

## URGENSI PENDAFTARAN MEREK BAGI UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA

Delfi Aurelia Kuasa, Erni, Hari Sutra Disemadi  
Fakultas Hukum, Universitas Internasional Batam, Indonesia  
Email: [1951021.erni@uib.edu](mailto:1951021.erni@uib.edu)

### ABSTRAK

Kebijakan pembatasan sosial akibat dari covid-19 menyebabkan pelaku UMKM mengalami penurunan omzet. UMKM berperan penting dalam peningkatan perekonomian negara terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja. Dengan terdampaknya UMKM, perekonomian negara juga ikut menurun. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka adalah dengan melakukan pendaftaran merek. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji urgensi pendaftaran merek UMKM selama pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian non-doktrinal atau penelitian hukum empiris. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendaftaran merek memberikan sejumlah keuntungan bagi pelaku UMKM terutama memberikan kesempatan bersaing dengan usaha lain di *marketplace* dan memberikan perlindungan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkannya. Namun banyak pelaku UMKM yang masih enggan untuk melakukan pendaftaran merek dikarenakan alasan seperti pandangan terhadap prosedur pendaftaran merek yang panjang dan memakan waktu serta biaya yang banyak. Pendaftaran merek dapat dilakukan secara online dan terdapat panduan lengkap untuk mempermudah proses pengajuan.

Kata kunci : Merek, UMKM, Pandemi Covid-19

### ABSTRACT

*The social restriction policy as a result of covid-19 has caused MSMEs to experience a decline in turnover. MSMEs play an important role in improving the country's economy, especially in terms of employment. With the impact of MSMEs, the country's economy has also declined. One of the efforts that SMEs can do to develop their business is to register a trademark. So, this study aims to examine the urgency of registering MSME trademarks during the covid-19 pandemic. This research uses non-doctrinal research methods or empirical legal research. This study shows that trademark registration provides a number of advantages for MSME actors, especially providing opportunities to compete with other businesses in the marketplace and providing protection for the goods or services they trade. However, many MSME actors are still reluctant to register trademarks due to reasons such as the view that the trademark registration procedure is long and*

*time-consuming and costs a lot of money. Mark registration can be done online and there is a complete guide to simplify the application process.*

*Keywords : Brands, MSMEs, Covid-19 Pandemic*

## **Latar Belakang**

Munculnya covid-19 berdampak buruk terhadap perekonomian baik secara nasional maupun internasional. Segala aspek kehidupan manusia terpengaruhi oleh pandemi covid-19 dikarenakan segala pembatasan dan kebijakan pemerintah yang muncul sebagai solusi untuk pencegahan penyebaran virus (Marlinah, 2020). Virus yang menyebar dengan cepat dan mengakibatkan banyak korban jiwa menyebabkan pemerintah harus mengeluarkan kebijakan mengenai pembatasan sosial seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), *lockdown* dan pembatasan lainnya guna pencegahan penyebaran virus. Kebijakan pemerintah tersebut mempengaruhi masyarakat terutama dalam sektor ekonomi (Astuti, 2021).

Salah satu kebijakan pemerintah yang dikeluarkan oleh pemerintah adalah menerapkan jumlah maksimal pekerja yang bekerja di kantor. Maka dari itu, beberapa karyawan harus bekerja dengan shift, bekerja dari rumah

(*Work From Home*) bahkan bagi perusahaan yang mengalami kerugian harus melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) terhadap karyawannya. Beberapa perusahaan juga melakukan pengurangan upah karyawan dikarenakan usaha perusahaan yang beroperasi kurang optimal. Tidak sedikit perusahaan yang tidak mampu untuk bertahan pada masa pandemi covid-19 ini sehingga mengalami kerugian yang berujung pada kebangkrutan sehingga harus menutup perusahaan. Akibat dari kebijakan perusahaan ini mengakibatkan bertambahnya angka pengangguran. Dengan banyaknya pengangguran menyebabkan tingkat konsumsi yang rendah yang mengakibatkan penurunan pendapatan riil sehingga perekonomian negara menjadi turun (Astuti, 2021). Masyarakat tidak mendapatkan pendapatan yang menyebabkan tingkat konsumsi rendah yang kemudian mengakibatkan penurunan pada produksi perusahaan.

Selain perusahaan dan masyarakat umum, UMKM juga mengalami hal

yang sama di masa pandemi covid-19 (Rosita, 2020). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan suatu usaha milik perorangan atau badan usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha kecil. Penggolongan UMKM dibagi berdasarkan jumlah omzet per tahun, jumlah aset, dan jumlah karyawannya (Mulachela, 2021). Para pelaku UMKM merupakan pihak yang paling banyak mendapatkan dampak buruk dari covid-19. Menurut data dari *Katadata Insight Center* atau KIC sebesar 82,9% (delapan puluh dua koma sembilan puluh persen) dari UMKM yang berdomisili di Jabodetabek yang terdampak dari covid-19 (Bahtiar, 2021). Salah satu dampak buruk dari covid-19 bagi UMKM adalah terjadinya penurunan omzet usaha. Hal ini disebabkan karena UMKM kesulitan untuk melaksanakan kegiatan usahanya yang dibatasi oleh ketentuan-ketentuan perbatasan covid-19. Kendala lain yang dialami selain penurunan omzet antara lain kesulitan memperoleh bahan baku produk jualan dan distribusi produk jualan yang terhambat sehingga para pelaku usaha tidak dapat mempertahankan usaha mereka.

Survei dari berbagai macam lembaga juga menunjukkan bahwa

UMKM mengalami kesulitan akibat dari covid-19 yang akhirnya menyebabkan para pemilik UMKM untuk meminta pinjaman dari pihak lain. Hasil dari survei tersebut menunjukkan bahwa UMKM kesusahan untuk membayar utang-utang yang timbul dari pinjaman tersebut yang pada akhirnya hanya akan menambahkan beban kepada UMKM. Data lain yang mendukung pernyataan ini adalah data dari BI atau Bank Indonesia yang menyatakan bahwa sekitar 87,5% (delapan puluh tujuh koma lima persen) atau sebanyak 2.600 (dua ribu enam ratus) UMKM yang menerima dampak buruk covid-19. Dari data tersebut tercatat bahwa mayoritas UMKM mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan yang dialami paling sedikit diperkirakan sekitar 25% (dua puluh lima persen) dan paling besar sekitar 75% (tujuh puluh lima persen) (Victoria, 2021).

