

PRODUK KERAJINAN UMKM DALAM MEMANFAATKAN HUKUM MEREK KOLEKTIF DI KABUPATEN SUKOHARJO

Ajeng Susilowati¹, Liza Marina², Fahririn³

^{1,2,3}Fakultas Hukum Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: fahririn@usahid.ac.id

ABSTRAK

Pengrajin gitar di Kabupaten Sukoharjo bertempat di Kelurahan Mancasan dan Kelurahan Ngrombo Kecamatan Baki yang memiliki intelektualitas dalam membuat gitar hingga dapat menembus pasar luar negeri merupakan salah satu sentra industri gitar yang mayoritas pengrajin belum mempunyai merek individu maupun merek kolektif. Pengrajin masih menggunakan merek terkenal sesuai permintaan konsumen tanpa adanya lisensi. Hal tersebut berkaitan dengan adanya pelanggaran merek yang diatur dalam Pasal 83 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografi. Tujuan penelitian ini dengan adanya merek kolektif untuk memudahkan penyelesaian permintaan pendaftaran. Masing-masing barang maupun jasa yang diproduksi memiliki karakteristik yang sama, sehingga memungkinkan hanya untuk menggunakan 1 (satu) merek saja. Metode Penelitian digunakan adalah menggunakan metode normatif – empiris yang pada dasarnya menggabungkan antara hukum normatif dan menambahkan unsur-unsur dari hukum empiris. Adapun maka dapat disimpulkan bahwa pengrajin belum mengoptimalkan untuk memanfaatkan adanya merek khususnya merek kolektif melalui pendaftaran merek sebab pengrajin mengkhawatirkan akan ada munculnya konflik antar pengrajin. Kurangnya kesadaran hukum para pengrajin gitar di Kelurahan Mancasan dan Ngrombo. Pengrajin harus lebih peduli atas hasil produksinya dengan mendaftarkan merek agar produknya mendapat perlindungan hukum, dan tidak menyepelekan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas. Sebaiknya Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo mengencarkan lagi terkait literasi hukum ke para pengrajin gitar sehingga mempunyai kesadaran hukum.

Kata Kunci : UMKM, Kerajinan, Merek Kolektif, Sukoharjo

ABSTRACT

Guitar craftsmen in Sukoharjo Regency located in Mancasan Village and Ngrombo Village, Baki Subdistrict, which has the intellectuality in making guitars to penetrate foreign markets, is one of the guitar industry centers where the majority of craftsmen do not have individual brands or collective brands. Craftsmen still use well-known brands according to consumer demand without a license. This is related to the existence of trademark infringement in accordance with Article 83 paragraph (1) of Law Number 20 Year 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications. The purpose of this research is with the existence of collective trademarks to facilitate the completion of registration requests. Each of the goods and services produced has the same characteristics, making it possible to use only 1 (one) brand. The research method used is using normative - empirical method which basically combines normative law and adds elements of empirical law. As for then it can be concluded that the craftsmen have not optimized to take advantage of the existence of trademarks, especially collective trademarks through trademark registration because craftsmen fear there will be the emergence of conflicts between craftsmen. Lack of legal awareness of the guitar craftsmen in Mancasan Village and Ngrombo. Craftsmen should be more concerned about the results of its production by registering the trademark so that its products get legal protection, and do not underestimate the socialization conducted by the Department. The Office of Cooperatives, Small and Medium Enterprises, and Trade of Sukoharjo Regency should intensify legal literacy to guitar craftsmen so that they have legal awareness.

Keywords: MSMEs, Crafts, Collective Brands, Sukoharjo

PENDAHULUAN

Kekayaan intelektual merupakan suatu daya cipta yang diperoleh dari pola pikir manusia dalam rangka memperoleh kesejahteraan dan kebutuhan manusia (Kesuma, 2023). Hak Kekayaan Intelektual (HKI) adalah pemberian apresiasi melalui perlindungan hukum secara khusus kepada individu yang menggunakan kemampuan intelektualnya untuk menciptakan suatu karya yang membutuhkan biaya, waktu, dan tenaga yang secara alami akan memperoleh hak kepemilikan. Kepemilikan secara eksklusif dan alamiah membutuhkan adanya keselarasan yang mengikat antara adanya keperluan individual dan kepentingan publik yang nantinya memanfaatkan hasil ciptaan seseorang (Djulaeka, 2021).

