



DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2>

Received: 19 Oktober 2023, Revised: 30 November 2023, Publish: 3 Desember 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Kesiapan Perlindungan Merek Pelaku Usaha Menuju UMKM Unggulan di Kota Serang

Inge Dwisvimiar¹, Rully Syahrul Mucharom², Anbar Nurzahira³

¹Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

Email: Inge@untirta.ac.id

²Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

Email: rully_syahrul@untirta.ac.id

³Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

Email: nurzahiraanbar@gmail.com

Corresponding Author: inge@untirta.ac.id

Abstract: *The ease of access to trademark registration and the special treatment of reduced registration fees given to Micro, Small and Medium Enterprises have not made the employers register their brands as a form of preparedness towards legal protection of brands. The aim of this research is to analyze the readiness that must be met by Micro, Small and Medium Enterprises based on local food ingredients in legal brand protection and their efforts towards leading enterprises in Serang City. The research method used is the empirical normative method. The data sources used are primary and secondary data with data collection techniques in the form of field studies and literature and analyzed descriptively qualitatively. The research results show that the readiness of Micro, Small and Medium Enterprises in legal protection of brands is to prepare for trademark registration, fulfill the requirements and carry out trademark registration to obtain a brand certificate as proof of ownership of brand rights and obtain brand protection. The efforts of Micro, Small and Medium Enterprises towards excellence are by innovating in improving product quality, finding funding sources, using technology in product marketing, taking advantage of programs created by the government, and paying attention to legal aspects.*

Keyword: MSMEs, Serang City, Trademark.

Abstrak: Kemudahan akses pendaftaran merek dan perlakuan khusus pengurangan biaya pendaftaran yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah belum membuat pelaku usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah mendaftarkan mereknya sebagai bentuk kesiapan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah terhadap perlindungan hukum merek menuju Usaha Mikro Kecil dan Menengah unggulan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kesiapan yang harus dipenuhi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berbasis bahan pangan lokal dalam perlindungan hukum merek dan upaya nya menuju Usaha Mikro Kecil dan Menengah unggulan di Kota Serang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode normatif empiris. Sumber data yang digunakan yaitu data primer

dan sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa studi lapangan dan kepustakaan serta dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam perlindungan hukum merek adalah dengan mempersiapkan pendaftaran merek, memenuhi persyaratan dan melakukan pendaftaran merek untuk memperoleh sertifikat merek sebagai bukti kepemilikan hak merek dan memperoleh perlindungan merek Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Upaya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah menuju unggulan adalah dengan berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk, mencari sumber pendanaan, menggunakan teknologi dalam pemasaran produk, memanfaatkan program yang dibuat oleh pemerintah, dan memperhatikan aspek legalitas.

Kata Kunci: UMKM, Kota Serang, Merek

PENDAHULUAN

Dunia perdagangan dan industri dalam era global ini merupakan salah satu penentu laju pembangunan. Dunia tersebut ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan, perusahaan-perusahaan itu dalam upaya untuk menarik konsumen, maka mereka membuat karya kreatif sehingga perusahaan tersebut mempunyai keunggulan tersendiri. Karya tersebut salah satunya adalah dalam bidang kekayaan intelektual (berikutnya disingkat KI). Roisah mengatakan bahwa kekayaan intelektual adalah kreatifitas yang dihasilkan dari olah pikir manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan hidup manusia. (Roisah, 2015).

Perkembangan kekayaan intelektual pun merambah tidak hanya pada perusahaan-perusahaan, akan tetapi terhadap kelompok dunia usaha yang disebut sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (selanjutnya disingkat UMKM). UMKM merupakan industri usaha ekonomi produktif yang dikembangkan dan dikelola oleh masyarakat dengan tujuan untuk mencapai kebutuhan hidup masyarakat. UMKM umumnya adalah usaha milik perorangan atau badan Usaha keduanya disebut sebagai pelaku usaha yang menghasilkan produk sendiri. (Sulasno, 2018). UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil adalah kegiatan ekonomi yang dimiliki dan menghidupi sebagian besar rakyat. (Syairozi, 2018).

UMKM mempunyai peran yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai penyumbang terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), juga sebagai penyedia lapangan kerja, UMKM juga berperan besar dalam perekonomian lokal dalam pemberdayaan masyarakat serta menciptakan pasar baru. (Muhammad Bagus Boy Saputra, 2021). Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2021 sebanyak 64,19 juta. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dan mengintegrasikan investasi sebesar 60,4%, dan tingkat kontribusi UMKM terhadap PDB adalah sebesar 61,97% atau senilai Rp. 8,6 triliun rupiah. (Supiandi, 2022). Tingginya peran UMKM dalam perekonomian Indonesia, sudah sewajarnya apabila UMKM sebagai pelaku usaha perlu memperhatikan kekayaan intelektual dari produk yang dihasilkannya.