Pandemi covid-19 ini menyebabkan perekonomian Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis. Hal ini, dikarenakan UMKM yang berperan sebagai kontributor besar terhadap perekonomian Indonesia juga terdampak akibat pandemi covid-19 (Arianto, 2020). Maka dari itu salah satu cara untuk meningkatkan kembali

perekonomian adalah dengan mengembangkan dan memulihkan kembali UMKM. Menurut data yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa usaha UMKM di Indonesia selalu bertambah dari tahun ke tahun. Data dari tahun 2019 menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia berjumlah sekitar 644 (enam ratus empat puluh empat) UMKM, hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah UMKM sebesar 1,98% dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2018 (Jayani, 2021). Selain itu, data tersebut juga menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh UMKM terhadap PDB atau Pendapatan Data Bruto di Indonesia. Pada tahun 2019, UMKM berkontribusi sebesar 61,07% kepada PDB (Limanseto, 2021).

Peran UMKM tidak hanya memberikan dampak baik terhadap unsur moneter dalam perekonomian Indonesia, tetapi UMKM juga berkontribusi terhadap unsur lain, yaitu unsur SDM atau Sumber Daya Manusia. Dengan bertambahnya jumlah UMKM, maka jumlah lowongan kerja yang tersedia di masyarakat juga akan menambah. UMKM dapat menciptakan sejumlah lapangan kerja baru bagi para pekerja yang terdampak akan covid-19 (Alfin, 2021). Tersedianya lapangan

kerja di masyarakat merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Selain unsur moneter dan SDM, UMKM juga dapat menarik peluang investasi dari dalam maupun luar negeri. Dimana investasi tersebut pada kemudian hari akan sangat berpengaruh dalam pembangunan negara Indonesia.

Harapannya adalah UMKM dapat meningkatkan perkembangan perekonomian di negara Indonesia selaku penyumbang usaha yang paling banyak dan masih bertahan di Indonesia di masa pandemi covid-19. Maka dari itu pemerintah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan usaha UMKM seperti dengan menerbitkan sejumlah peraturan-peraturan yang bertujuan untuk pemulihan sektor UMKM guna meningkatkan laju perekonomian negara di masa pandemi. Pemerintah mengeluarkan sejumlah program-program seperti Program Pemulihan Nasional (PEN), Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Program Keluarga Harapan, Program Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM), program vaksinasi dan program lainnya (Bahtiar, 2021). Pemerintah juga memberikan sejumlah kemudahan bagi

UMKM dalam melakukan rekonstruksi kredit, memberikan bantuan tunai, mempermudah UMKM dalam melakukan sejumlah perizinan usaha yang dapat dilakukan secara online, memberikan hibah bagi usaha pemula, serta menambah dana LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir) Koperasi dan UMKM yang dapat digunakan untuk pinjaman murah bagi UMKM (BKPM, nd). Selain dari pemerintah, pelaku usaha sendiri juga dapat melakukan pengembangan terhadap UMKM yang mereka miliki dengan melakukan pendaftaran merek. Merek adalah bagian dari Kekayaan Intelektual. Kekayaan intelektual adalah hak eksklusif yang dimiliki oleh penemu atau pencipta terhadap suatu ide atau gagasan yang diolah menjadi suatu penemuan atau karya yang memiliki nilai ekonomis dan nilai kegunaan. Kekayaan intelektual ini memberikan perlindungan terhadap hak moral dan hak ekonomi yang dimiliki oleh pemegang hak. Hak merek memiliki prinsip konstitutif yaitu hak atas merek tidak didapatkan secara langsung melainkan akan didapatkan setelah pencipta/pemilik hak merek melakukan pendaftaran merek ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) melalui Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Pendaftaran merek memberikan sejumlah keuntungan kepada pelaku usaha antara lain, memberikan dorongan, dukungan dan perlindungan hukum terhadap usaha yang mereka miliki. Usaha tersebut akan bebas dari tindakan pemalsuan produk sehingga tercipta kompetisi usaha yang adil. Pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum yang lebih besar dalam pengadilan apabila suatu saat produk/jasa yang dimiliki oleh pelaku UMKM dipalsukan atau digandakan tanpa sepengetahuan pelaku usaha. Pendaftaran merek ini membantu UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang ketat di masa yang akan datang tetapi pada kenyataannya sekarang, banyak pelaku UMKM yang masih enggan untuk melakukan pendaftaran merek terhadap usaha mereka. Hal ini dikarenakan kurang pengetahuan dan wawasan serta kesadaran dari para pelaku UMKM baik mengenai pentingnya pendaftaran merek ataupun mengenai keuntungan yang dapat dirasakan setelah mendaftarkan merek usaha mereka. Sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki prasangka buruk terhadap pendaftaran merek sebelum mereka mencoba melakukan pendaftaran (Suhargon,

2019). Pelaku usaha berpandangan bahwa prosedur dan tata cara untuk pendaftaran merek rumit, susah, mengeluarkan biaya yang sangat besar, tidak terdapat kejelasan informasi, memakan waktu yang panjang dan berbelit-belit (Suryansyah & Junaeda, 2021). Para pelaku usaha memiliki pandangan tersebut dikarenakan kurang adanya sosialisasi dari pemerintah sehingga menyebabkan masyarakat tidak memiliki pengetahuan mengenai kegunaan dan keuntungan dari pendaftaran merek bagi UMKM. Pelaku UMKM menganggap bahwa pendaftaran merek tidak memberikan pengaruh apapun terhadap usaha yang dimilikinya padahal dengan pendaftaran merek dapat memberikan peningkatan terhadap penjualan barang ataupun jasa.

Salah satu dampak dari pandemi covid-19 adalah terbatasnya mobilitas masyarakat. Masyarakat tidak bisa melakukan kegiatannya secara konvensional atau dengan tatap muka. Seiring dengan perkembangan teknologi dan dorongan dari pandemi covid-19, segala hal dilakukan secara *online* termasuk pendaftaran merek. Di masa pandemi ini, pemerintah sedang mempermudah proses penerbitan segala bentuk perizinan. Jika sebelumnya pendaftaran merek memberikan

sejumlah hambatan kepada pelaku usaha sehingga pelaku usaha tidak melakukan pendaftaran merek terhadap usahanya maka bagaimana dengan situasi sekarang di tengah pandemi covid-19. Apakah pemerintah memberikan sejumlah kemudahan dalam pendaftaran merek dan apakah ada perubahan terhadap tata cara pendaftaran merek yang dapat meningkatkan keinginan para pelaku usaha untuk melakukan pendaftaran merek.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi dan wawasan mengenai seberapa pentingnya pendaftaran merek bagi pelaku UMKM, memberikan penjelasan terkait kelebihan, hambatan dan urgensi dari pendaftaran merek usaha, apa saja prosedur yang harus dilalui oleh pelaku usaha dalam melakukan pendaftaran merek terhadap usaha yang dimilikinya (Prameswari, 2021). Keunikan dari penelitian ini terletak pada pembahasan yang lebih spesifik mengenai bagaimana prosedur dalam melakukan pendaftaran merek bagi UMKM dalam masa pandemi covid-19 di Indonesia, dimana beberapa penelitian sebelumnya di Jurnal Datin Law, Jurnal Adalah, dan Jurnal Ilmiah Muqoddimah hanya membahas mengenai perlindungan