Copyright dan *Industrial Property Rights* merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (Nainggolan, 2022). Paten, Merek, Indikasi Geografis (IG), Desain Industri, Rahasia Dagang, Desain Tata Letak, dan Pemuliaan Varietas Tanaman adalah contoh hak milik industri (Purwaningsih *et.al.* 2020). Salah satu aset industri adalah merek. Merek tidak dapat dipisahkan dari produk, merek adalah identitas produk yang dihasilkan (Toguan, 2020). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) 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.”

Salah satu upaya untuk perlindungan hukum dan penguatan produk dalam hal ini melalui merek yang dilindungi berdasarkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) (Artiany, 2018). Merek merupakan produk atau jasa yang umumnya membedakan merek tersebut dengan merek dari produk atau jasa lainnya yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan yang sama (Suryansyah. *et.al.* 2017).

Merek dagang dan Indikasi Geografis (IG) merupakan bagian dari aturan Kekayaan Intelektual, terutama yang termasuk dalam kelompok hak industri, sistem perlindungannya menggunakan *First to File System* atau melalui sistem pendaftaran (Siregar, 2022). Merek mempunyai implikasi hukum yang sangat luas baik bagi pemilik atau pemegang hak merek maupun masyarakat umum sebagai konsumen yang memakai atau memanfaatkan barang atau jasa dari merek tertentu, selain dimanfaatkan oleh pemiliknya untuk membedakan barang atau jasa tertentu dengan barang lain yang sejenis bentuknya (Purwaka, 2017). Fungsi merek yaitu sebagai tanda pengenal yang membedakan hasil produksi seseorang dengan orang lain, alat *advertensi*, petunjuk asal barang atau jasa dihasilkan, dan sebagai jaminan atas mutu barang produksinya (Firmansyah, 2019).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyebutkan dalam Pasal 1 ayat (4) bahwa :

Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/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/jasa sejenis lainnya.

Merek kolektif termasuk dalam jenis merek dengan konsep ekonomi kreatif

terutama dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Merek kolektif diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dengan persyaratan yang lebih mudah serta biaya yang lebih ekonomis bagi produk-produk UMKM. Perlindungan merek kolektif berkaitan dengan pertumbuhan UMKM menjadi hal yang sangat penting mengingat UMKM merupakan pelaku ekonomi nasional (Fauza dan Santika, 2021). Selain memiliki tren bisnis yang terus berkembang, UMKM dapat mengembangkan kebijakan ekonomi makro yang akan membantu mereka berkontribusi pada penggunaan sumber daya yang lebih efisien, lebih banyak peluang kerja, dan penyebaran data yang lebih baik. UMKM juga dapat menciptakan lapangan kerja dan menumbuhkan lingkungan yang kompetitif (Sarjana. *et.al.* 2021).

Merek kolektif kerap diterapkan untuk memasarkan barang yang mencerminkan esensi suatu wilayah. Dalam hal ini, pembentukan merek kolektif tidak hanya membantu mempromosikan barang domestik dan internasional, tetapi juga menawarkan struktur bagi produsen lokal untuk berkolaborasi dalam pemasaran barang mereka dan dapat meningkatkan daya saing di pasar global. Pembentukan merek kolektif, harus berjalan secara berdampingan dengan perkembangan standar tertentu dan kriteria serta strategi umum. Dengan kata lain, merek kolektif akan menjadi sarana yang kuat untuk pertumbuhan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Riswandi, 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan seluruh produsen yang ikut bergabung asosiasi pemilik merek kolektif akan mendapatkan manfaat dari penggunaan merek kolektif dalam fitur dan pemasaran produk terkait, dalam hal ini akan meningkatkan pengakuan produk (Jened, 2017). Bagi UMKM penggunaan merek kolektif memberikan banyak manfaat. Manfaat dari adanya hak kolektif dapat memberikan banyak manfaat bagi kelompok atau komunitas pengrajin gitar yang ada di Kabupaten Sukoharjo. Dengan memiliki hak kolektif pengrajin gitar dapat membangun identitas yang kuat, melindungi kepentingan kolektif, meningkatkan nilai produk, dan dapat memperkuat ekonomi lokal. Namun UMKM dapat mengalami kerugian dari kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap *collective branding* (Risqi. *et.al.* 2024).

