

Peningkatan Pemahaman Hukum Warga Binaan Tentang Merek di Lembaga Pemasyarakatan Perempuan Kelas II A Pekanbaru

Irawan Harahap*¹, Yalid², Riantika Pratiwi³
^{1,2,3}Fakultas Hukum Universitas Lancang Kuning
irawan.harahap@unilak.ac.id

Article History:

Received: 2023-09-10

Revised: 2023-09-20

Accepted: 2023-09-27

Keywords: Hukum, Merek, Warga Binaan.

Abstrak: Permasalahan yang mungkin timbul ketika banyaknya warga binaan lembaga pemasyarakatan perempuan kelas II pekanbaru yang diberikan pelatihan keterampilan didunia bisnis yang tidak memahami aspek hukum tentang merek yang termasuk didalamnya kewajiban pendaftaran merek dan perlindungan hukum bagi merek yang terdaftar. Solusi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman kepada warga binaan lembaga pemasyarakatan perempuan kelas II pekanbaru tentang aspek hukum merek. Sesuai dengan persoalan prioritas yang dihadapi mitra sebagaimana telah disinggung maka metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra adalah dengan metode ceramah dan tanya jawab. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan ini para peserta telah merasakan manfaatnya, yaitu mendapat tambahan pengetahuan dan pemahaman tentang aspek hukum tentang merek. Hal itu disimpulkan setelah membandingkan hasil tes awal (pre test) dan tes akhir (post test) dengan cara mengajukan pertanyaan (kuesioner) sebelum dan sesudah pemberian materi. Kesimpulan problem yang dihadapi khalayak sasaran sebelum pemberian materi banyak yang belum memahami aspek hukum tentang merek. Berdasarkan penjelasan tim pengabdian kepada masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan ini telah terjadi peningkatan pemahaman khalayak sasaran tentang penyelesaian dimaksud.

Pendahuluan

Pembukaan Undang-Undang Negara Republik Indonesia 1945 memuat salah satu manifestasi tujuan negara yaitu pembangunan. Sebagai negara berkembang Indonesia perlu melakukan pembangunan dalam berbagai bidang, baik politik, ekonomi, sosial budaya, maupun hukum. Secara normatif pada Pasal 33 UUD 1945 telah mengatur pembangunan dalam bidang perekonomian. (Masnun, 2019). Perkembangan

perekonomian saat ini banyak munculnya Usaha Mikro Kecil Menengah atau lazim kita kenal sebagai UMKM. UMKM mempunyai banyak peranan penting dalam perekonomian. Salah satu peranannya yang paling krusial dalam pertumbuhan ekonomi adalah menstimulus dinamisasi ekonomi. Karakternya yang fleksibel dan cakap membuat UKM dapat direkayasa lebih baik daripada perusahaan perusahaan besar. (Suhargon, 2019).

Kegiatan UMKM ini tidak hanya dilakukan oleh pelaku usaha atau masyarakat umum saja, akan tetapi juga dilakukan oleh narapidana atau warga binaan pemasyarakatan. Salah satu lembaga pemasyarakatan yang melakukan pembinaan UMKM adalah lembaga pemasyarakatan perempuan kelas II A Pekanbaru. Kegiatan UMKM ini sebagai upaya untuk membekali para narapidana agar meningkatkan keahlian dan produktivitas serta meningkatkan perkembangan perekonomian pada sektor bisnis setelah mereka bebas.

Sektor bisnis tidak pernah dapat luput dari Kekayaan Intelektual. Setiap usaha yang dilakukan pasti memiliki kekayaan intelektual yang terdapat di dalamnya. Kekayaan Intelektual yang dimaksud dapat berupa Merek, Cipta, Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang, Dasar Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Indikasi Geografis. Sama halnya dengan UMKM, meskipun skala bisnis yang dijalankan di dalam UMKM bukanlah suatu skala yang besar tetapi pada umumnya seluruh UMKM memiliki suatu Merek, baik Merek yang dipergunakan di dalam Perdagangan atau bisa disebut sebagai Merek dagang ataupun Merek yang dipergunakan di dalam suatu produk Jasa (Betlehn & Samosir, 2018).

