



PENINGKATAN KESADARAN PELAKU UMKM TERHADAP HUKUM MEREK UNTUK MENUNJANG PRODUK PARIWISATA DI DESA DUMAN

IMPROVING MSME ENTREPRENEURS ABOUT BRAND LAW TO SUPPORT TOURISM PRODUCTS IN DUMAN VILLAGE INCREASING MSME ENTREPRENEURS TO BRAND LAW TO SUPPORT TOURISM PRODUCTS IN DUMAN VILLAGE

Ahmad Zuhairi

Universitas Mataram

Email : ahmadzuhairi@unram.ac.id

Budi Sutrisno

Universitas Mataram

Email : soetrisnoboedhi@yahoo.com

Riska Ari Amalia

Universitas Mataram

Email : riskaariamalia79@gmail.com

Abstract

The purpose of this service is to increase brand legal awareness for UMKM actors in Duman Village, Lingsar District, West Lombok Regency. UMKMs in Duman Village have started to produce many special local products such as brown sugar, crackers, and snacks whose raw materials are local agricultural products. Therefore, to support increased tourism in Lombok, local products can be absorbed into a wider market such as modern retail and supermarkets. The method used in this research is the lecture method and discussion with the participants. The results show that with this awareness-raising activity, UMKM actors realize that UMKM products that are widely developed cannot be competitive in the market because attractive packaging and registered brands have not been made. In addition, the Duman Village government is committed to facilitating products produced in the local village.

Keyword : Brand, UMKM, Tourism;

Abstrak

Tujuan dari pengabdian ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran hukum merek bagi para pelaku UMKM di Desa Duman Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. UMKM di Desa Duman sudah mulai menghasilkan banyak produk-produk lokal yang khusus seperti gula merah, kerupuk, dan jajanan yang bahan bakunya dari hasil pertanian masyarakat setempat. Oleh karena itu, untuk menunjang pariwisata yang meningkat di Lombok, maka produk-produk lokal supaya bisa terserap menjadi pasar yang lebih luas seperti retail modern dan supermarket. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode ceramah dan diskusi bersama peserta. Hasil menunjukkan bahwa dengan adanya kegiatan peningkatan kesadaran ini, para pelaku UMKM menyadari bahwa produk-produk UMKM yang banyak berkembang tidak bisa kompetitif di pasar karena belum dibuatkan kemasan yang menarik dan merek yang didaftarkan. Selain itu, pemerintah Desa Duman berkomitmen untuk memfasilitasi produk-produk dihasilkan di desa setempat.

Kata Kunci: Merek; UMKM; Pariwisata;

PENDAHULUAN

Pengertian Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran.¹ Secara yuridis pengertian Merek menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis 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.

Adapun pembagian merek yang terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yaitu merek terbagi menjadi dua yaitu merek dagang dan merek jasa. Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mendefinisikan 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. Sedangkan, Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 mendefinisikan 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.

Selain itu, dikenal pula istilah merek kolektif, yakni merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa sejenis lainnya.² Menurut H.M.N Purwosutjipto, merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis.³ R. Soekardono berpendapat, merek adalah sebuah tanda (Jawa: ciri atau tengger) dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, di mana perlu dipribadikan asalnya atau menjamin kualitasnya dalam perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain.⁴

Menurut Ius Soeryatin, suatu merek dipergunakan untuk membedakan barang yang bersangkutan dari barang sejenis lainnya oleh karena itu, barang yang bersangkutan dengan diberi merek tadi mempunyai; tanda asal, nama, jaminan, terhadap mutunya.⁵ Menurut Tirtamaamidjaya yang menyitir pendapat Vollmar, memberikan rumusan bahwa, suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah suatu tanda yang dibubuhkan di atas barang atau di atas bungkusannya, gunanya membedakan barang itu dengan