Permasalahan-permasalahan mengenai UMKM, terlihat dalam beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan merek, karena merek atau merek dagang termasuk dalam kekayaan intelektual (Fardiansyah, 2022). Merek sendiri merupakan hal penting bagi UMKM, seperti disebutkan oleh Verawati bahwa permasalahan tersebut diantaranya adalah belum optimalnya sistem pembayaran PNPB Kekayaan Intelektual (SIMPAKI) dengan baik dan kurangnya sosialisasi tentang manfaat pendaftaran merek. (Verawati, 2022).

Permasalahan lain disebutkan oleh Toguan bahwa permasalahan mengenai merek meliputi kurangnya wawasan para pelaku UMKM tentang merek dan kurangnya anggaran dana dan tenaga ahli dalam bidang HKI di Pemerintah Daerah. (Toguan, 2021). Berikutnya juga disebutkan oleh Suhargon yaitu para pelaku UMKM tidak berfokus kepada perlindungan hukum merek melainkan kepada suatu keuntungan dan pola bisnis yang sederhana. (Suhargon, 2019). Penelitian ini berbeda dengan penelitian lain karena penelitian ini berfokus pada masalah mengenai hal-hal yang harus dipenuhi untuk kesiapan pelaku usaha UMKM dalam perlindungan hukum merek dan upaya para pelaku usaha UMKM menuju UMKM unggulan.

Merek (*trademark*) pada dasarnya ialah tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan barang dan/jasa perusahaan lain. (Jened, 2015). Merek sendiri secara khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Merek memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang. Selain merek dapat menjadi identitas bagi produk, merek yang dilindungi hukum juga dapat mencegah terjadinya pelanggaran dalam penggunaan merek seperti pembajakan merek yang dapat menjadi ancaman serius bagi para pelaku UMKM. Oleh karena itu, merek merupakan asset ekonomi bagi UMKM yang dapat meningkatkan nilai tambah, produktivitas, kualitas kerja, dan memberikan daya saing bagi UMKM itu sendiri. (Setiawan, 2020).

Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan terhadap merek terdaftar dengan sistem yang dianut adalah sistem konstitutif (*first to file principle*). Perlindungan atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu (Semaun, 2016). Perlindungan atas merek yang sudah terdaftar yaitu adanya kepastian hukum atas merek terdaftar, baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan, dan dihapuskan sebagai alat bukti bila terjadi sengketa pelanggaran merek terdaftar.

Kota Serang merupakan salah satu kota di Provinsi Banten. Berdasarkan wilayah geografisnya, Provinsi Banten merupakan daerah yang kaya akan sumber daya alamnya, maka potensi produk-produk unggulan daerah khususnya produk UMKM baik itu hasil alam maupun olahan sangat banyak dan berlimpah. Jumlah UMKM yang berada di Kota Serang tahun 2022 adalah 11.307 yang tersebar di enam kecamatan, yang terdiri dari 7.975 usaha mikro, 3.309 kecil, dan 23 usaha menengah.

Berdasarkan hasil pra riset dapat digambarkan bahwa permasalahan mengenai perlindungan merek UMKM di Kota Serang yaitu para pelaku usaha UMKM merasa perlindungan merek bukan merupakan kebutuhan, bahkan pelaku UMKM juga ada yang sama sekali tidak mengetahui mengenai pendaftaran merek. Hal tersebut berdasarkan atas pernyataan dari objek UMKM khususnya Usaha Mikro yang akan diteliti yang basisnya adalah pada bahan pangan lokal. Seperti Usaha Berkah dengan produk emping, Usaha Mama Rizki dengan produk peyek dan Usaha Sate Bandeng Ibu Amenah.

Secara teoritik, Merek UMKM dilindungi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis apabila telah terdaftar dalam Daftar Umum Merek, artinya merek-merek UMKM yang belum terdaftar tidak dapat memperoleh perlindungan apabila terjadi sengketa merek atau penyalahgunaan merek UMKM. Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis juga memberikan kemudahan akses pendaftaran maka seharusnya pendaftaran merek UMKM bukan lagi sebuah kesulitan. Namun dalam kenyataannya, para pelaku usaha UMKM masih belum mendaftarkan mereknya, yang mengakibatkan adanya ketidaksesuaian antara peraturan yang menghendaki terlaksananya pendaftaran merek dengan kenyataan yang terjadi. Mewujudkan UMKM yang berdaya saing dalam pasar tradisional maupun modern tidak terlepas dari kesiapan pelaku usaha UMKM itu sendiri. Slameto mengemukakan bahwa kesiapan adalah keseluruhan kondisi yang membuatnya siap untuk memberi respon atau jawaban di dalam cara tertentu terhadap suatu situasi. (Slameto, 2015).