hukum terhadap UMKM yang telah mendaftarkan merek, perlindungan dan pentingnya merek terhadap barang dan jasa, pendaftaran merek dalam rangka meningkatkan perekonomian, efektivitas kekayaan intelektual sebagai perlindungan hukum bagi merek, dan pentingnya merek bagi pelaku usaha UMKM.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah pertama mengenai apakah merek penting bagi usaha kecil dan menengah terutama pada masa pandemi covid-19 serta menjelaskan keuntungan, hambatan dan fungsi dari merek bagi pelaku usaha UMKM dan kedua mengenai bagaimana prosedur pendaftaran merek di masa pandemi covid-19. Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melakukan pendaftaran merek sebagai perlindungan terhadap usaha yang dimilikinya dan memberikan pengetahuan mengenai tata cara dan prosedur pendaftaran merek pada masa pandemi covid-19.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian non-doktrinal atau lebih dikenal dengan metode yuridis empiris

(*empirical legal research*). Metode ini dilakukan dengan mengkaji fakta dan fenomena yang ada di masyarakat dan kemudian dihubungkan dengan ketentuan hukum yang berlaku untuk mencari solusi atas permasalahan yang terjadi (Benuf & Azhar, 2020). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan sosiologis (*sociological approach*). Penelitian ini akan meninjau peraturan perundang-undangan Indonesia (Nurhayati, Ifrani & Said, 2021), mengenai hak kekayaan intelektual khususnya mengenai merek yang kemudian dilakukan analisis terhadap fakta dan fenomena di masyarakat, terutama terhadap pelaku UMKM dalam masa pandemi covid-19. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui observasi atau pengamatan terhadap keadaan yang ada di masyarakat dan melalui wawancara dengan para pelaku UMKM yang menjalankan usahanya di kota Batam sedangkan data sekunder didapatkan dari data-data yang sudah terpublikasi seperti peraturan perundangan-undangan Indonesia, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan

publikasi internet seperti artikel dan berita yang berkaitan dengan topik pembahasan pada penelitian ini.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi UMKM**

Merek merupakan salah satu bentuk kekayaan intelektual yang secara jelas diberikan perlindungannya dalam peraturan perundang-undangan Negara Indonesia (Shaleh, & Trisnabilah, 2020). Demikian berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Pada Pasal 1 Ayat (1) UU MIG disebutkan bahwa “merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa”. Merek sendiri dibagi lagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu merek jasa dan merek dagang (Al-Fatih, 2021; Nopiana & Disemadi, 2021). Merek dagang merupakan suatu merek yang melekat dengan produk atau barang yang akan diperdagangkan oleh seseorang atau badan hukum sedangkan

merek jasa adalah merek yang melekat pada suatu usaha yang memperdagangkan jasa yang dibuka oleh seseorang atau badan hukum. Setiap individu atau badan hukum yang telah mendaftarkan merek dagang atau jasanya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) dan pendaftaran telah diterima maka dapat secara langsung menerima hak atas merek tersebut. Hak tersebut merupakan hak yang secara eksklusif diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang sudah terdaftar untuk jangka waktu tertentu. Hak tersebut meliputi pemakaian merek yang sudah terdaftar secara pribadi atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Betlehn & Samosir, 2018). Hak atas merek ini juga secara hukum sudah mendapatkan perlindungan, hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya kegiatan-kegiatan dari pihak lain yang dapat merugikan pemilik merek seperti pemalsuan ataupun penggandaan produk tanpa seizin pemilik merek (Balqis, 2021). Salah satu pihak yang dapat melakukan pendaftaran merek adalah pelaku UMKM dengan mendaftarkan barang/jasa yang diperdagangkannya (Balqis & Santoso, 2020; Tiara & Yulinda, 2021).

Seperti yang sudah disebut sebelumnya, UMKM memiliki peranan penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM tidak hanya menyediakan lapangan pekerjaan di masyarakat tetapi juga menawarkan layanan dan produk dengan kualitas yang tidak kalah dengan yang ditawarkan oleh usaha yang lebih besar. Menurut data statistik dari DJKI sebelum masa pandemi yaitu pada tahun 2018, pelaku UMKM di Indonesia diperkirakan ada sebanyak 64,1 juta. Data tersebut juga menunjukkan bahwa yang melakukan pendaftaran merek dagang tidak mencapai seperempat dari jumlah total UMKM, dimana pendaftaran merek yang dilakukan oleh usaha non UMKM sebesar 91,45% sedangkan untuk pendaftaran merek UMKM hanya terdapat sebesar 8.55%. Pelaku UMKM yang melakukan pendaftaran merek dagangnya diperkirakan hanya dilakukan oleh sebanyak 10.632 pelaku usaha (Catriana, 2020).

Berdasarkan wawancara kepada pelaku UMKM bernama Edi atas usaha miliknya yang bernama “Kuylah *Ricebowl*”, beliau menyatakan bahwa prosedur pendaftaran merek rumit dan membutuhkan waktu yang panjang

maka dari itu beliau enggan untuk melakukan pendaftaran merek terhadap usahanya tersebut. Kemudian pelaku UMKM lainnya bernama July atas usaha makanan bernama “Mie Pangsit Cahaya” juga tidak melakukan pendaftaran terhadap merek usahanya dikarenakan beliau berpandangan bahwa tidak ada kepentingan dan urgensi dalam melakukan pendaftaran. Pelaku usaha berinisial “S” yang merupakan pelaku usaha cemilan online yang beroperasi di Kota Batam juga diwawancarai. Hasil yang ditemukan setelah mewawancarai beliau adalah beliau masih tidak terlalu memahami mengenai merek serta prosedur yang perlu dilalui untuk mendaftarkan merek usahanya. Pelaku usaha lain yang berinisial “JL”, seorang pelaku UMKM di kota Batam berpendapat bahwa merek bukanlah hal yang terlalu penting. Beliau berpendapat bahwa kualitas dari produk yang ditawarkan merupakan hal yang lebih penting daripada merek. Selain itu, beliau juga mengatakan bahwa beliau tidak terlalu memahami mengenai prosedur pendaftaran merek.