1 Tim Lindsey dan Eddy Damian dkk, *Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung, 2013, hlm.131.

2 Yusran Isnaini, (2010), *Buku Pintar Haki*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 33.

3 Zainal Asikin, (2014), *Hukum Dagang*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, hlm.140.

4 Zainal Asikin, *Loc. Cit*

5 Zainal Asikin, *Loc. Cit*

barang-barang yang sejenis lainnya.⁶ Dari pendapat para sarjana tersebut, maupun dari peraturan merek itu sendiri, secara umum penulis dapat menarik kesimpulan bahwa merek merupakan suatu tanda pengenal atau identitas bagi barang dan/atau jasa yang digunakan oleh seseorang atau badan hukum untuk membedakan barang dan/atau jasa yang sejenis lainnya. Penyuluhan tentang Peningkatan Kesadaran Pelaku UMKM Terhadap Hukum Merek Untuk Menunjang Produk Pariwisata di Desa Duman ini pada dasarnya menjadi penting disosialisasikan mengingat minimnya literasi pelaku UMKM terhadap hukum merek dapat dikembangkan untuk menunjang produk-produk pariwisata di NTB.

Metode yang digunakan dalam penyuluhan hukum ini adalah metode ceramah interaktif, kemudian dilanjutkan dengan diskusi/tanya jawab dengan peserta penyuluhan dan mendorong peserta membuat rencana tindak lanjut atas permasalahan-permasalahan yang terjadi. Sebelum kegiatan penyuluhan hukum ini dilaksanakan, sebelumnya dilakukan rapat tim penyuluh tentang isu terkini dan rencana teknis strategis dalam penyuluhan khususnya terkait dengan bidang Hukum Investasi. Masyarakat dalam hal ini merupakan perwakilan beberapa pelaku UMKM yang ada di Desa Duman. Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 27 Juli 2022 bertempat di Kantor Desa Duman, Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat dan dengan dihadiri beberapa unsur sebagaimana disebutkan di atas.

PEMBAHASAN

Perkembangan zaman menyebabkan persaingan bisnis kian kompetitif, dimana setiap perusahaan berusaha mengembangkan inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, serta mengembangkan nilai ekonomis dari produk yang dihasilkan. Dunia bisnis tidak hanya membicarakan tentang penjualan yang baik, tetapi ada aspek yang lebih luas untuk dikembangkan, yakni strategi agar tetap bertahan di tengah banyaknya kompetitor. Kompetitor ini dapat berasal dari perusahaan lain, dapat juga berasal dari pelaku Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM). Salah satu contoh perkembangan inovasi dalam dunia bisnis adalah pengusaha berupaya menciptakan identitas yang unik dan menarik terhadap produk yang ditawarkan, yaitu pemberian merek.

Mc Keough mengemukakan bahwa rasionalitas perlindungan atas karya-karya intelektual dapat dijelaskan dengan argument moral dan argument ekonomi.⁷ Karya intelektual dibuat dengan jerih payah sehingga hasilnya harus dapat dinikmati dan digunakan secara eksklusif oleh pembuatnya. Bahkan, pembuatnya dapat memonopoli hasil karyanya agar tidak ada pihak yang boleh menikmati atau menggunakan hasil karyanya tanpa persetujuan pembuatnya.

⁶ OK.Saidin, *Op Cit*, hlm. 456

⁷ Kholis Roisah, (2015), *Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) "Sejarah Pengertian dan Filosofi Pengakuan HKI dari Masa ke Masa"*, Setara Press, Malang, hlm.21.