Kesiapan dalam penelitian ini yaitu sejauh mana kondisi pelaku UMKM yang membuat mereka siap dan mampu berupaya memperoleh perlindungan hukum merek. Kesiapan UMKM terhadap perlindungan merek akan membuat UMKM tersebut menjadi UMKM unggulan. Isu mengenai UMKM unggulan secara nasional menjadi semboyan bersama termasuk dalam hal ini di Kota Serang. Permasalahan meliputi apa sajakah kesiapan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha UMKM dalam perlindungan hukum merek di Kota Serang dan bagaimana upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha UMKM menuju UMKM unggulan di Kota Serang. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis kesiapan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha UMKM yang berbasis bahan pangan lokal dalam perlindungan hukum merek di Kota Serang dan untuk menjelaskan upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha UMKM menuju UMKM unggulan di Kota Serang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode normatif empiris yaitu penelitian yang mengkaji implementasi ketentuan hukum normatif (peraturan perundang-undangan) dalam aksinya pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. (Asikin, 2012). Data yang digunakan dari data sekunder dan primer. Sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan atau *library research*, sedangkan data primer diperoleh melalui studi lapangan (*field research*) yaitu dengan melakukan wawancara. Analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu menganalisa data dengan tidak menggunakan angka melainkan memberikan gambaran-gambaran (deskripsi) dengan kata-kata atas temuan dan karenanya ia lebih mengutamakan mutu (kualitas) dari data, dan bukan kuantitas. (Muhaimin, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesiapan Pelaku Usaha UMKM dalam Perlindungan Hukum Merek di Kota Serang

Kesiapan yang dimaksud dalam hal ini berkenaan dengan kesiapan terhadap usaha-usaha dalam katagori mikro yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah Usaha Berkah dengan produk emping, Usaha Mama Rizki dengan produk peyek dan Usaha Sate Bandeng Ibu Amenah. Penelitian melakukan wawancara dengan berpedoman pada materi yang ditinjau dari dua segi, yaitu dalam segi internal dan segi eksternal, dapat dikemukakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Materi Kesiapan pelaku UMKM

Segi-segi	Materi
Internal	a. Pendaftaran merek; b. Hak atas merek; c. Cara mempertahankan merek
Eksternal	Peran pemerintah dalam upaya perlindungan merek terhadap UMKM.

Sumber: Panduan wawancara, data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat permasalahan-permasalahan yang dialami oleh UMKM. Oleh karena Ketiga UMKM tersebut belum memiliki perlindungan merek, oleh karena merek yang dimiliki pelaku usaha belum didaftarkan. Ketiga UMKM tersebut memiliki kesamaan alasan belum mendaftarkan mereknya yaitu karena merasa perlindungan merek bukan merupakan kebutuhan dan terkendala modal. (UMKM, 2023). Berdasarkan hasil penelitian diketahui jawaban dari responden sebagai berikut:

Tabel 2. Pendaftaran merek oleh UMKM

Responden	Jawaban
Berkah	Belum butuh dan belum begitu penting perlindungan merek, serta terbatasnya modal dan anggaran untuk pendaftaran merek.
Sate BandengIbu Amenah	Pendaftaran tidak terlalu penting dan berpengaruh terhadap usaha, serta terbatas modal. Keuangan hanya untuk modal produksi saja.
Mama Rizki	Belum mengetahui mengenai pendaftaran merek.

Sumber: Panduan wawancara, data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa ketiga usaha mikro tersebut belum melakukan pendaftaran merek. Meskipun jawaban kedua responden menganggap bahwa pendaftaran merek tidak penting, akan tetapi satu responden masih membuka peluang, disisi lain masalah pengetahuan responden yang masih menjadikan kendala.

Tabel 3. Pengetahuan terhadap hak atas merek dan keuntungan mendaftarkan merek

Responden	Jawaban
Berkah	Tidak mengetahui mengenai hak atas merek maupun keuntungan mendaftarkan merek.
Sate Bandeng Ibu Amenah	Belum paham akan tetapi mengetahui jika merek didaftarkan tidak akan ditiru oleh UMKM lain.
Mama Rizki	Tidak mengetahui mengenai hak atas merek maupun keuntungan mendaftarkan merek.

Sumber: Panduan wawancara, data diolah, 2023.

Tabel di atas memperlihatkan bahwa ketiga pemilik merek tersebut tidak mengetahui mengenai adanya hak atas merek dan keuntungan pendaftaran merek. Hanya 1 responden yang tahu akan keuntungan pendaftaran merek. Mengenai hak atas merek dapat diperoleh oleh responden jika pemilik merek sudah mendaftarkan mereknya dan diterima permohonannya.

Tabel 4. Pengetahuan tentang cara mempertahankan merek

Responden	Jawaban
Berkah	Tidak takut orang lain menggunakan mereknya karena sudah mempunyai NIB.
Sate BandengIbu Amenah	Memberitahu melalui platform bahwa nama usahanya sudah diganti.
Mama Rizki	Takut orang lain menggunakan merek usahanya sehingga membutuhkan perlindungan merek.

Sumber: Panduan wawancara, data diolah, 2023.