Pertumbuhan ekonomi berjalan seiring dengan semakin meningkatnya permintaan akan variasi produk sehingga perlu menghasilkan lebih banyak perusahaan baru dan produk baru di pasar. Peningkatan daya saing ini juga yang mendorong penggunaan hak kekayaan intelektual termasuk merek sebagai alat persuasi dan membangun nilai reputasi di pasar. Merek sebagai salah satu bagian terpenting dalam kegiatan perdagangan sebagai identitas dan asal produk untuk memberikan juga representasi kualitas produk (Astuti, 2022). Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis diterangkan bahwa :

1. "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.
2. Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya.
3. Merek Jasa adalah Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.
4. Merek Kolektif adalah Merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasannya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya."

Merek sebagai salah satu jenis HKI merupakan suatu tanda yang melekat pada suatu barang dan/atau jasa yang digunakan dalam kegiatan perdagangan barang

dan/atau jasa. Merek dapat digunakan sebagai identitas produk yang dihasilkan UMKM yang bermanfaat sebagai daya pembeda dengan produk lain sehingga memudahkan konsumen untuk mengenalinya saat akan membeli. Merek juga dapat digunakan sebagai alat promosi, yaitu sebagai daya tarik produk, di samping juga untuk membuat citra yang memberikan keyakinan jaminan kualitas atas suatu produk. (Masnun, 2019). Hak atas merek adalah hak yang bersifat khusus (*exclusive*) yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin pada orang lain untuk menggunakannya. Pemberian hak khusus oleh negara tersebut, membawa konsekuensi bahwa untuk mendapatkannya harus melalui mekanisme pendaftaran, sehingga sifat pendaftaran adalah wajib (*compulsory*). Agar hak merek tersebut mendapat perlindungan dan pengakuan dari negara, maka pemilik merek harus mendaftarkannya pada negara (Arifin & Iqbal, 2020).

Adanya perlindungan hukum adalah sebagai bentuk telah bekerjanya fungsi hukum yang harus memberikan keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Berlakunya perlindungan hukum atas merek terdaftar akan mendorong investasi dan meningkatkan kepercayaan investor dalam menjalankan usahanya di Indonesia. Jika perlindungan hukum atas merek terdaftar tidak berjalan maka minat investor dalam menanamkan modal dan menjalankan usahanya di Indonesia akan melemah, dan ini sangat tidak menguntungkan bagi perekonomian Indonesia (Indah & Indrawati, 2021).

Proses pendaftaran merek berdasarkan UU No. 20 Tahun 2016 adalah sebagai berikut:

- a. Pemohon atau kuasanya mengisi dan menandatangani formulir permohonan pendaftaran, melampirkan, paling sedikit, dokumen bukti pembayaran, surat pernyataan kepemilikan merek, dan label merek serta mengajukannya ke Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Menkumham);
- b. Permohonan pendaftaran merek yang telah diterima Menkumham kemudian diperiksa formalitas kelengkapannya;
- c. Apabila ada kekurangan kelengkapan persyaratan, maka dalam jangka waktu 30 hari kerja sejak tanggal penerimaan permohonan, pemohon atau kuasanya diberi waktu untuk melengkapinya dalam jangka waktu 2 bulan sejak tanggal pengiriman surat pemberitahuan untuk melengkapi persyaratan;
- d. Apabila tidak dilengkapi sampai dengan jangka waktu habis, permohonan dianggap ditarik kembali;
- e. Permohonan yang telah memenuhi persyaratan minimum diberikan tanggal penerimaan dan dalam waktu paling lama 15 hari kerja sejak tanggal penerimaan, permohonan merek akan memasuki tahap pengumuman dalam berita resmi merek;
- f. Permohonan merek memasuki tahap pengumuman selama 2 bulan, dan setiap pihak bisa mengajukan keberatan/oposisi secara tertulis kepada Menkumham atas permohonan tersebut disertai dengan alasannya;
- g. Alasan tersebut adalah merek yang dimohonkan pendaftarannya adalah merek yang menurut UU MIG tidak dapat didaftar atau harus ditolak. Dalam jangka waktu 14 hari kerja sejak tanggal penerimaan keberatan, salinan keberatan dikirimkan ke pemohon atau kuasanya;
- h. Jika ada keberatan/oposisi, maka pemohon atau kuasanya berhak mengajukan sanggahan terhadap keberatan paling lama 2 bulan sejak tanggal pengiriman

salinan keberatan dari Menkumham (Indah & Indrawati, 2021).

Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek. Hal ini berarti bahwa hak atas merek baru lahir jika telah didaftarkan oleh pemiliknya ke kantor merek dalam hal ini Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Dengan demikian sifat pendaftaran hak atas merek merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh pemiliknya, tanpa didaftarkan hak itu tidak akan timbul, karena hak itu pada dasarnya diberikan oleh Negara atas dasar pendaftaran (Siregar et al., 2022).

Permasalahan utama dalam pendaftaran merek adalah kurangnya pengetahuan dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pendaftaran merek. Masih banyak yang belum menyadari bahwa sebenarnya mereka memiliki aset secara intelektual dan bisa disahkan secara legal sehingga memiliki kekuatan hukum," Rendahnya awareness dari pebisnis tersebut menjadikan prioritas pendaftaran merek dagang ke Kementerian Hukum dan HAM menjadi prioritas yang kesekian.(Siregar et al., 2022). Hal ini tidak menutup kemungkinan bisa saja warga binaan Lembaga Pemasyarakatan Perempuan kelas IIA Pekanbaru tidak mengetahui kewajiban pendaftaran merek sebagai perlindungan hukum bagi kegiatan usaha yang mereka lakukan.

Permasalahan mitra pada kegiatan ini adalah pada umumnya warga binaan Lembaga Pemasyarakatan Perempuan kelas IIA Pekanbaru belum memahami aspek hukum tentang merek. Solusi yang ditawarkan dari kegiatan ini untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra adalah dengan melakukan penyampaian materi kepada mitra terkait aspek hukum tentang merek.

Metode

Metode Kegiatan Pengabdian yang dilakukan oleh TIM terdiri dari:

1. Ceramah atau penyuluhan. Dalam metode ini penceramah atau penyuluh menyampaikan materi tentang aspek hukum tentang merek. Pada tahapan ini, peserta dibebaskan untuk bertanya jawab dengan penceramah. Rincian dari metode ini ialah pemaparan aspek hukum perlindungan data pribadi.
2. Dialog interaktif, dalam tahapan ini peserta diposisikan sebagai subjek yang dapat memberikan ulasan terkait dengan problematika mengenai pendaftaran merek dan perlindungan hukum merek yang terdaftar. Dialog ini sebagai curah pendapat peserta untuk memperoleh masukan berupa persoalan, aspirasi, usulan, gagasan dan solusi.

Tahap Prosedur Kerja terdiri dari :

1. Tahap persiapan, tahap ini difokuskan dengan menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan ini, studi literatur dan melakukan koordinasi dengan instansi terkait untuk melakukan kegiatan.
2. Tahap kunjungan ke lokasi untuk menentukan tempat (lokasi) kegiatan penyuluhan.
3. Tahap perancangan modul penyuluhan hukum. Tahap ini mempersiapkan materi yang akan ditampilkan dalam kegiatan. Modul diperbanyak sejumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan.
4. Tahap pelaksanaan penyuluhan hukum dilakukan oleh Tim Pelaksana dari Fakultas

Hukum Universitas Lancang Kuning.

Hasil

Peserta menyimak materi yang disampaikan pemateri. Sebelum peserta diberikan materi, peserta diberikan kuis dengan beberapa pertanyaan mengenai materi tentang aspek hukum tentang merek yang termasuk didalamnya mengenai pendaftaran merek dan perlindungan hukum bagi merek yang terdaftar. Jawaban yang benar pada kuis itu terdapat materi yang disampaikan pemateri. Tujuan kuis diawal penyampaian materi ialah mengukur pengetahuan peserta.

Pertanyaan pertama untuk mengukur pengetahuan peserta mengenai kewajiban memiliki merek untuk setiap usaha dagang yaitu, apakah setiap usaha dagang harus memiliki merek?. Pilihan jawaban atas pertanyaan tersebut adalah (A) Setiap usaha dagang harus memiliki merek sebagai identitas. (B) Tidak harus memiliki merek jika sudah banyak konsumen yang menjadi pelanggannya. Peserta kegiatan yang menjawab jawaban yang benar yaitu jawaban A adalah berjumlah 4 orang atau 27 % dari jumlah peserta, sedangkan untuk jawaban B berjumlah 11 orang atau 73 % dari jumlah peserta.

Pertanyaan kedua untuk mengukur pengetahuan peserta terkait fungsi dari merek dagang yaitu, apakah fungsi dari pencantuman merek? Pilihan jawaban atas pertanyaan tersebut adalah (A) Sebagai identitas dari produk yang diperdagangkan. (B) Sebagai identitas dari pemilik atau orang selaku penjual produk. Peserta kegiatan yang menjawab jawaban yang benar yaitu jawaban A adalah berjumlah 6 orang atau 40 % dari jumlah peserta, sedangkan untuk jawaban B berjumlah 9 orang atau 60 % dari jumlah peserta.