Secara umum hak kekayaan intelektual (HKI) terbagi menjadi dua kategori, yaitu⁸ :

1. Hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan Atau Memperbanyak Ciptaannya Atau Memberikan Izin Untuk Itu Dengan Tidak Mengurangi Pembatasan-Pembatasan Menurut Peraturan Perundang-Undangan Yang Berlaku.
2. Hak Kekayaan Industri Terdiri Dari Hak:
 - Paten
 - Merek
 - Desain Industri
 - Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
 - Rahasia Dagang
 - Varietas tanaman

Dalam suatu benda atau produk selalu mengandung beberapa unsur hak kekayaan intelektual baik dari design industri, paten suatu produk, maupun merek sebagai tanda pengenal produk. Harus kita sadari bahwa merek merupakan kreasi olah pikir manusia yang perlu diberi perlindungan hukum.⁹ Perlindungan hukum diberikan dalam bentuk membuat undang-undang yang mendukung persaingan yang sehat dalam dunia bisnis, salah satunya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Berdasarkan Pasal 1 Angka 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. Hakikat merek ialah tanda untuk membedakan produk dan pelaku usaha. Merek berperan penting dalam kelangsungan usaha, karena melalui merek, pengusaha dapat memberikan citra yang dikehendaki kepada konsumen.

Berdasarkan Pasal 2 ayat (2) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, lingkup merek terbagi menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Merek dagang

Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya

2. Merek jasa

Merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya.

⁸ Dikutip pada tanggal 28 Oktober 2022 melalui djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/99-hak-kekayaan-intelektual

⁹ Sudaryat, Sudjana, Rika Ratna Permata, dalam Zainal Arifin, Muhammad Iqbal, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol. 5 No. 1, April 2020, hlm.50.

Merek mempunyai fungsi untuk memberitanda pengenalan barang, guna membedakan barang seseorang atau perusahaan dengan barang orang atau perusahaan lain.¹⁰ Bagi pedagang, merek digunakan untuk mempromosikan barang-barang dagangannya guna mencari meluaskan pasaran.¹¹ Dari pihak konsumen, merek diperlukan untuk mengadakan pilihan terhadap barang yang akan dibeli.¹² Dikutip dari situs resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, pemakaian merek berfungsi sebagai¹³:

1. Tanda pengenalan untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya;
2. Alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut Mereknya;
3. Jaminan atas mutu barangnya;
4. Penunjuk asal barang/jasa dihasilkan.

Citra baik yang dibangun oleh suatu merek berpeluang membuat kompetitor melihat ini sebagai peluang untuk mendompleng produknya dengan membongceng merek-merek terkenal seperti pada kasus MS Glow melawan PS Glow. Dikutip dari Kompas.com, kasus ini bermula saat Septia Siregar meluncurkan produk kecantikan miliknya, PS Glow namun Shandy Purnama merasa keberatan karena merek tersebut mirip dengan merek produknya, yaitu MS Glow.¹⁴ Kisruh merek tersebut berakhir dengan saling gugat antara MS Glow dengan PS Glow. Kedua belah pihak merasa bahwa masing-masing pihak berhak atas keuntungan ekonomis yang didapatkan dari merek tersebut.

Dalam sistem hukum *common law*, pembongcengan merek (*passing off*) ini merupakan suatu tindakan persaingan curang (*unfair competition*), dikarenakan tindakan ini mengakibatkan pihak lain selaku pemilik merek yang telah mendaftarkan mereknya dengan itikad baik mengalami kerugian dengan adanya pihak yang secara curang membongceng atau mendompleng merek miliknya untuk mendapatkan keuntungan finansial.¹⁵ Meskipun berlaku fiksi hukum, kenyataan di lapangan tidak dapat dipungkiri bahwa tidak semua pihak mengetahui perihal pentingnya merek dalam suatu produk, terutama dari pengusaha yang berasal UMKM. Keterbatasan pengetahuan serta informasi membuat sejumlah UMKM abai akan potensi merek terhadap keberlangsungan bisnisnya. Padahal, UMKM merupakan sektor potensial untuk mendorong pendapatan rumah tangga dan desa.

10 Sulastris, Satino, Yuliana Yuli W, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)*, Jurnal Yuridis Vol. 5 No. 1, Juni 2018, hlm. 165.