Pertanyaan mengenai cara mempertahankan merek, 2 responden pemilik merek sudah mempunyai caranya sendiri, sedangkan sisanya belum mempunyai cara mempertahankan merek dan memerlukan perlindungan merek. Kesiapan selanjutnya adalah dari segi eksternal yaitu peran pemerintah daerah, dalam hal ini adalah Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang. Dinas menerangkan permasalahan mengenai merek UMKM sudah berlangsung lama karena banyak pelaku usaha UMKM yang belum memahami mengenai urgensi dari kepemilikan hak atas merek, keharusan mendaftarkan merek dan memperoleh perlindungan merek. Permasalahan ini merupakan salah satu hal yang menjadi konsentrasi pemerintah.

Aspek perlindungan merek diatur dalam undang-undang tersendiri yaitu Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sehubungan dengan kondisi yang terjadi di usaha mikro ini, peneliti melihat adanya pemahaman hukum yang rendah terhadap Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pemilik usaha tidak paham bahwa merek usahanya harus didaftarkan, dan akibatnya jika tidak didaftarkan, dan mereka juga belum paham ke tahap pemikiran mengenai pentingnya sebuah merek bagi usahanya. Dari aspek pendaftaran merek pendaftaran merek telah diusahakan kemudahan-kemudahan, mulai dari pendaftaran yang dapat dilakukan secara online sampai dengan keringanan biaya pendaftaran khusus untuk UMKM. Pendaftaran merek dapat dilakukan melalui merek.dgip.go.id untuk memudahkan pendaftaran merek.

Hal-hal tersebut dilakukan demi mengupayakan perlindungan merek bagi UMKM. Hanya memang, tugas beratnya adalah meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan merek sampai mereka merasa membutuhkan perlindungan hukum merek tersebut dan kemudian dengan suka hati mendaftarkan mereknya. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM telah mencanangkan program nasional Tahun 2023 sebagai Tahun Merek, salah satu program unggulannya adalah program *One Village One Brand* (OVOB) sebagai upaya pemerintah dalam memberikan kemudahan pelaku UMKM untuk memperoleh perlindungan merek. Program *One Village One Brand* (OVOB) dibentuk meningkatkan permohonan pendaftaran merek baik secara kuantitas maupun kualitas.

Apabila dilihat dari Undang-undang, ada beberapa Pasal sebagai pisau analisis dari penelitian sub ini. Pertama, dalam Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya, maka negara tidak dapat memberikan hak eksklusif terhadap merek para pelaku usaha mikro tersebut belum memperoleh hak atas merek yang dimilikinya. Kedua, berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Pasal 3 yang dimaksud dengan "terdaftar" adalah setelah Permohonan melalui proses pemeriksaan formalitas, proses pengumuman, dan proses pemeriksaan substantif serta mendapatkan persetujuan Menteri untuk diterbitkan sertifikat. Oleh karena itu, para pelaku usaha mikro tidak dapat memiliki hak atas merek usahanya karena merek yang dimilikinya belum didaftarkan, hal tersebut juga sesuai dengan Pasal 25 ayat (1) bahwa Sertifikat Merek diterbitkan oleh Menteri sejak Merek tersebut terdaftar.

Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam pasal 95 huruf a menjelaskan bahwa sertifikat merupakan bukti kepemilikan merek. Ketiga UMKM tersebut tidak memiliki sertifikat merek karena tidak mendaftarkan mereknya, dan faktor utama ketiga pelaku usaha mikro tersebut belum mendaftarkan mereknya adalah karena kurangnya kesadaran hukum atas perlindungan merek, hal tersebut karena mereka menilai perlindungan merek bukan sebuah kebutuhan dalam menjalankan usahanya. Para pelaku usaha juga belum mengetahui manfaat dan keuntungan dari mendaftarkan merek. Keterbatasan pemahaman tentang pendaftaran merek juga menjadi faktor yang membuat para pelaku usaha belum mendaftarkan mereknya. Para pelaku usaha juga tidak peduli bahwa hak tersebut dapat mempengaruhi dalam perlindungan mereknya. Hak atas merek merupakan hak eksklusif dan hak tersebut akan diperoleh setelah sertifikat hak merek diterbitkan, dan sertifikat merek tersebut akan dimiliki apabila merek tersebut telah didaftarkan. Kepemilikan hak atas merek tersebut yang akan melahirkan perlindungan atas merek tersebut.

Ketiga, dalam Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan bahwa merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu sepuluh tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan tersebut dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa merek yang dilindungi adalah merek yang telah terdaftar, artinya merek UMKM yang dilindungi oleh hukum adalah merek yang sudah didaftarkan, dan merek merek UMKM yang belum didaftarkan tidak dapat memperoleh perlindungan hukum apabila terjadi sengketa merek atau penyalahgunaan merek. Oleh sebab itu, merek UMKM yang belum terdaftar tidak dapat memperoleh kepastian hukum atas merek yang telah dibuat, pelaku usaha tidak memiliki bukti kepemilikan merek.