Dari hasil wawancara dan pengamatan dilakukan, dapat dikatakan bahwa faktor yang menyebabkan rendahnya angka pendaftaran merek

oleh pelaku UMKM adalah dikarenakan kurang adanya wawasan, pengetahuan dan informasi mengenai keuntungan dan perlindungan yang didapatkan dengan mendaftarkan merek. Maka dari itu, sebagian besar pelaku UMKM berpandangan bahwa pendaftaran merek bukanlah merupakan hal yang signifikan untuk membantu mereka dalam kegiatan usaha. Pelaku UMKM beranggapan dengan tidak melakukan pendaftaran merek tidak akan berpengaruh terhadap usahanya dikarenakan usaha mereka masih bisa tetap berjalan dan menghasilkan pendapatan tanpa perlu melakukan pendaftaran merek. Kemudian, faktor lain yang mempengaruhi adalah prasangka buruk terhadap prosedur pendaftaran merek. Masyarakat termasuk pelaku UMKM berprasangka bahwa informasi mengenai pendaftaran merek sulit didapatkan oleh masyarakat awam (Amboro, 2019). Selain itu, banyak yang beranggapan bahwa proses pendaftaran merek merupakan suatu proses yang kompleks dan juga membutuhkan waktu yang lama serta biaya yang banyak. Padahal pada kenyataannya, proses pendaftaran merek merupakan proses yang tidak rumit. Seluruh syarat serta ketentuan untuk melakukan pendaftaran merek

telah dijelaskan secara lengkap dalam *website* yang dikelola oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) yang dapat diakses melalui link [www.dgip.go.id](http://www.dgip.go.id). Pandangan dan isu yang beredar di masyarakat inilah yang merupakan hambatan bagi pelaku usaha untuk melakukan pendaftaran merek termasuk bagi pelaku UMKM. Hal ini disebabkan oleh kurang ada sosialisasi mengenai pentingnya dan keuntungan dalam melakukan pendaftaran merek sehingga memunculkan opini-opini yang salah terkait dengan pendaftaran merek.

Merek memiliki peran utama sebagai tanda pengenal atau pembeda suatu usaha atau produk yang diperdagangkan (Churulaini, 2021; Agusta, 2021). Produk atau usaha yang tidak memiliki identitasnya sendiri akan lebih sulit untuk dikenal oleh banyak orang. Produk atau usaha yang telah memiliki merek akan lebih mudah untuk diingat oleh konsumen dibandingkan dengan usaha yang tidak bermerek. Kemudian merek adalah tanda asal suatu barang atau jasa yang merupakan hal penting bagi suatu usaha. Dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah mengenal bahwa suatu produk berasal dari usaha yang mana. Konsumen akan mengetahui kemana

mereka harus mencari apabila ingin membeli atau memakai barang atau jasa yang dibutuhkan. Selain itu, merek juga berperan sebagai alat promosi usaha. Usaha membutuhkan kegiatan promosi agar produk atau usaha yang diperdagangkan dapat dikenal oleh orang banyak sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha. Dengan adanya merek, kegiatan promosi dapat dilakukan dengan lebih lancar karena merek adalah tanda pengenal atau identitas serta suatu bentuk jaminan atas kualitas barang atau jasa. Apabila melakukan promosi tanpa merek, konsumen tidak bisa membedakan produk yang satu dengan produk lainnya karena tidak memiliki identitas. Pada dasarnya, konsumen akan selalu memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang akan dibelinya. Barang atau jasa yang mereknya sudah terdaftar tentu akan dianggap lebih terpercaya dibandingkan barang atau jasa yang tidak memiliki merek sama sekali.

Pendaftaran merek memberikan sejumlah keuntungan yang dapat didapatkan dan dirasakan oleh pelaku UMKM. Keuntungan utama yang diterima oleh pelaku UMKM dengan mendaftarkan merek dagang atau merek jasanya adalah mendapatkan perlindungan hukum atas merek yang

didaftarkan. Selain itu, para pelaku UMKM juga secara nyata dan sah mendapatkan hak atas merek sebagaimana yang telah dijelaskan di atas. Terdapat 2 bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah kepada seluruh bentuk kekayaan intelektual yang telah didaftarkan, yaitu preventif dan represif. Perlindungan preventif merupakan perlindungan yang diterapkan dengan tujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran kekayaan intelektual seperti tindakan pemalsuan, peniruan (plagiat), dan penggelapan suatu karya kekayaan intelektual. Sedangkan perlindungan represif diterapkan untuk mewujudkan keadilan bagi pelanggar hak kekayaan intelektual (Arianti & Dipa, 2021). Prinsip dari perlindungan hukum kekayaan intelektual juga dibagi menjadi 2 (dua), yaitu prinsip deklaratif dan prinsip konstitutif. Merek menerapkan prinsip konstitutif sehingga merek perlu didaftarkan terlebih dahulu agar bisa mendapatkan perlindungan hukum. Dengan melakukan pendaftaran merek, barang dan jasa yang didaftarkan merek oleh pelaku UMKM akan bebas dari tindakan pelanggaran kekayaan intelektual dan dapat menjadi bukti yang kuat jika sengketa masuk ke ranah pengadilan.

Pendaftaran merek juga dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM karena merek memiliki nilai tambah bagi suatu produk dan jasa. Selain dari produk atau jasa yang ditawarkan suatu usaha, merek atau *branding* sendiri sangat berpengaruh terhadap kesuksesan dari suatu UMKM, terutama merek yang direncanakan untuk dipakai dalam jangka waktu yang lama (Serlia, 2021). Dari sudut pandang konsumen, merek dari suatu usaha merupakan gambaran dari kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Pandangan konsumen mengenai kualitas barang atau jasa merupakan faktor penentuan konsumen untuk membeli barang atau jasa tersebut. Dengan kata lain, dari perspektif konsumen, barang atau jasa yang diperdagangkan akan selalu diasosiasikan dengan merek usaha tersebut. Asosiasi yang positif akan menyebabkan konsumen tertarik dan terus menerus bersedia untuk membeli atau memakai produk atau jasa dari usaha dengan merek yang terjamin dan terpercaya (Khasanah, 2013). Selain itu, konsumen baru juga akan selalu beranggapan bahwa produk atau jasa yang berasal dari merek yang telah terdaftar merupakan produk yang lebih terpercaya dan terjamin

kualitasnya dibandingkan produk-produk yang berasal dari merek yang belum terdaftar. Hal ini dikarenakan merek yang belum didaftar tersebut dapat saja merupakan barang bajak atau tiruan dari merek yang telah secara sah terdaftar.