Pengrajin gitar di Kabupaten Sukoharjo bertepatan di Kelurahan Mancasan dan Kelurahan Ngrombo Kecamatan Baki yang memiliki intelektualitas dalam membuat gitar hingga dapat menembus pasar luar negeri merupakan salah satu sentra industri gitar yang mayoritas pengrajin belum mempunyai merek individu maupun merek kolektif, lantaran bagi pengrajin tidak membutuhkan adanya sebuah merek karena tidak laku di pasar atau kurangnya minat konsumen terhadap merek buatan pengrajin setempat dan adanya biaya untuk mendaftarkan mereknya, sehingga pengrajin masih menggunakan merek terkenal sesuai permintaan konsumen tanpa adanya lisensi dan pengrajin setempat sudah mendapat surat peringatan dari pihak yang memiliki merek terkenal. Hal tersebut berkaitan dengan adanya pelanggaran merek yang diatur Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 83 ayat (1) yang berbunyi :

Pemilik merek terdaftar dan/atau penerima lisensi merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa :

- a. gugatan ganti rugi; dan/atau
- b. penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek

tersebut.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku ekonomi yang jumlahnya sangat banyak dan memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Menurut *World Intellectual Property Rights*, UMKM memiliki potensi yang sangat besar dan berkembang, berinovasi serta melahirkan kreativitas bagi para pelakunya untuk menciptakan produk-produk baru. Pendaftaran merek sangat erat kaitannya dengan perdagangan barang atau jasa, khususnya bagi UMKM. Tetapi jika dilihat kondisi dan fakta dilapangan adanya permasalahan hukum yang ditemui khususnya pada pengrajin gitar di Sukoharjo dalam pendaftaran hak merek kolektif.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metodologi penelitian hukum normatif – empiris yang menggabungkan antara hukum normatif dan unsur-unsur dari hukum empiris (Syahrums, 2022). Metodologi pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Perundang-Undangan (*Statute Approach*), dan yuridis sosiologis yaitu pendekatan hukum kepada manusia sebagai subjek utama pembahasan dalam suatu penelitian dan bukanlah manusia yang menjadi objek dari hukum (Huda, 2021). Jenis data dan sumber data menggunakan data sekunder, primer, dan tersier. Pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dan wawancara yang bertempat di rumah Ketua UMKM Klaster Gitar, dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi :

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.

Tujuan adanya merek kolektif untuk memudahkan penyelesaian permintaan registrasi. Setiap produk maupun jasa yang diproduksi memiliki karakteristik yang sama, sehingga memungkinkan hanya untuk menggunakan 1 (satu) merek saja (Jaya. *et.al.* 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM merupakan pelaku ekonomi yang jumlahnya sangat banyak dan memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Menurut *World Intellectual Property Rights*, UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang, berinovasi serta melahirkan kreativitas bagi para pelakunya untuk menciptakan produk-produk baru. Pendaftaran merek sangat erat kaitannya dengan perdagangan barang ataupun jasa, khususnya bagi UMKM (Nugroho, 2024).

Manfaat dengan menggunakan merek kolektif pada gitar akan menimbulkan adanya perlindungan hukum hak atas merek untuk merek dagang dari kerajinan gitar yang di ajukan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, dengan merek dagang yang sudah ditentukan oleh pengrajin gitar untuk menjadi sebuah merek dagangnya sendiri (Setyawati. *et.al.* 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dari Ketua UMKM Klaster Gitar di Kelurahan