Keempat, Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis telah mengakomodir mengenai cara mempertahankan merek yang dibuat oleh pelaku usaha, yaitu melalui jalur litigasi, dalam hal ini cara mempertahankan merek yang belum terdaftar, sebagaimana tercantum dalam Pasal 76 ayat (2) yang menyatakan bahwa pemilik merek yang tidak terdaftar dapat mengajukan gugatan pembatalan merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 setelah mengajukan permohonan kepada menteri. Gugatan pembatalan merek tersebut dapat diajukan apabila pihak lain mempunyai merek yang memiliki kesamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis. Pasal 76 ayat (3) menyebutkan bahwa gugatan pembatalan dapat diajukan kepada Pengadilan Niaga terhadap merek terdaftar. Dalam hal ini ketiga pelaku usaha mikro tersebut tidak memilih upaya yang diberikan fasilitasnya oleh Undang-undang untuk mempertahankan mereknya, ketiganya cenderung pasrah apabila mereknya digunakan oleh pihak lain, dan menyerah terhadap apa yang seharusnya bisa menjadi haknya, tetapi hal tersebut tidak dilakukan.

Upaya-Upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan Pelaku Usaha Mikro menuju UMKM Unggulan di Kota Serang

Isu mengenai UMKM unggulan secara nasional menjadi semboyan bersama termasuk dalam hal ini di Kota Serang. UMKM menjadi salah satu unsur penentu perkembangan perekonomian masyarakat, dimana ketika UMKM semakin berkembang maka tingkat perekonomian masyarakat juga dianggap mengalami peningkatan, pertumbuhan ekonomi daerah juga ditentukan oleh perkembangan UMKM, perkembangan UMKM menjadi penopang perekonomian daerah itu sendiri. Oleh karena itu, untuk mewujudkan hal tersebut, perlu dukungan dari pemerintah sebagai *stakeholder*. (Afghani & Sukananda, 2019).

Pemerintah Kota Serang telah memiliki Peraturan Daerah yang khusus mengatur mengenai Usaha Mikro yaitu Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 12 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2015 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro. Perda Nomor 12 Tahun 2016 tersebut memuat mengenai cara pemerintah Kota Serang melakukan pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro yang ada di Kota Serang. Terdapat empat belas bab dan tujuh puluh pasal yang tertuang dalam perda Kota Serang tersebut. Ruang lingkup Peraturan Daerah tersebut sebagai berikut:

Tabel 5. Isi Perda Usaha Mikro

Nomor Bab	Uraian
Bab 1	Ketentuan umum seperti pengertian, prinsip, tujuan, dan kriteria pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro
Bab 2	Pendataan pemberdayaan usaha mikro
Bab 3	Kemitraan UKM yang meliputi pola kemitraan dan peran pemerintah daerah dalam kemitraan.
Bab 4	Perizinan terdiri dari bentuk perizinan dan pemberian perizinan

Bab 5	Kelembagaan
Bab 6	Koordinasi dan pengendalian pemberdayaan usaha mikro
Bab 7	Pengembangan usaha
Bab 8	Pembiayaan
Bab 9	Larangan
Bab 10	Penyidikan
Bab 11	Sanksi administrasi
Bab 12	Ketentuan pidana
Bab 13	Ketentuan peralihan
Bab 14	Ketentuan penutup

Sumber: Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang, 2023.

Pasal yang berkaitan dengan upaya pemerintah daerah dapat dikemukakan yaitu:

Tabel 6. Upaya Pemerintah daerah menurut Perda Usaha Mikro

Pasal	Uraian
Pasal 40	Pemerintah Daerah berwenang memfasilitasi pengembangan usaha mikro yang meliputi fasilitasi pengembangan usaha dan pelaksanaan pengembangan usaha
Pasal 41	Fasilitasi harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah yang dilakukan dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, manajemen usaha mikro dan desain serta teknologi.
Pasal 56	Pengembangan tersebut dilakukan melalui pendataan, identifikasi potensi, dan masalah yang dihadapi, kemudian penyusunan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi, pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan serta pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program.
Pasal 57	Pemerintah Daerah memprioritaskan pengembangan usaha melalui pemberian kesempatan ikut serta dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah daerah, pencadangan usaha bagi usaha mikro melalui pembatasan bagi usaha besar, kemudahan perizinan, penyediaan pembiayaan, dan fasilitasi teknologi dan informasi.
Pasal 60	Pemerintah daerah dapat menyediakan pembiayaan bagi usaha mikro, pemerintah daerah dan dunia usaha dapat memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk usaha mikro. Pemerintah daerah dapat memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, dan bentuk insentif lainnya kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi usaha mikro. Dan dalam pelaksanaan pembiayaan tersebut pemerintah daerah menyediakan dana dari APBD setiap tahun anggaran dan melakukan upaya secara aktif dalam mengakses peluang pembiayaan dari Pemerintah dan Pemerintah Provinsi

