainty so as to encourage community economic growth.

1 PENDAHULUAN

Dalam dunia perdagangan, Merek sebagai salah satu bentuk HKI telah digunakan ratusan tahun yang lalu dan mempunyai peranan yang penting karena Merek digunakan untuk membedakan asal usul mengenai produk barang dan jasa. Sebuah Merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali merek yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut.

Menurut UU Merek No. 20 tahun 2016, Merek adalah “tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”.¹ Definisi ini memiliki kesamaan dengan definisi yang dikemukakan oleh *American Marketing Association*, yakni sebagai berikut: “Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut. Tujuan pemberian Merek adalah untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang dihasilkan sehingga berbeda dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh pesaing”. Fungsi Merek adalah sebagai pembeda dari produk barang dan jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Barang atau jasa tersebut perlu diberi tanda pengenal untuk membedakannya. Juga bagi pihak produsen adalah sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya, sedangkan bagi pedagang. Merek digunakan untuk promosi barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran (Amalia, 2019).

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, Usaha Kecil selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduk Indonesia berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Usaha Kecil merupakan pelaku ekonomi yang mempunyai peran yang penting dalam pembangunan perekonomian karena kegiatan usahanya mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat (Indrawati & Amnesti, 2019). Di tengah tuntutan kemampuan bersaing di dalam negeri yang masih dilindungi proteksi pemerintah, Usaha Kecil harus mampu menghadapi persaingan global yang berasal dari berbagai bentuk usaha mendorong integrasi pasar dengan seminimal mungkin hambatan. Maka Usaha Kecil perlu memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan hukum dan pengembangan usaha seluas luasnya sebagai wujud keperpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat.

Salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan Usaha Kecil adalah branding/ Merek. Bagi pemilik Usaha Kecil sepanjang usahanya tersebut membutuhkan penggunaan Merek bagi produknya, apalagi jika produk tersebut dimaksudkan untuk pemakaian jangka panjang maka pendaftaran Merek akan sangat bermanfaat. Dengan adanya Merek, pelanggan akan terbantu dalam membedakan sebuah produk dari produk yang sejenis, dengan begitu pemilik Usaha Kecil akan lebih mudah dalam memasarkan produknya untuk meningkatkan perekonomiannya.

Permasalahan yang selalu terjadi adalah para pelaku Usaha Kecil kurang peduli dan kurang tanggap terhadap perlindungan Merek (Indrawati & Setiawan, 2020). Mereka mengacuhkan permasalahan Merek karena Mereka beranggapan pendaftaran Merek tidak terlalu penting, mereka juga selalu beranggapan bahwa perlindungan Merek tidak berdampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis Mereka. Dan yang utama adalah pendaftaran Merek membutuhkan biaya yang besar dan proses pendaftarannya sangat berbelit-belit. Perlindungan hukum terhadap suatu Merek tidak hanya bertujuan untuk menguntungkan produsen tetapi juga mempunyai tujuan melindungi konsumen. Oleh karena itu perlindungan terhadap Merek harus diatur dengan tegas agar

dapat melindungi konsumen dari pemalsuan barang atau jasa yang mempergunakan Merek secara tidak sah.

Pranata hukum Merek dibuat untuk memberikan perlindungan atas suatu brand yang ditempelkan pada suatu barang atau jasa yang diperdagangkan. Pranata tersebut memberikan hak eksklusif bagi pemegang Merek dalam menggunakan brand tersebut. Hak eksklusif adalah hak yang melekat kepada pencipta, pemilik Merek, penemu berupa hak moral dan hak ekonomi sehingga memerlukan perlindungan hukum. Untuk memperoleh hak eksklusif tersebut pemilik brand harus menempuh prosedur pendaftaran Merek dan juga brand tersebut harus memenuhi syarat-syarat agar dapat didaftar sebagai Merek.