Mancasan dan Ngrombo menjelaskan bahwa dahulu para pengrajin gitar pernah membuat dan mempunyai merek kolektif dengan merek sanbo, dan pada saat ini sudah kedaluwarsa, sanbo singkatan dari Mancasan dan Ngrombo. Merek kolektif tersebut sampai sekarang masih ada yang digunakan oleh pengrajin gitar, meskipun secara legalitas sudah hangus. Ada beberapa efek samping apabila pengrajin tetap menggunakan merek kolektif yang akan menimbulkan adanya konflik. Dari hal tersebut, pengrajin memutuskan untuk menggunakan merek secara individual atau merek dagangnya secara masing-masing. Pengrajin gitar mempunyai keinginan untuk membuat merek apabila produk gitar dengan merek masing-masing dari pengrajin ramai diminati konsumen. Pada faktanya penjualan gitar dengan merek dagang milik sendiri tidak dapat dikatakan mudah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo menjelaskan bahwa produk dari pengrajin gitar sudah ada beberapa yang sudah legalitas, salah satunya merek gitar soul yang sudah resmi legalitasnya. Pihak Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo tidak dapat melihat produk gitar yang mereknya sudah legal, rata-rata merek terkenal yang sudah ada legalitasnya meminta pengrajin gitar untuk membuat kosongan (tanpa merek) lalu dari pihak merek terkenal yang akan menempeli mereknya. Pengrajin gitar hanya mempunyai izin usahanya saja. Alasan dari pengrajin gitar belum menjual dengan mereknya sendiri karena sudah mempunyai izin usaha namun tidak ada keinginan untuk menimba ilmu pengetahuan terkait perlindungan usahanya.

Berdasarkan wawancara dengan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo menjelaskan bahwa Mayoritas pengrajin gitar sudah mengetahui terkait merek dagang maupun merek kolektif dan dari Dinas Koperasi dan UMKM sudah menyampaikan ke ketua klaster UMKM gitar Kelurahan Mancasan dan Ngrombo untuk disampaikan ke para pengrajin gitar lainnya, terutama yang sudah mempunyai izin usaha untuk datang sosialisasi, atau bisa akses sendiri dari *handphone* namun harus detail. Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan perdagangan Kabupaten Sukoharjo sudah berusaha mendorong pengrajin gitar untuk mendaftarkan Nomor Induk Berusaha (NIB) karena gratis, namun kendalanya mungkin pengrajin gitar sibuk dan meremehkan.

Di kalangan UMKM para pengrajin sudah mengetahui merek meskipun ada yang menggunakan sebutan label untuk membedakan produk sejenis. Di sisi lain, adapun UMKM yang mengabaikan terhadap penggunaan merek seperti berikut :

1. Karena pelaku UMKM merupakan produsen an hasil produksimpengrajin dibeli secara grosir (sebagai tempat membeli barang), maka kualitas barang menjadi faktor terpenting dalam penjualan produk yang dibuat. Pembeli ini kemudian akan memberikan merek berdasarkan merek yang dimilikinya.
2. Pandangan pengrajin proses pendaftaran merek dianggap rumit dan mahal. Pada akhirnya beberapa UMKM sudah memberi merek, untuk produk yang dihasilkan meskipun tidak melakukan pendaftaran (Inayah, 2019).

Menurut Seorjono Soekanto terdapat empat indikator untuk menilai kesadaran hukum yaitu pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum dan pola perilaku hukum. Dari keempat indikator yang sudah disebutkan, sebagian besar UMKM sudah memenuhi tiga indikator seperti:

1. Ilmu pemahaman hukum pengrajin gitar sudah memahami adanya Undang-Undang Merek.

2. Pemahaman hukum, khususnya mengenai merek pengrajin gitar sudah mengetahui makna dari perlindungan merek untuk produk yang dihasilkan oleh pengrajin gitar.
3. Sikap hukum sudah tercapai, namun pelaksanaannya menurut pengrajin rumit (Inayah, 2019).

Berkaitan dengan hasil wawancara dari kedua narasumber, teori kemanfaatan yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch yang mengatakan bahwa hukum yang baik adalah ketika hukum tersebut memuat nilai keadilan, kepastian hukum dan kemanfaatan (Nasihuddin. *et.al.* 2024) belum dapat terlaksanakan dengan baik oleh para pengrajin gitar, masih banyak pengrajin yang belum mempunyai merek dan mayoritas produk dari pengrajin tidak mendapat perlindungan hukum khususnya merek, seperti yang dikemukakan oleh Satjipto Raharjo.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan dan uraian yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa pengrajin belum mengoptimalkan untuk memanfaatkan adanya merek khususnya merek kolektif melalui pendaftaran merek sebab pengrajin mengkhawatirkan akan ada munculnya konflik antar pengrajin. Kurangnya kesadaran hukum para pengrajin gitar di Kelurahan Mancasan dan Ngrombo.