Sumber: Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang, 2023

Berdasarkan isi peraturan daerah, dapat diketahui bahwa pemerintah Kota Serang memiliki dasar hukum untuk melakukan upaya pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kota Serang khususnya Usaha Mikro, agar UMKM di Kota Serang dapat berkembang dan

naik kelas termasuk dalam hal perlindungan hukum merek, para pelaku usaha UMKM di Kota Serang dapat melakukan pendaftaran merek dengan kesadaran dan kemauannya sendiri. Ada lima pasal yang secara substansi dalam hal upaya perlindungan Usaha Mikro adalah berkaitan dengan fasilitasi di Pasal 40 dan Pasal 41, pengembangan UMKM di Pasal 56 dan Pasal 57 selanjutnya adalah mengenai aspek pembiayaan di Pasal 60.

Data dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang juga menyusun beberapa rencana kerja yang di dalamnya terdapat rencana program unggulan untuk pengembangan UMKM. Program unggulan tersebut disusun berdasarkan permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu rendahnya produktivitas yang disebabkan oleh rendahnya kualitas SDM dalam manajemen, penguasaan teknologi, organisasi dan pemasaran. Selain itu juga karena terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan dan pasar dan faktor produksi lainnya. Masalah lainnya adalah perolehan legalitas formal UMKM yang masih menjadi persoalan mendasar bagi UMKM di Kota Serang. Program tersebut berupa perencanaan dan pelaksanaan pemberdayaan industri dan peran serta masyarakat dengan indikator fasilitasi sertifikasi halal/ uji masa simpan/pendaftaran hak merek dengan target 35 pelaku usaha dan pelatihan UMKM dengan target 150 orang. Hal tersebut dirumuskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Rumusan Rencana Kegiatan pada Program Unggulan Tahun 2023

Program Unggulan	Indikasi/ Fokus Kegiatan	Pagu Indikatif (Rp)	Ket
Program Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM, Perencanaan dan Pengembangan industri	Pembangun Kampung/Kelurahan Tematik	88.720.000	Sertifikasi Halal dan KI

Sumber: Rencana Kerja (Renja) Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang Tahun 2023

Rumusan atas program di atas adalah merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Berdasarkan data primer dari Dinas kerap kali mengadakan kegiatan sosialisasi bekerjasama dengan dinas untuk menghadirkan UMKM, namun memang masih banyak kendala-kendala lain yang harus lebih ditingkatkan. Peran dan upaya Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang sangat diperlukan sebagai institusi yang berwenang dalam pembinaan UMKM, dengan cara terus melakukan pengembangan UMKM, membantu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, memberikan berbagai program pelatihan secara berkala dan menyeluruh sebagai bentuk upaya pengembangan UMKM agar dapat naik kelas, dan terus berupaya bergerak melakukan sosialisasi mengenai perlindungan hukum merek, agar para pelaku usaha UMKM dapat tergerak untuk mampu mengembangkan potensi usahanya secara maksimal dengan memiliki legalitas usaha dan hak atas merek usahanya, sehingga mereka siap menjadi UMKM unggulan di Kota Serang.

Peneliti juga mengkonfirmasi dalam data primer atas program yang dilakukan tersebut, pelaksanaannya terhadap pelaku usaha mikro yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh:

Tabel 8. Pencapaian untuk usaha naik kelas

Responden	Jawaban
Berkah	Ingin mendapat legalitas usaha terlebih dahulu seperti perizinan usaha, legalisasi halal dan perlindungan merek dan memiliki logo merek yang menarik dan kemasan produk yang menarik

Sate Bandeng Ibu Amenah	Ingin mengembangkan usaha dengan modal yang lebih besar sehingga dapat memproduksi sate bandeng lebih banyak, dan ingin memiliki legalitas usaha seperti perlindungan merek
Mama Rizki	Ingin mengembangkan usaha dengan modal yang lebih besar sehingga dapat memproduksi sate bandeng lebih banyak, dan ingin memiliki legalitas usaha seperti perlindungan merek

Sumber: Panduan wawancara, data diolah, 2023.