2 METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penulisan hukum ini adalah penelitian normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder (Marzuki, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh penulis mempunyai sifat deskriptif. Suatu penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dari masyarakat melainkan dari bahan dokumen, peraturan perundang-undangan, laporan, arsip, literatur, dan hasil penelitian lainnya yang mendukung sumber data primer. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data sekunder dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen-dokumen resmi, karya ilmiah, majalah, artikel, koran, dan bahan kepustakaan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti. Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Penganalisaan data merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian hukum normatif. Di dalam penelitian hukum normatif, maka pengelolaan data pada hakekatnya merupakan kegiatan untuk mengadakan sistematisasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis. Sistematisasi berarti

membuat klasifikasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis tersebut, untuk memudahkan pekerjaan analisa dan konstruktif.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha kecil berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995, memiliki pengertian, "Segala kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini". Di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha kecil didefinisikan sebagai 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 di maksud dalam undang-undang ini. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah tidak termasuk harga tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 1 miliar rupiah.
3. Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau skala besar.

Menteri Negara Koperasi dan UKM (Usaha Kecil dan Menengah) sebenarnya telah mengelompokkan usaha kecil dan menengah itu kedalam tiga kriteria, yaitu seperti diatas, serta satu lagi adalah apa yang disebut dengan usaha mikro. Usaha Mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan tahunan bisnis tersebut paling banyak 100 juta rupiah. Usaha kecil mungkin beroperasi dalam bentuk perdagangan (trading) ataupun industri pengolahan (manufacturing) (Fuati & Indrawati, 2020).

Dari hasil penelitian yang dilakukan Lembaga Manajemen FE UI tahun 1987 dapat dirumuskan profil Usaha Kecil di Indonesia sebagai berikut :

1. Hampir setengah dari perusahaan kecil hanya mempergunakan kapasitas produksi 60% atau kurang.
2. Lebih dari setengah perusahaan kecil didirikan sebagai pengembangan dari usaha kecil-kecilan atau dari industri rumah tangga.
3. Usaha menurun karena kurang modal, kurang mampu memasarkan, kurang keterampilan teknis, dan administrasi.
4. Mengharapkan bantuan pemerintah berupa modal, pemasaran dan pengadaan barang.
5. 60% menggunakan teknologi tradisional.
6. 70% melakukan pemasaran langsung ke konsumen.
7. Untuk memperoleh bantuan perbankan, dokumen-dokumen yang harus disiapkan dipandang terlalu rumit dan biasanya nonbankable.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi Usaha Kecil berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Berdasarkan beberapa definisi Usaha Kecil di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa Usaha Kecil merupakan suatu kegiatan usaha menghasilkan laba yang dikerjakan satu orang atau lebih sesuai kelompok usahanya. Usaha Kecil memiliki peran penting dalam perekonomian nasional antara lain sebagai berikut :

1. Sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi
2. Penyedia lapangan kerja terbesar
3. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta
5. Kontribusinya terhadap neraca pembayaran

Melihat peran dan potensinya yang demikian besar, sangat beralasan untuk mengembangkan Usaha Kecil ini semaksimal mungkin guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung pertumbuhan perekonomian. Kiranya pemerintah memandang perlu untuk membantu memenuhi kebutuhan dan fasilitas yang Mereka perlukan dalam rangka menghadapi tantangan cukup berat di era perkembangan