Sarannya pengrajin harus lebih peduli atas hasil produksinya dengan mendaftarkan merek agar produknya mendapat perlindungan hukum, dan tidak menyepelekan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas. Sebaiknya Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo mengencarkan lagi terkait literasi hukum ke para pengrajin gitar sehingga mempunyai kesadaran hukum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Nasihuddin, et.al. (2024). *Teori Hukum Pancasila*. CV. Elvaretta Buana: Tasikmalaya
- Anang Fahrudin Maulana. (2020). *Perlindungan Hukum Merek Dagang dan Merek Kolektif Tenun Ikat Troso Menurut Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang
- Belardo Prasetya Mega Jaya, Mohammad Fasyehhudin, dan Wardatun Naddifah. (2022). *Kebijakan Pemerintah Tentang Merek Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap UMKM*. Jurnal Ilmiah Advokasi, Vol. 10 (02)
- Bernard Nainggolan. (2022). *Buku Ajar Hukum Kekayaan Intelektual*. Publika Media: Yogyakarta
- Dahrir Siregar. (2022). *Merek Dagang Tingkatkan Ekonomi Kreatif*. PT Inovasi Pratama Indonesia: Padang
- Derry Angling Kesuma. (2023). *Perlindungan Hukum dan Prosedur Kepemilikan Hak Atas Kekayaan Intelektual (Intellectual Property rights)*. Amerta Media: Purwokerto
- Dewi Tenty Artiany. (2018). *Merek Kolektif Produk Koperasi Ekonomi Kreatif*. P.T. Alumni: Bandung
- Djulaeka. (2021). *Hak Kekayaan Intelektual*. Setara Press: Malang.
- Eli Widiastuti. (2020). *Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. Skripsi, Universitas Islam

Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

- Elizabeth Megatri. (2018). *Potensi Pendaftaran Merek Kolektif Terhadap Pedagang Keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung*. Skripsi, Universitas Lampung
- Endang Purwaningsih, et.al. (2020). *Paten dan Merek*. Setara Press: Malang
- Inayah. (2019). *Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perlindungan Kekayaan Intelektual*. Jurnal Law And Justice. Vol. 4 (2)
- Khanza Luthfia Risqi, Ria Wierma Putri, dan Rohaini. (2024). *Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pulau Pasaran*. Jurnal Kritis Studi Hukum. Vol.9 (04)
- Muhammad Aditya Haryawan. (2018). *Implementasi Penggunaan dan Perlindungan Hukum Merek Kolektif pada Badan Hukum Koperasi (Studi Kasus Koperasi Pengrajin Genteng Sembada Manunggal Sejahtera)*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- M. Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media: Pasuruan
- Muhammad Arsyadu Shiyam. (2020). *Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Tahu randudongkal di Kabupaten Pemalang*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang
- Muhammad Chairul Huda. (2021). *Metode Penelitian Hukum (Pendekatan Yuridis Sosiologis)*. The Mahfud Ridwan Institute: Semarang
- Muhammad Syahrums. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum Kajian Penelitian Normatif, Empiris, Penulisan Proposal, Laporan Skripsi dan Tesis*. DOTPLUS Publisher: Riau
- Okavianto Setyo Nugroho. (2024). *Penggunaan Merk Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Makanan Pelaku UMKM Di Kota Semarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*. Jurnal Of Social Science Research. Vol. 4 (3)
- Rahmi Jened. (2017). *Hukum Merek*. Kencana: Jakarta
- Ranti Fauza dan Tisni Santika. (2021). *Hukum Merek*. PT Refika Aditama: Bandung
- Ria Setyawati, Mas Rahma, dan Normandyarsa Rahman. (2023). *Perlindungan Karya Batik Tradisional Kampung Pesilat Melalui Merek Kolektif*. Pelita Masyarakat, Vol. 4, (2)
- Sri Sarjana, et.al. (2021). *Manajemen UMKM (Konsep dan Strategi Era Digital*. Deepublish Publisher: Yogyakarta
- Suryansyah, et.al. (2017). *Merek Dagang Tingkatkan Ekonomi Kreatif*. Yayasan Pusaka Obor Indonesia: Jakarta
- Tommy Hendra Purwaka. (2017) *Perlindungan Merek*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia: Jakarta
- Zulfikri Toguan. (2020). *Problematisa Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah*. UIR Law Review, Vol. 5 (2)