11 Ahmad Miru, dalam Sulastris, Satino, Yuliana Yuli W, *Ibid.*

12 Ahmad Miru, dalam Sulastris, Satino, Yuliana Yuli W, *Ibid.*

13 Diakses pada tanggal 21 Agustus 2022, melalui <https://dgip.go.id//menu-utama/merek/pengenalan>

14 Diakses pada tanggal 19 Agustus 2022 melalui <https://money.kompas.com/read/2022/07/19/081355626/perjalanan-lengkap-kasus-rebutan-merek-ms-glow-vs-ps-glow?page=all#:~:text=KOMPAS.com%20-%20Kisruh%20merek%20dagang,miliar%20kepada%20penggugat%2C%20PS%20Glow.>

15 Nur Hidayati dalam Zainal Arifin, Muhammad Iqbal, *op.cit.*, hlm. 50.

Pada dasarnya hak dan perlindungan bagi suatu merek dapat diperoleh jika merek tersebut didaftarkan. Pendaftaran merek berimplikasi terhadap hak penguasaan dan pemanfaatan eksklusif suatu merek. Pendaftaran merek merupakan alat bukti yang sah atas merek terdaftar.¹⁶ Pernyataan ini didasarkan pada Pasal 1 ayat (5) yang berbunyi : *“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”*.

Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis.¹⁷ Pendaftaran merek dapat mencegah pihak lain agar tidak memakai merek yang sama dalam jual beli barang dan/atau jasa baik secara keseluruhan maupun hanya pada pokoknya, menerima keuntungan ekonomis atas produk yang dihasilkan, serta menjadikan lingkungan bisnis lebih kompetitif karena produk memiliki identitas masing-masing melalui merek. Adapun system pendaftaran merek terbagi menjadi 2 (dua) , yaitu :

1. system pendaftaran deklaratif

system deklaratif disebut juga sistem *first to use* yang artinya terhadap pemilik merek terdaftar dapat diajukan pembatalan oleh pihak yang menganggap sebagai pemakai pertama kali sekalipun tidak terdaftar.¹⁸

2. system pendaftaran konstitutif.

System ini dikenal sebagai sistem *first to file*, yaitu adanya kewajiban pendaftaran bagi pemilik Merek yang ingin memperoleh perlindungan hukum.¹⁹

Selanjutnya pendaftaran merek memiliki syarat yang harus dipenuhi. Secara umum syarat tersebut tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 yang berbunyi :

1. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non elektronik dalam bahasa Indonesia.
2. Dalam Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mencantumkan:
 - a. tanggal, bulan, dan tahun Permohonan; b. nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon; c. nama lengkap dan alamat Kuasa jika Permohonan diajukan melalui Kuasa; d. warna jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna; e. nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan f. kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

¹⁶ Syahriah Semaun, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Perdagangan Barang Dan Jasa*, Jurnal Hukum Diktum, Volume 14, Nomor 1, Juli 2016, hlm. 109.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Hartono Projomardojo, dalam R. Murjiyanto, *Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem “Deklaratif” Ke Dalam Sistem “Konstitutif”)*, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum No. 1 Vol. 24 Januari 2017, hlm. 53.

¹⁹ *Ibid.*

3. Permohonan ditandatangani Pemohon atau Kuasanya.
4. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampiri dengan label Merek dan bukti pembayaran biaya.
5. Biaya Permohonan pendaftaran Merek ditentukan per kelas barang dan/atau jasa.
6. Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, label Merek yang dilampirkan dalam bentuk karakteristik dari Merek tersebut.
7. Dalam hal Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berupa suara, label Merek yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara.
8. Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dilampiri dengan surat pernyataan kepemilikan Merek yang dimohonkan pendaftarannya.

Berdasarkan uraian Pasal 4 tersebut, dapat disimpulkan bahwa perlindungan terhadap merek tidak bersifat otomatis, melainkan harus terdaftar dan memenuhi syarat yang berlaku terlebih dahulu. Di sisi lain, undang-undang tidak memproteksi pengawasan serta perlindungan terhadap merek yang tidak didaftarkan.