Pandemi covid-19 menimbulkan urgensi pendaftaran merek bagi UMKM. Sebagaimana telah dijelaskan diatas, pemerintah mengeluarkan sejumlah kebijakan mengenai pembatasan mobilitas masyarakat demi mengurangi penyebaran virus covid-19 menyebabkan banyak usaha terpaksa membubarkan usahanya, termasuk UMKM. Walaupun begitu, banyak juga usaha-usaha baru yang muncul akibat pembatasan tersebut, dimana dominan usaha-usaha yang didirikan menitikberatkan pada pemanfaatan teknologi untuk menjalankan usahanya (Astuti, 2021). Era modern yang serba digital inilah yang memungkinkan usaha-usaha tersebut dapat beroperasi. Seperti yang sudah dijelaskan, *branding* atau merek sangat penting terutama untuk usaha-usaha baru. Melihat bahwa pembatasan yang diterapkan oleh pemerintah tidak memungkinkan orang-orang untuk secara langsung pergi ke pusat perbelanjaan demi membeli kebutuhan sehari-hari, masyarakat lebih

cenderung untuk berbelanja secara *online* melalui aplikasi-aplikasi berbelanja *online* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Blibli*, dan lainnya. Ketersediaan platform *online* atau *marketplace* ini merupakan suatu media pemasaran yang mendukung keberlangsungan usaha-usaha industri kreatif (Nasution, 2020). Aktivitas berbelanja melalui aplikasi-aplikasi inilah membuat merek memiliki peran besar dalam menarik konsumen, dimana konsumen tidak dapat melihat dan menilai secara langsung apa yang ingin dibeli beserta kualitasnya sehingga dapat mengandalkan *branding* produk tersebut. Merek sebagai suatu tanda pengenal akan sangat membantu para pelaku UMKM menarik perhatian serta kepercayaan orang-orang yang berpotensi menjadi konsumen. Dengan melakukan pendaftaran merek terhadap barang atau jasa membuka peluang dan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk ikut bersaing dalam *marketplace*.

## **B. Urgensi Pendaftaran Merek di Masa Pandemi Covid-19**

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, pendaftaran merek terhadap UMKM membawa banyak keuntungan bagi para pelaku usaha. Namun, para pelaku usaha masih enggan untuk melakukan pendaftaran merek usahanya

dikarenakan beberapa hal salah satunya adalah pandangan mengenai prosedur pendaftaran merek yang panjang, berbelit-belit dan memakan waktu serta biaya yang banyak. Salah satu pelaku UMKM yang diwawancara menyatakan bahwa permohonan UMKM berbelit-belit dan butuh biaya untuk meminta orang lain melakukan pengurusan pendaftaran merek. Prosedur pendaftaran merek terlalu panjang dan susah untuk dipahami namun hal ini hanya merupakan pandangan dari pelaku UMKM dikarenakan pelaku UMKM tidak memiliki ketertarikan dan keinginan untuk mencari tahu mengenai pendaftaran merek terhadap usahanya.

Pada masa pandemi covid-19, semua kegiatan yang dilakukan masyarakat mulai dari sekolah sampai bekerja menerapkan sistem online untuk membatasi pertemuan secara langsung guna pencegahan penyebaran virus covid-19. Salah satu kegiatan yang diberlakukan secara online adalah segala bentuk pendaftaran dan pengajuan perizinan berusaha. Dengan tujuan untuk membatasi interaksi *face to face* di masyarakat, instansi-instansi memberlakukan kegiatan konsultasi, pendaftaran dan pengurusan secara online termasuk salah satunya adalah pendaftaran merek. Namun berdasarkan

fakta yang ada, pendaftaran merek sudah dapat dilakukan secara online sejak tahun 2016 hal ini berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek yang menjelaskan mengenai permohonan pengajuan pendaftaran merek dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu secara elektronik maupun non-elektronik. Pengajuan secara non elektronik dapat dilakukan oleh pemohon melalui pengajuan secara tertulis kepada Menteri sedangkan untuk pendaftaran elektronik dapat dilakukan oleh pemohon melalui laman resmi Direktorat Jenderal.

Pada masa pandemi covid-19 ini, DJKI hanya melayani permohonan dan pasca permohonan merek melalui online sampai waktu yang tidak ditentukan dikarenakan untuk mencegah perkembangan dan penyebaran covid-19 (DJKI, 2020). Pemohon merek harus mengajukan pendaftaran merek secara online dikarenakan situasi pandemi dimana mobilitas atau pergerakan masyarakat menjadi terbatas. Pengajuan pendaftaran merek secara online memberikan keuntungan kepada pemohon yaitu pendaftaran yang lebih mudah hanya dengan melalui *website*

dan mengisi formulir secara online, dapat mengetahui proses permohonan secara langsung dengan memantau akun aplikasi merek di *website* DJKI, ringan biaya dan mempersingkat waktu karena dokumen yang dipersyaratkan juga cukup di *upload* ke dalam sistem tanpa harus dikirim ke kantor wilayah DJKI sekitar. Pendaftaran merek secara online dapat dilakukan melalui *website* Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham) dan ketika permohonan telah selesai diajukan maka akan diterbitkan sertifikat merek berbentuk elektronik (*softcopy*) yang dapat diunduh langsung di akun aplikasi merek milik pemohon.

Sebelum melakukan pendaftaran merek secara online, pemohon wajib untuk menentukan jenis produk barang atau jasa yang diperdagangkan dan klasifikasi kelas mereknya. Barang atau jasa yang akan didaftarkan merek memiliki kelas merek masing-masing. Kelas merek adalah uraian jenis barang/jasa yang diklasifikasi ke dalam bagian masing-masing sesuai kriteria yang dapat dilihat melalui *website* DJKI. Kriteria pengklasifikasi internasional untuk barang dan jasa yang dilakukan pendaftaran merek

didasarkan pada *nice classification* edisi terbaru yang berlaku bagi semua anggota *World Intellectual Property Organization (WIPO)* (DJKI, 2020). Hingga pada saat ini, bulan November tahun 2021 terdapat 45 kelas merek yang berpedoman pada *NICE Classification (NCL ver.11)*. Kelas merek dibagi menjadi 2 yaitu kelas barang yang dimulai dari kelas 1 sampai kelas 34 dan kelas jasa yang dimulai dari kelas 35 sampai kelas 45. Pada saat pendaftaran merek, pemohon akan diminta untuk menentukan kelas merek dan persyaratan bagi barang/jasa yang didaftarkan berbeda-beda tergantung kelas merek. Kesalahan dalam menentukan kelas merek dapat berakibat permohonan merek ditolak oleh DJKI maka dari itu pemohon harus jeli dalam memilih kelas merek barang atau jasa yang akan didaftarkannya. Setelah melakukan pengklasifikasian secara mandiri barang atau jasa yang akan didaftarkan, pemohon harus melakukan penelusuran merek melalui website pangkalan data kekayaan intelektual. Penelusuran merek berguna untuk mengecek apakah merek barang atau jasa yang akan kita daftarkan telah didaftarkan terlebih dahulu oleh orang lain. Pendaftaran merek hanya dapat dilakukan terhadap merek yang masih

belum didaftarkan ke DJKI sehingga apabila merek tersebut telah didaftarkan oleh orang lain maka permohonan pendaftaran pemohon akan ditolak.