teknologi dan persaingan bisnis saat ini. Dengan masuknya barang-barang produk luar negeri ke Indonesia akan berdampak pada dunia usaha yang mengancam perdagangan produk lokal, maka pemerintah perlu mempersiapkan masyarakat untuk tetap mencintai dan menggunakan produk-produk lokal, mempersiapkan para Usaha Kecil untuk meningkatkan daya saing produk dan memberikan perlindungan Merek dagang produk Usaha Kecil melalui Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Produk-produk yang diproduksi oleh Usaha Kecil di Indonesia banyak yang bernilai ekonomi tinggi dan memiliki keunikan terutama apabila sudah masuk dalam pasar luar negeri (Respatiningsih, 2019). Karena kita kurang peka dan tidak memberikan perlindungan terhadap produk yang kita miliki, pada akhirnya banyak dari produk-produk Indonesia khususnya produk-produk yang memiliki nilai tradisional yang ide-ide dan desainnya 'dicuri' oleh pihak luar. Mungkin kita tidak menyadari bahwa perlindungan Merek dagang membawa nilai ekonomi yang tinggi apabila sudah masuk dalam dunia perdagangan. Suatu produk yang dilindungi Hak Merek hanya dapat diproduksi oleh si Pemilik atau Pemegang Hak atas produk tersebut (eksklusif). Apabila ada pihak lain yang ingin memproduksinya tentunya harus dengan seijin Pemegang Hak-nya, di sinilah letak nilai ekonomi dari produk yang telah dilindungi Hak Merek. Di mana pihak lain yang ingin memproduksi barang yang sama berkewajiban mendapatkan lisensi terlebih dahulu dari si Pemegang Hak dan membayar royalti atas penggunaan tersebut. Tindakan produksi atas suatu produk yang telah dilindungi Hak Merek tanpa seijin Pemegang Hak merupakan pelanggaran dan pembajakan yang dapat membawa akibat hukum (Gultom, 2014).

Dalam Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 dicantumkan definisi Merek Pasal 1 angka 1, yaitu Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Selanjutnya disebutkan pula dalam UU Merek No. 20 tahun 2016, Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur

tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Fungsi Merek adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Barang atau jasa tersebut perlu diberi tanda pengenal untuk membedakannya. Juga bagi pihak produsen adalah sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya, sedangkan bagi pedagang, Merek digunakan untuk promosi barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran. Sedangkan untuk pihak konsumen Merek diperlukan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli. Singkatnya fungsi Merek adalah sebagai tanda pembeda, jaminan kualitas, dan aset yang berharga Berikut 10 alasan pentingnya Merek bagi Usaha Kecil dan Menengah :

1. Brand menempel di Ingatan
2. Brand adalah aset
3. Brand menggugah sisi emosional konsumen
4. Brand menciptakan totalitas pada layanan usaha
5. Brand memudahkan pelanggan menemukan bisnis kita
6. Brand menciptakan kepribadian
7. Brand memiliki kekuatan untuk menarik konsumen
8. Brand akan menghemat biaya usaha
9. Brand mempengaruhi perilaku pembelian
10. Brand dan personal branding saling terkait

Merek merupakan aset ekonomi bagi pemiliknya yang berdasarkan undang-undang harus didaftarkan ([Indrawati, 2021](#)). Pendaftaran Merek di Indonesia menganut sistem konstitutif. Dalam sistem konstitutif, hak atas Merek baru akan timbul ketika Merek telah didaftarkan. Dalam sistem ini pendaftaran adalah suatu keharusan ([Desmayanti, 2018](#)). Hal tersebut diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu: "Hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar".

Menurut para ahli sistem konstitutif lebih memberikan kepastian hukum dibandingkan sistem deklaratif. Emmy Pangaribuan dalam hal ini berpendapat bahwa sistem konstitutif lebih memberi kepastian hukum

mengenai hak atas Merek kepada seseorang yang telah mendaftarkan Mereknya itu. Sudargo Gautama juga sependapat dengan Emmy Pangaribuan bahwa sistem konstitutif lebih memberikan kepastian hukum.

Tata cara pendaftaran Merek di Indonesia diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 yang menentukan bahwa:

1. Permohonan diajukan secara tertulis dalam Bahasa Indonesia kepada direktorat Jenderal dengan mencantumkan:
 - a. Tanggal, bulan dan tahun;
 - b. Nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat pemohon;
 - c. Nama lengkap dan alamat kuasa apabila permohonan diajukan melalui kuasa;
 - d. Warna-warna apabila Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna;
 - e. Nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal permohonan diajukan dengan hak prioritas.
2. Permohonan ditandatangani pemohon atau kuasanya.
3. Pemohon dapat terdiri dari satu orang atau beberapa orang secara bersama, atau badan hukum.
4. Pemohon dilampiri dengan bukti pembayaran biaya.
5. Dalam hal permohonan diajukan lebih dari satu pemohon yang secara bersama-sama berhak atas Merek tersebut, semua nama pemohon dicantumkan dengan memilih salah satu alamat sebagai alamat Mereka.
6. Permohonan tersebut ditandatangani oleh salah satu dari pemohon yang berhak atas Merek tersebut dengan melampirkan persetujuan tertulis dari para pemohon yang meakilkan.
7. Jika diajukan melalui kuasanya, surat kuasa untuk itu ditandatangani oleh semua pihak yang berhak atas Merek tersebut.
8. Kuasa adalah konsultan Hak Kekayaan Intelektual.
9. Ketentuan mengenai syarat-syarat untuk dapat diangkat sebagai Konsultan Hak Kekayaan Intelektual diatur dengan Peraturan Pemerintah, sedangkan tata cara penangkatannya diatur dengan Keputusan Presiden.

Menurut Undang-undang No.15 Tahun 2001 membagi Merek menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Merek Dagang, Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya (Pasal 1 angka (2) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek).
2. Merek Jasa, Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau oleh badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya (Pasal 1 angka (3) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek).

Permasalahan yang selalu terjadi adalah para pelaku Usaha Kecil kurang peduli dan kurang tanggap terhadap perlindungan Merek, Mereka mengacuhkan permasalahan Merek karena Mereka beranggapan pendaftaran Merek tidak terlalu penting, Mereka juga selalu beranggapan bahwa perlindungan Merek tidak berdampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis Mereka. Oleh karena itulah pemerintah memiliki peran penting dalam upaya pendaftaran merek (Saputra et al., 2021). Peran ini sebagai wujud keberpihakan pemerintah terhadap usaha kecil.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Merek penting bagi Usaha Kecil karena sebagai representasi dari produk barang yang dihasilkan. Sehingga Merek tersebut perlu didaftarkan untuk menjamin perlindungan hukum atas Merek dalam proses perdagangan barang dan jasa serta mendapatkan perlindungan terhadap hak eksklusif berupa hak ekonomi dan moral juga untuk kepastian hukum dalam hal pihak ketiga mempergunakan Mereknya tanpa izin. Dalam penelitian ini, penulis juga menyarankan bahwa diperlukan sosialisasi atau penyuluhan hukum mengenai pentingnya Merek untuk meningkatkan kesadaran hukum bagi pelaku Usaha Kecil sehingga dapat mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Desmayanti, R. (2018). Tinjauan Umum Perlindungan Merek Terkenal Sebagai Daya Pembeda Menurut Prespektif Hukum Di Indonesia. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.33884/jck.v6i1.874>
- Fuati, S. C., & Indrawati, S. (2020). Model Penyelesaian Wanprestasi Dalam Kredit Mikro Pada BKK Cabang Kemiri Kabupaten Purworejo. *Amnesti :Jurnal Hukum*, 2(2), 1. <http://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/amnesti/article/view/653>
- Gultom, M. H. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek. *Jurnal Warta*, 56(April), 97–108.
- Indrawati, S. (2021). Tinjauan Yuridis Penggunaan Sertifikat Merek Sebagai Jaminan Dalam Proses Pengajuan Kredit Perbankan. *Amnesti: Jurnal Hukum*, 3(1), 1.
- Indrawati, S., & Amnesti, S. K. W. (2019). Perlindungan Hukum Merek Pada Produk Usaha Kecil di Kabupaten Kebumen. *Amnesti: Jurnal Hukum*, 1(1), 29.
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Penyuluhan Kesadaran Hukum Perlindungan Produk UMKM di Kabupaten Kebumen Melalui Pendaftaran Merek. *Surya Abdimas*, 4(September), 37–43.
- Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Media Group.
- Respatiningsih, H. (2019). Manajemen Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 53.
- Saputra, M. B. B., Heniyatun, Praja, C. B. E., & Hakim, H. A. (2021). The Roles of Local Governments in Accommodating the Registration of SME ' s Product Trademarks. *Amnesti :Jurnal Hukum*, 3(1), 53–59.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)