Menteri memiliki hak untuk menerima maupun menolak permohonan pendaftaran merek. Namun pemohon dapat mengajukan keberatan dan sanggahan atas penolakan tersebut sepanjang pemohon dapat membuktikan bahwa merek tersebut bukan merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak. Ada beberapa kriteria merek yang tidak dapat didaftar dan ditolak sebagaimana tercantum dalam Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yaitu :

Pasal 20

1. Merek tidak dapat didaftar jika:

- a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, maniaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Pasal 21

(1) Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:

- a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
 - c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
 - d. Indikasi Geografis terdaftar.
- (2) Permohonan ditolak jika Merek tersebut:
- a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
 - b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
 - c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.
- (3) Permohonan ditolak jika diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penolakan permohonan . Merek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sampai dengan huruf c diatur dengan Peratrrran Menteri.

Dari ketentuan diatas dapat dilihat bahwa *passing off* merupakan tindakan illegal serta memiliki konsekuensi hukum secara administratif bagi pemohon yang tidak beritikad baik. Tetapi jika merek telah terdaftar, maka pemilik merek dapat lebih leluasa mengajukan upaya hukum bila terjadi tindakan *passing off*. Upaya hukum dapat ditempuh melalui gugatan kepada pengadilan niaga, serta melaporkan tindakan tersebut sebagai tindak pidana ke Kepolisian Negara Republik Indonesia.

KESIMPULAN

Pemberian merek dagang pada produk yang dihasilkan masyarakat desa penting untuk dilakukan agar produk tersebut memiliki identitas dan dapat meningkatkan potensi pendapatan masyarakat desa tersebut serta perlunya dorongan terhadap kesadaran masyarakat desa agar terus berinovasi dan mendaftarkan merek dagang terhadap produknya, desa mencari info, meningkatkan SDM, dan menjalin kerjasama untuk keperluan pendaftaran merek dagang dan Desa harus mempersiapkan SDM atau menjalin kejasama dengan instansi yang terkait untuk membantu masyarakat desa mendaftarkan merek dagang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kholis Roisah, (2015), *Konsep Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI) “Sejarah Pengertian dan Filosofi Pengakuan HKI dari Masa ke Masa”*, Setara Press, Malang.
- Tim Lindsey dan Eddy Damian dkk, (2013), *Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Alumni, Bandung.
- Yusran Isnaini, (2010), *Buku Pintar Haki*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Zainal Asikin, (2014), *Hukum Dgang*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.

Jurnal dan Karya Ilmiah

- Hartono Projomardojo, dalam R. Murjiyanto, *Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem “Deklaratif” Ke Dalam Sistem “Konstitutif”)*, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum No. 1 Vol. 24 Januari 2017.
- R. Murjiyanto, *Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem “Deklaratif” Ke Dalam Sistem “Konstitutif”)*, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum No. 1 Vol. 24 Januari 2017.
- Sulastri, Satino, Yuliana Yuli W, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware)*, Jurnal Yuridis Vol. 5 No. 1, Juni 2018.
- Zainal Arifin, Muhammad Iqbal, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol. 5 No. 1, April 2020.
- Sudaryat, Sudjana, Rika Ratna Permata, dalam Zainal Arifin, Muhammad Iqbal, *Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar*, Jurnal Ius Constituendum, Vol. 5 No. 1, April 2020.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Website

djpen.kemendag.go.id/app_frontend/contents/99-hak-kekayaan-intelektual

<https://dgip.go.id//menu-utama/merek/pengenalan>

<https://money.kompas.com/read/2022/07/19/081355626/perjalanan-lengkap-kasus-rebutan-merek-ms-glow-vs-ps-glow?page=all#:~:text=KOMPAS.com%20-%20Kisruh%20merek%20dagang,miliar%20kepada%20penggugat%2C%20PS%20Glow>