Pendaftaran merek secara online diawali dengan pemesanan kode billing melalui aplikasi SIMPAKI. Pada saat pemesanan kode *billing* tersebut, pemohon akan diminta untuk menentukan jenis pelayanan, jenis permohonan, cara permohonan, pengisian data pemohon, pengisian data barang/jasa yang akan didaftarkan merek dan menentukan kelas merek. Pemilihan jenis dan kelas permohonan harus sesuai dengan data yang akan diisi pada saat permohonan pendaftaran merek dikarenakan akan dilakukan validasi terhadap kode *billing*. Kode *billing* yang telah dipesan oleh pemohon hanya berlaku selama 14 hari terhitung sejak tanggal dibayarkan. Apabila telah melewati 14 hari maka kode *billing* akan *expired* sehingga tidak bisa digunakan untuk mengajukan permohonan pendaftaran merek.

Setelah melakukan pembayaran terhadap kode *billing*, pemohon wajib membuat akun pada aplikasi merek di website DJKI. Apabila sebelumnya pemohon telah memiliki akun maka pemohon dapat langsung *log in* menggunakan akun pemohon yang

sebelumnya. Setelah pemohon berhasil masuk ke akun aplikasi merek, maka pemohon dapat langsung mengajukan permohonan baru yang dimulai dengan pemilihan tipe permohonan dan kelas merek kemudian sistem akan melakukan konfirmasi terhadap kode *billing* yang telah dibayar. Apabila kode *billing* tidak sesuai maka pemohon tidak akan mendapatkan validasi pembayaran dan akan diberikan notifikasi alasan penolakan, seperti ketidaksesuaian tipe ataupun kelas permohonan yang diisi pada saat pemesanan kode *billing*, kode *billing* belum dibayarkan, kode *billing* yang masih diproses pembayarannya oleh SIMPAKI, kode *billing* telah digunakan atau kode *billing* yang telah habis jangka waktu penggunaannya. Apabila validasi kode *billing* berhasil, maka pemohon akan mendapatkan validasi pembayaran. Kemudian pemohon diminta untuk memasukan data pemohon merek, data kuasa apabila dikuasakan kepada konsultan KI (Kekayaan Intelektual), pengisian hak prioritas apabila barang/jasa yang didaftarkan memiliki hak prioritas.

Pasal 1 ayat (8) Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek menegaskan hak prioritas merek adalah

hak pemohon untuk mengajukan permohonan yang berasal dari negara yang tergabung dalam Konvensi Paris tentang Perlindungan Kekayaan Industri (*Paris Convention for the Protection of Industrial Property*) atau Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement Establishing the World Trade Organization*) untuk memperoleh pengakuan bahwa tanggal penerimaan di negara asal merupakan tanggal prioritas di negara tujuan yang juga anggota salah satu dari kedua perjanjian itu, selama pengajuan tersebut dilakukan dalam kurun waktu yang telah ditentukan berdasarkan perjanjian internasional dimaksud. Selanjutnya pengisian data merek yang berisi mengenai tipe merek, label merek, merek, deskripsi label merek, unsur warna dalam label merek, terjemahan apabila merek menggunakan istilah asing, pengucapan jika merek menggunakan karakter huruf non latin. Kemudian pemohon juga akan diminta mengisi data merek tambahan apabila barang atau jasa yang didaftarkan merek tiga dimensi, hologram dan suara. selanjutnya pemohon diminta untuk mengisi tab kelas dan uraian dari merek kemudian menggugah lampiran dokumen persyaratan. Setelah itu, pemohon akan

meninjau proses permohonan yang telah diisi, jika permohonan diterima maka pemohon akan mendapatkan tanda terima dan formulir pernyataan pendaftaran merek.

Setelah permohonan pendaftaran merek telah diterima, permohonan merek tersebut akan dilakukan proses pemeriksaan formalitas dan kelengkapan dokumen persyaratan oleh DJKI dalam jangka waktu paling lama 15 hari sejak tanggal penerimaan tanda terima permohonan. Apabila masih terdapat kekurangan dokumen maka akan diberitahukan oleh DJKI dalam jangka waktu 30 hari. Pemohon diberi waktu selambat-lambatnya 2 bulan sejak tanggal penerimaan surat pemberitahuan untuk melengkapi kekurangan dokumen. Apabila pemohon tidak memenuhi kelengkapan dokumen dalam jangka waktu yang telah ditentukan maka permohonan dianggap ditarik kembali atau dibatalkan oleh pemohon. Setelah melalui proses pemeriksaan kelengkapan dokumen akan dilakukan pemeriksaan substantif yang berfungsi untuk menentukan bisa tidaknya merek yang dimohonkan didaftarkan dalam daftar umum merek (Hediati, 2020). Pemeriksaan substantif diselesaikan dalam jangka waktu selambat-

lambatnya 30 hari dan terhadap keberatan diselesaikan dalam jangka waktu selambat-lambatnya 90 hari. Pemeriksaan substansi merupakan pemeriksaan yang dilakukan terhadap pemohon dan barang atau jasa yang akan didaftarkan merek yaitu pemeriksaan terhadap itikad dari pemohon, kelayakan barang atau jasa untuk didaftarkan merek dan apakah barang atau jasa tersebut telah memenuhi unsur dan syarat agar dapat didaftarkan merek.

Berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek, merek tidak dapat didaftar apabila merek tersebut bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum, nama merek tersebut memiliki kesamaan, sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang didaftarkan, merek tersebut memiliki unsur yang dapat menyesatkan masyarakat mengenai jenis, asal, ukuran, kualitas, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang didaftarkan atau

merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis, merek tersebut memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi, merek tersebut tidak mempunyai daya pembeda dari merek lainnya, merek tersebut menggunakan nama umum dan/atau lambang milik umum, dan merek yang memuat bentuk yang bersifat fungsional. Pendaftaran merek juga dapat ditolak jika memiliki kesamaan dengan merek terdaftar dan merek terkenal yang telah dimohonkan dan didaftarkan untuk bahan yang sejenis, memiliki kesamaan dengan nama orang terkenal dan nama badan atau lembaga negara ataupun tanda/stempel yang dimiliki oleh negara, kesamaan dengan indikasi geografis yang terdaftar dan pemohon yang tidak memiliki itikad yang baik. Merek yang didaftarkan mendapat perlindungan selama 10 tahun dan dapat diperpanjang dengan dilakukan permohonan perpanjangan merek secara elektronik maupun non elektronik.

Apabila pemeriksaan substantif telah disetujui maka akan dilakukan permohonan pengumuman oleh menteri di berita resmi merek oleh DJKI selambat-lambatnya 15 hari.

Pengumuman akan dilakukan melalui sarana elektronik maupun non elektronik selama 2 bulan agar masyarakat dapat ikut melakukan kontrol terhadap merek serta pengecekan terhadap keserupaan merek yang terdahulu (Ipindo, nd). Akan tetapi pengumuman mengenai berita resmi merek masih tidak begitu diketahui oleh masyarakat sehingga proses pengajuan keberatan terhadap merek yang terdaftar masih mengalami kekurangan yang dapat menyebabkan banyak merek memiliki kesamaan (Ipindo, nd). Setelah telah melakukan pengumuman selama jangka waktu yang dipersyaratkan dan tidak mendapatkan penolakan, keberatan ataupun sanggahan maka pemohon mendapatkan sertifikat merek yang dapat di download di akun aplikasi merek.

Pendaftaran merek oleh pelaku UMKM mendapatkan fasilitas pengurangan biaya pengajuan permohonan merek. Biaya permohonan pendaftaran merek bagi umum adalah sebesar Rp.1.800.000,00 sedangkan biaya permohonan pendaftaran merek untuk UMKM adalah sebesar Rp.500.000,00. Untuk mendapatkan fasilitas tersebut, pelaku UMKM wajib untuk memiliki surat keterangan atau

surat rekomendasi sebagai UMKM. Surat keterangan tersebut minimal memuat nama, jabatan, dan unit organisasi yang menandatangani surat keterangan, nama pemohon, alamat pemohon, label merek yang akan dimohonkan pendaftaran, dan jenis barang atau jasa yang dimohonkan yang diterbitkan oleh kementerian koperasi dan UKM atau kementerian perindustrian atau kementerian perdagangan yang berdasarkan Surat Edaran Nomor HKI.4-TI.04.01-01 tertanggal 27 Januari 2021 oleh DJKI.

UMKM bahkan mendapatkan fasilitas pendaftaran merek dari kementerian koperasi dan UKM dengan memenuhi persyaratan dan ketentuan yang diberikan. kementerian koperasi dan UKM berencana untuk menargetkan sebanyak 300 juta pelaku usaha mikro mendapatkan fasilitas pendaftaran Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), sertifikasi halal, merek dan hak cipta dan izin edar BPOM MD (Makanan Dalam) (Kemenkopukm, 2021). Kementerian koperasi dan UKM akan memfasilitasi UMKM dengan memberikan pengganti biaya pendaftaran merek secara online terhadap barang atau jasa usaha UMKM.

## **Kesimpulan**

Merek dari produk ataupun jasa merupakan aspek penting bagi usaha-usaha yang berskala besar maupun kecil. Merek yang didaftarkan oleh UMKM di DJKI memberikan berbagai macam keuntungan bagi penghasilan maupun citra sebuah UMKM apalagi pada masa pandemi covid-19, dimana mayoritas kegiatan sehari-hari manusia dilakukan secara digital memungkinkan pelaku UMKM untuk mempromosikan usahanya dengan lebih mudah, luas, dan ringan biaya. Untuk melakukan kegiatan promosi tersebut, dibutuhkan suatu tanda pengenal (merek) agar orang-orang yang berpotensi menjadi konsumen dapat mengingat produk atau jasa yang akan dibeli atau dipakai serta mendapatkan jaminan kualitas. Pendaftaran merek memberikan perlindungan terhadap barang atau jasa sehingga UMKM akan bebas dari tindakan pemalsuan produk dan tercipta kompetisi usaha yang adil. Pendaftaran merek memberikan perlindungan hukum yang lebih besar dalam pengadilan apabila suatu saat produk/jasa yang dimiliki oleh pelaku UMKM dipalsukan atau digandakan tanpa sepengetahuan pelaku usaha. Selain itu, Pendaftaran merek membuka kesempatan bagi pelaku UMKM untuk

ikut bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar di *marketplace*. Walaupun pendaftaran merek memberikan banyak keuntungan bagi UMKM, masih banyak pelaku UMKM yang enggan untuk mendaftarkan merek dagang atau merek jasanya. Berdasarkan hasil wawancara dan penelitian, faktor yang menyebabkan pelaku UMKM enggan melakukan pendaftaran merek dikarenakan tidak ada informasi dan pengetahuan mengenai keuntungan maupun prosedur pendaftaran merek di kalangan pelaku UMKM sehingga menimbulkan prasangka yang tidak benar. Pelaku UMKM menganggap bahwa proses pendaftaran rumit, membutuhkan biaya yang besar, dan memakan waktu yang lama. Padahal pada kenyataannya, proses pendaftaran merek telah dipermudah dengan tersedianya pendaftaran merek yang difokuskan melalui online pada masa pandemi ini, dimana pendaftaran beserta panduannya dapat diakses di website DJKI. Pendaftaran merek dapat dilakukan secara online sejak tahun 2016 berdasarkan peraturan pemerintah namun pengajuan permohonan pendaftaran merek secara online lebih difokuskan di masa pandemi covid-19 dimana segala kegiatan manusia

dilakukan secara online untuk mencegah penyebaran virus. Pemerintah bahkan memberikan kemudahan dalam pengajuan pendaftaran merek kepada pelaku UMKM dengan harapan dapat membangkitkan perkembangan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia.