Istilah naik kelas bagi UMKM merupakan bagian dari strategi pengembangan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah. Strategi dilakukan dengan mekanisme pembiayaan. Dengan demikian adanya strategi ini dapat mendorong percepatan pengembangan UMKM menuju UMKM unggul, yang dapat memperbaiki perekonomian dan daya dukung daerah Kota Serang. Seperti yang dapat dilihat, dari ketiga pelaku usaha tersebut juga ingin mengembangkan usahanya dengan berdasarkan pada kebutuhan usahanya sehingga dapat menyesuaikan dengan strategi yang diprogram oleh pemerintah. Selanjutnya pelaku usaha juga mempunyai upaya-upaya terdiri dari upaya inovatif dan upaya pengembangan usaha meliputi:

Tabel 9. Upaya yang dapat dilakukan pelaku usaha

Upaya	Responden	Jawaban
Upaya inovatif	Berkah	Upaya inovasi dengan memperbaiki kemasan.
	Sate Bandeng Ibu Amenah	Upaya inovasi dengan desain label dan kemasan yang menarik
	Mama Rizki	Upaya inovasi dengan membuat sate bandeng yang tahan lama dan lebih awet serta menyiapkan desain label produk yang simpel dan menarik
Upaya pengembangan Usaha	Berkah	Memiliki tempat produksi sendiri dan mencari pendanaan yang tidak memberatkan
	Sate Bandeng Ibu Amenah	Menambah modal dengan mencari sumber pendanaan yang tepat
	Mama Rizki	Modal untuk pengembangan usaha

Sumber: Panduan wawancara, data diolah, 2023.

Tabel tersebut di atas, memperlihatkan bahwa dalam kedua upaya baik upaya inovatif maupun upaya pengembangan usaha, pelaku usaha masih pada taraf minimal, misalnya inovasi memperbaiki pada desain kemasan ataupun pada ketahanan daripada produk. Selain itu, aspek pendanaan atau modal menjadi upaya yang sama bagi ketiga pelaku usaha. Di bawah ini, data mengenai penggunaan teknologi juga diuraikan yaitu:

Tabel 10. Penggunaan teknologi

Responden	Jawaban
Berkah	Melalui facebook dan whatsapp
Sate Bandeng Ibu Amenah	Marketplace di shopee, Tokopedia, instagram dan facebook. Pengembangan rencana dengan jasa influencer.
Mama Rizki	Sedang mempelajari cara pemasaran di marketplace

Sumber: Panduan wawancara, data diolah, 2023.

Aspek penggunaan teknologi bagi UMKM merupakan hal yang mutlak dan tidak dapat diingkari sejalan dengan perkembangan revolusi industri 5.0. Termasuk dalam hal ini bagi responden. Sarana dari marketplace seperti shopee, tokopedia, maupun dari media sosial seperti facebook, instagram menjadi pilihan bagi pelaku usaha. Model pemasaran ini baik oleh karena langsung dapat dijangkau oleh konsumen berkaitan dengan penjualan produk dari usaha mikro tersebut.

Berdasarkan hal-hal di atas disebut sebagai pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM merupakan salah satu prinsip dari pemberdayaan UMKM menurut Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 4 yang menerangkan empat prinsip pemberdayaan UMKM, yaitu:

- a. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk berkarya dengan prakarsa sendiri
- b. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan
- c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- d. Peningkatan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- e. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 5 tujuan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara ekonomi sebagai berikut:

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan Meningkatkan peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Upaya untuk mengembangkan UMKM juga dilakukan oleh Bank Indonesia (BI). Salah satu upaya pengembangan UMKM yang dilakukan adalah dengan penyediaan informasi Komoditi/Produk/Jenis Usaha (KPJU) Unggulan UMKM di suatu daerah (Provinsi dan Kabupaten/Kota) berdasarkan hasil penelitian (*research based*). Penelitian KPJU Unggulan UMKM berdasarkan pengklasifikasian sektor ekonomi atas dasar Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLUI) yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), selain itu penelitian tersebut difokuskan terhadap UMKM yang merupakan pelaku ekonomi mayoritas di daerah. Metode penelitian yang digunakan oleh BI dalam menentukan KPJU unggulan adalah Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) yang dimodifikasi atau modified AHP, hal tersebut karena penelitian tersebut juga menggunakan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE), Metode Borda dan Metode Bayes dalam menetapkan KPJU unggulan kecamatan, kabupaten/kota dan provinsi. (Indonesia B.).

Pemerintah disisi lain, dalam hal pengembangan produk unggulan daerah telah menerbitkannya Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pengembangan Produk Unggulan Daerah. Pasal 1 angka 2 Permendagri tersebut menyebutkan bahwa produk unggulan daerah merupakan produk, baik berupa barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh koperasi, usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki oleh daerah baik sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya lokal, serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah yang diharapkan menjadi kekuatan ekonomi

bagi daerah dan masyarakat setempat sebagai produk yang potensial memiliki daya saing, daya jual, dan daya dorong menuju dan mampu memasuki pasar global.

Dampak dari terbentuknya produk unggulan akan meningkatkan kesejahteraan bagi pelaku UMKM, hal tersebut sejalan dengan isu mengenai UMKM unggulan secara nasional yang menjadi semboyan bersama yang pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dalam jangka panjang. (Fasyah, Daryanto, & Suprayitno, 2017). Begitupun terhadap usaha mikro yang merupakan bagian dari UMKM secara umum.