Pertanyaan ketiga untuk mengukur pengetahuan peserta mengenai perlunya pendaftaran merek yaitu, apakah setiap merek dagang wajib didaftarkan?. Jawaban atas pertanyaan tersebut (A) Tidak perlu didaftarkan karena jika konsumen sudah mengenali merek dagang dari suatu produk, maka konsumen tetap akan percaya terhadap merek tersebut. (B) Merek dagang wajib didaftar untuk mendapatkan perlindungan hukum. Peserta kegiatan yang menjawab jawaban benar yaitu B adalah berjumlah 4 orang atau 27 % dari jumlah peserta, sedangkan untuk jawaban A berjumlah 11 orang atau 73 % dari jumlah peserta.

Pertanyaan keempat untuk mengetahui pengetahuan peserta terhadap sanksi hukum mencontoh merek dagang orang lain yaitu, apakah ada sanksi hukum terhadap orang yang mencontoh merek dagang orang lain yang sudah terdaftar?. Pilihan jawaban atas pertanyaan tersebut adalah (A) Ada sanksi hukum yaitu, setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain diancam hukuman maksimal lima tahun penjara dan denda dua miliar rupiah. (B) Tidak ada sanksi hukum, karena merek yang sama tetapi hasil produknya tidak akan sama. Peserta kegiatan yang menjawab jawaban benar yaitu A adalah berjumlah 3 orang atau 20% dari jumlah peserta, sedangkan untuk jawaban B berjumlah 12 orang atau 80 % dari jumlah peserta.

Pertanyaan kelima untuk mengukur pengetahuan peserta mengenai tempat pendaftaran merek yaitu, dimanakah tempat untuk mengurus pendaftaran merek dagang?. Pilihan jawaban atas pertanyaan tersebut adalah (A) Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan. (B) Kantor Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Peserta kegiatan yang menjawab jawaban benar yaitu B adalah berjumlah 2 orang atau

14 % dari jumlah peserta, sedangkan untuk jawaban A berjumlah 13 orang atau 86 % dari jumlah peserta.

Secara keseluruhan tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap aspek hukum tentang merek masih rendah, masih banyak peserta yang belum memahami aspek hukum tentang merek yang termasuk didalamnya mengenai pendaftaran merek dan perlindungan hukum bagi merek yang terdaftar.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 2. Dokumentasi Penyampaian Materi Pada Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.



Gambar 3. Dokumentasi Peserta Mengajukan Pertanyaan

Pembahasan

Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan metode kuisisioner/angket berjumlah dua puluh dua. Tim penyuluhan menyebarkan kuisisioner kepada peserta dan peserta menjawab pertanyaan dalam kuisisioner itu dengan cara melingkari jawaban yang benar. Tujuannya ialah untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta pada saat materi sebelum dan sesudah disampaikan. Pemahaman mereka dapat dilihat pada setiap pertanyaan kuisisioner sekaligus jawaban peserta. Kuisisioner yang diberikan sebelum penyuluhan hukum, diberikan kembali kepada peserta kegiatan untuk diukur perbedaan sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan.

Setelah pemberian materi dan penyuluhan dilakukan, terjadi peningkatan pengetahuan peserta, hal ini dikarenakan peserta menyimak dengan baik materi yang diberikan pada saat penyuluhan, sehingga pada umumnya peserta pada saat menjawab kuisisioner sudah mengetahui jawabannya sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jawaban Khalayak Sasaran Sesudah Pemberian Materi.

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
		Jawaban Benar	Jawaban Kurang Tepat
1.	Apakah setiap usaha dagang harus memiliki merek?	15 (100 %)	0 (0 %)
2.	Apakah fungsi dari pencantuman merek?	15 (86 %)	0 (0 %)
3.	Apakah setiap merek dagang wajib didaftarkan?	15 (100 %)	0 (0 %)

4.	Apakah ada sanksi hukum terhadap orang yang mencontoh merek dagang orang lain yang sudah terdaftar?	14 (93%)	1 (17%)
5.	Dimanakah tempat untuk mengurus pendaftaran merek dangang?	14 (93%)	1 (17%)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pemahaman warga binaan pemasyarakatan lembaga pemasyarakatan perempuan kelas II A Pekanbaru tentang aspek hukum merek yang termasuk didalamnya mengenai cara pendaftaran merek dan perlindungan hukum bagi merek yang terdaftar. meningkat setelah di beri pemaparan terhadap aspek hukum tentang merek. Rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta kegiatan. Indikasi keberhasilan dapat dilihat pada antusiasme peserta dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan pengalaman peserta.