### **Daftar Pustaka**

- Agusta, M. (2021). *Perlindungan Atas Merek Dagang Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*. DATIN LAW JURNAL, 2(1), 46-56.
- Al-Fatih, S. (2021). *Analisis Keterhubungan Konsep Merek dengan Nama Domain: Kajian Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Journal of Judicial Review, 23(2), 257-264.
- Alfin, A. (2021). *Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19*. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(8), 1543-1552.
- Amboro, F. Y. P. (2019). *Problematika Pendaftaran Merek Untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Batam*. Journal of Judicial Review, 21(1), 1-14.
- Arianti, N. D. K., & Dipa, W. W. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Kemiripan Suatu Produk*. Jurnal Media Komunikasi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, 3(2), 91-99.
- Arianto, B. (2020). *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. ATRABIS: Jurnal

- Administrasi Bisnis (e-Journal), 6(2), 233-247.
- Astuti, I. I. (2021). *UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Berbasis Digital Marketing*. Eksaminasi: Jurnal Hukum, 1(1), 59-65.
- Bahtiar, R. A. (2021). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Solusinya*. Info Singkat Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, 13(10), 19-24.
- Balqis, W. G. (2021). *Perlindungan Merek sebagai Hak Kekayaan Intelektual: Studi di Kota Semarang, Indonesia*. Journal of Judicial Review, 23(1), 41-56.
- Balqis, W. G., & Santoso, B. (2020). *Arti Penting Perlindungan Merek Terdaftar Bagi Komunitas Penghasil Produk Ekonomi Kreatif*. Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia, 2(2), 205-221.
- Benuf, K., & Azhar, M. (2020). *Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer*. Gema Keadilan, 7(1), 20-33.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). *Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia*. Law and Justice, 3(1), 1-11.
- BKPM. (nd). *Penguatan UMKM sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional*, <https://www.investindonesia.go.id/id/mengapa-berinvestasi/perkembangan-ekonomi-indonesia/penguatan-umkm-sebagai-penggerak-pemulihan-ekonomi-nasional-id>, Diakses pada 17 Oktober 2021.
- Catriana. E. (2020). *Dari 64,1 Juta UMKM, Baru 10.632 yang Mengurus Merek Dagang*, <https://money.kompas.com/read/2020/07/17/161100826/dari-64-1-juta-umkm-baru-10.632-yang-mengurus-merek-dagang>, Diakses pada 27 November 2021.
- Churulaini, D. (2021). *Edukasi Pendaftaran Merek Kepada Perangkat Desa Dan Pelaku Umkm Menuju Pemulihan Ekonomi Pasca Covid-19 Di Desa Sawojajar Kabupaten Lampung Utara*. Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS), 2(2), 96-101.
- Disemadi, H. S., & Ariani, M. (2021). *Arti Penting Perlindungan Kekayaan Intelektual Pencipta Logo Coffe Shop Di Kota Batam, Indonesia*. Mizan: Jurnal Ilmu Hukum, 10(1), 26-36.
- DJKI. (2020). *Layanan DJKI Terkait Perkembangan Situasi dan Kondisi Penyebaran COVID-19*, <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel/layanan-djki-terkait-perkembangan-situasi-dan-kondisi-penyebaran-covid-19?kategori=pengumuman>, Diakses pada 27 November 2021.
- DJKI. (2020). *Modul Kekayaan Intelektual Tingkat Lanjut dan Indikasi Geografis (Edisi 2020)*. <https://www.dgip.go.id/unduh/download/modul-kekayaan-intelektual-tingkat-lanjut-merek-dan-indikasi-geografis-edisi-2020-2-2021>, Diakses pada 27 November 2021.
- Hediati, F. N. (2020). *Optimalisasi Pengawasan pada Penerimaan*

- Pendaftaran Merek dalam Rangka Perlindungan Merek*. Jurnal Suara Hukum, 2(2), 234-257.
- Ipindo. (nd). Pengumuman Merek, <https://www.ipindo.com/pengumuman-merek>, Diakses tanggal 27 November 2021
- Jayani, D. H. (2021). UMKM Indonesia Bertambah 1,98% pada 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/umkm-indonesia-bertambah-198-pada-2019>, Diakses pada 17 Oktober 2021.
- Kemenkopukm. (2021). Kemenkopukm Targetkan 3 Juta Usaha Mikro Dapatkan Aneka Sertifikasi Usaha, <https://www.kemenkopukm.go.id/read/kemenkopukm-targetkan-3-juta-usaha-mikro-dapatkan-aneka-sertifikasi-usaha>, Diakses pada 27 November 2021
- Khasanah, I. (2013). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang*. JDM (Jurnal Dinamika Manajemen), 4(1).
- Limanseto, H. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>, Diakses pada 17 Oktober 2021.
- Marlinah, L. (2020). *Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid 19*. Jurnal Ekonomi, 22(2), 118-124.
- Mulachela, H. (2021). UMKM Adalah: Ciri, Peran, dan Faktor Perkembangannya, <https://katadata.co.id/sortatobing/finsial/6125bb463f83b/umkm-adalah-ciri-peran-dan-faktor-perkembangannya>, Diakses pada 27 November 2021.
- Nasution, L. (2020). *Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19*. ADALAH, 4(1).
- Nopiana, N., & Disemadi, H. S. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Merek: Suatu Kajian Komparatif Antara Jepang Dan Indonesia*. Widya Yuridika: Jurnal Hukum, 4(2).
- Nurhayati, Y., Ifrani, I., & Said, M. Y. (2021). *Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum*. Jurnal Penegakan Hukum Indonesia, 2(1), 1-20.
- Prameswari, T. A. (2021). *Hak Merek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM*. Amnesti Jurnal Hukum, 3(2), 97-104.
- Rosita, R. (2020). *Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia*. Jurnal Lentera Bisnis, 9(2), 109-120.
- Serlia, D. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat*. Eksaminasi: Jurnal Hukum, 1(1), 66-76.
- Shaleh, A. I., & Trisnabilah, S. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Persamaan Merek Untuk Barang Atau Jasa Yang Sejenis: Studi Merek Bossini*. Journal of Judicial Review, 22(2), 291-300.

- Suhargon, R. (2019). *Analisa Hukum Terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang Bagi UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Rakyat (Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis)*. Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummanioramania, 3(2), 67-73.
- Suryansyah, S., & Junaeda, J. (2021). *Tinjauan Hukum Pendaftaran Hak Merek Terhadap Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Mamuju. Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 7(1), 107-119.
- Tiara, D., & Yulinda, K. (2021). *Kesadaran Hukum Pengusaha Hotel Kota Padang Dalam Pendaftaran Merek*. Law Journal of Mai Wandeu, 1(1), 59-67.
- Victoria, A. O. (2021). Hanya 12,5% UMKM di Indonesia yang Kebal dari Pandemi Covid-19, <https://katadata.co.id/agustiyanti/fiansial/605d9f635fdf7/hanya-12-5-umkm-di-indonesia-yang-kebal-dari-pandemi-covid-19>, Diakses pada 17 Oktober 2021.