KESIMPULAN

Kesiapan pelaku usaha dalam perlindungan hukum merek di Kota Serang menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro dalam kondisi belum siap. Dalam perlindungan hukum merek menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam hal mendaftarkan merek belum dilakukan yang mengakibatkan ketiadaan perlindungan merek. Karena perlindungan hukum merek hanya akan diberikan kepada merek terdaftar sebagaimana ketentuan Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha menuju UMKM unggulan diantaranya adalah dengan memanfaatkan program-program yang dibuat oleh pemerintah, sebagaimana diatur dalam pasal 16 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang menjelaskan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia dan desain serta teknologi. Namun belum ada upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM karena tidak ada satupun program pengembangan UMKM yang diikuti oleh pelaku usaha.

REFERENSI

- Afghani, S. A., & Sukananda, S. (2019). Perlindungan Hukum UMKM melalui pendaftaran merek dagang di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Justitia Jurnal Hukum*, 3(1), 185. <http://dx.doi.org/10.30651/justitia.v3i1.2717>
- Andrew Betlehn, d. P. (2018). Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek Industri Umkm di Indonesia. *Law & Justice Jurnal*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>
- Asikin, A. d. (2012). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Press.
- Djumhana, M. (2014). *Hak Milik Intelektual Sejarah: Teori, dan Praktuknya di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- DJKI. (n.d.). Pangkalan Data Kekayaan Intelektual. Retrieved September 2023, from <http://dgip.go.id>.
- Fadhil, H. (2022, Desember 23). Retrieved Desember 21, 2022, from Detik News: <https://news.detik.com/berita/d-6478239/tangisan-dan-amarah-ke-ferdysambo-dari-eks-anak-buah>
- Fardiansyah, N. D. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Fasyah, D. N., Daryanto, H. k., & Suprayitno, G. (2017). Penentuan Produk Unggulan Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Industri Agro di Kabupaten Bogor. *Manajemen IKM:Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil dan Menengah*, 11(2), 109. <https://doi.org/10.29244/mikm.11.2.103-110>
- <https://www.bantenraya.com/nasional/pr-1273731306/7-umkm-kota-serangsudah-bisaekspor-produk-ke-luar-negeri>. (n.d.). Retrieved September 2023
- <https://ppid.serangkota.go.id>. (n.d.). Retrieved September 2023
- Indonesia, B. (n.d.). <http://www.bi.go.id/umkm/penelitian>. Retrieved Mei 2023
- Indonesia, P. N. (2014). *Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan*.
- Jened, R. (2015). *Hukum Merek (Trademark Law) Dalam Era Globalisasi dan Integritas Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Lobo, & Wauran, I. (2021). Lionita Putri Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) dalam Hukum Merek Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 50(1), 71. DOI: 10.14710/mmh.50.1.2021.70-83 DOI: 10.14710/mmh.50.1.2021.70-83
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Muhammad Bagus Boy Saputra, d. (2021). The Roles of Local Governments in Accommodating the Registration of SME's Product Trademarks. *Amnesti Jurnal Hukum*, 3(1), 111. <https://doi.org/10.37729/amnesti.v3i1.1227>
- Nurhadi. (2023, Juli). Program Dinkopukmperindag. (A. Nurzahira, Interviewer)
- Roisah, K. (2015). *Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI): Sejarah, Pengertian, dan Filosofi Pengakuan HKI dari Masa ke Masa*, (Malang: Setara Press.
- Setiawan, S. I. (2020). Upaya Peningkatan Kesadaran Hukum Perlindungan Produk UMKM di Kabupaten Kebumen Melalui Pendaftaran Merek. *Surya Abdimas*, 4(2), 38. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v4i2.574>
- Sulasno. (2018). Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan. *Ajudikasi Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 179. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.958>
- Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Edisi Revisi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Syairozi, M. I. (2018). Analisis Jumlah Pengangguran dan Ketenagakerjaan terhadap Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 199. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i2.768>
- Supiandi, d. (2022). Analisis Pemahaman Usaha Kecil dan Menengah terhadap Kegiatan Ekspor di Nusa Tenggara Barat. *Conetica*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.0602/econetica.v4i1.264>
- 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). *Muqoddimah*, 3(2), 72. <http://dx.doi.org/10.31604/jim.v3i2.2019.67-73>
- Toguan, Z. (2021). Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *UIR Law Review*, 5(2), 47. [https://doi.org/10.25299/uirrev.2021.vol5\(2\).7168](https://doi.org/10.25299/uirrev.2021.vol5(2).7168)
- Taufik Hidayat, M. I. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum pada UMKM. *Zaaken Journal of Civil and Business Law*, 3(3), 434. <https://doi.org/10.22437/zaaken.v3i3.18845>
- UMKM, P. (2023, September). Kesiapan UMKM dalam Perlindungan Merek. (A. Nurzahira, Interviewer)
- Verawati, D. E. (2022). Pentingnya Pendaftaran Merek bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Abdikarya*, 5(2), 125. <https://doi.org/10.30996/abdikarya.v5i2.7250>