Terdapat beberapa peserta yang bertanya pada kegiatan ini, peserta yang pertama bernama Yeni yang bertanya, apakah merek yang sudah didaftarkan itu memiliki jangka waktu berlakunya?. Tim Pengabdian menjawab Merek yang telah berhasil didaftarkan akan mendapatkan perlindungan selama 10 (sepuluh) tahun. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 35 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yaitu "Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan." Merek yang masa perlindungannya telah berakhir maka dapat dilakukan perpanjangan untuk jangka waktu yang sama, yaitu 10 (sepuluh) tahun lagi. Adapun tujuan perpanjangan merek terdaftar adalah memastikan bahwa merek yang didaftarkan tersebut benar-benar digunakan pada barang atau jasa yang masih diproduksi dan/atau diperdagangkan. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa UU Merek dan Indikasi Geografis tidak memberikan perlindungan hukum terhadap merek yang hanya didaftarkan saja tanpa dipergunakan dalam kegiatan produksi dan/atau diperdagangkan.

Peserta kedua yang bertanya bernama Maiza. Pertanyaannya mengenai apakah jika pindah lokasi usaha, berpengaruh terhadap merek yang sudah didaftarkan?. Tim Pengabdian menjawab, pemilik merek terdaftar dapat melakukan perubahan nama dan/atau alamat terhadap merek terdaftar yang dimilikinya. Ketentuan tentang perubahan nama dan/atau alamat tersebut diatur didalam bagian kesembilan pasal 40 UU Merek dan Indikasi Geografis. Tujuan perubahan nama dan/atau alamat untuk memberikan informasi kepada pihak lain bahwa pemillik merek terdaftar telah pindah domisili hukumnya dan untuk menghindarkan adanya penolakan dalam pemeriksaan substantif saat pemohon mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan merek yang sama atau mirip dengan yang sudah terdaftar sebelumnya untuk jenis barang atau jasa yang sejenis.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai peningkatan pemahaman hukum warga binaan tentang merek di Lembaga Pemasyarakatan Perempuan Kelas II A Pekanbaru berjalan dengan lancar. Warga Binaan di Lembaga Pemasyarakatan Perempuan Kelas II A Pekanbaru dapat memahami materi yang disampaikan oleh tim

pengabdian. Indikator pemahaman mereka tercantum dalam hasil kuisisioner yang diberikan pada saat kegiatan. Mereka memilih jawaban dalam kuisisioner terdiri atas pilihan jawaban yang benar dan jawaban yang salah. Jawaban pada kuisisioner terdapat dalam materi yang dibagikan dan materi yang disampaikan oleh tim pengabdian. Sebelum materi disampaikan peserta banyak menjawab dengan jawaban yang salah. Setelah materi disampaikan, peserta kembali diberikan kuisisioner dan jawaban peserta terhadap kuisisioner tersebut benar. Beberapa permasalahan dan keingintahuan yang dihadapi oleh peserta terkait materi aspek hukum tentang merek yang termasuk didalamnya kewajiban pendaftaran merek dan perlindungan hukum merek yang terdaftar dapat dijawab dengan baik pada saat penyuluhan hukum itu dilaksanakan.

Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Hukum Universitas Lancang Kuning yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

Referensi

- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47.
- Astuti, R. (2022). Analisa Hukum Penggunaan Unsur Pornografi terhadap Merek Terdaftar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2), 3696–3704.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), 1–11.
- Indah, V. N., & Indrawati, S. (2021). Perlindungan Hukum Produk Barang dan Jasa melalui Pendaftaran Merek. *Eksaminasi: Jurnal Hukum*, 1(2), 15–24.
- Masnun, M. A. (2019). Reorientasi Pengaturan Pemberdayaan Hukum Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Hak Atas Merek Kolektif. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(2), 217.
- Siregar, A., Saidin, O., & Leviza, J. (2022). Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 1(3), 161–169.
- 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 MUQODDIMAH : Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummaniora*, 3(2), 67.