

PEMAHAMAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH TERHADAP URGENSI PENERAPAN HUKUM KEKAYAAN INTELEKTUAL TERKAIT MEREK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (Studi di Dinas Koperasi dan UMKM Surakarta)

Raissa Diva Kirana

raissapublic@gmail.com

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Hernawan Hadi

hernawanhadi@gmail.com

Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Abstract

This article aims to determine whether or not the understanding of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Surakarta City, to the application of the regulations stated in Law Number 20 of 2016 on Trademark and Geographical Indication (According to the research in the Department of Cooperatives and UMKM Surakarta) registration of brands and constraints that hinder the implementation of the law to the entrepreneurs of MSMEs. This understanding includes several factors that influence from culture to moral values. This legal research is an empirical or sociological juridical research, which studies the problem directly to the target (in this study the entrepreneur of MSMEs). Techniques of collecting legal materials with questionnaires, interviews, and literature study. Based on the results of this study and discussion, the conclusion of the unequal distribution of the related understanding of Brand rights as regulated in Law Number 20 of 2016 on the entrepreneurs of MSMEs, whether the understanding of the definition of the rights of the brand itself, the benefits, and the procedure of registration. The factors that become obstacles hampering the implementation of this law on the entrepreneurs of SMEs in Surakarta.

Keywords: *Understanding; Trademark Rights and Geographical Indication; MSMEs entrepreneurs*

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui tercipta tidaknya pemahaman pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Surakarta, terhadap penerapan peraturan yang tertera pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Sesuai penelitian di Dinas Koperasi dan UMKM Surakarta) terkait pendaftaran merek beserta kendala-kendalanya yang menjadi penghambat dalam penerapan undang-undang tersebut pada pelaku UMKM. Pemahaman ini meliputi beberapa faktor yang mempengaruhi mulai dari budaya hingga nilai moral. Penelitian hukum ini merupakan penelitian empiris atau yuridis sosiologis, yang mempelajari masalah dengan langsung pada sasarannya (dalam penelitian ini pelaku UMKM). Teknik pengumpulan bahan hukumnya dengan kuisioner, wawancara, serta studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ini dihasilkan simpulan belum meratanya pemahaman terkait Hak merek yang diatur pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 pada para pelaku UMKM, baik pemahaman mengenai pengertian hak merek itu sendiri, manfaat, maupun prosedur pendaftarannya. Adapun faktor-faktor yang menjadi kendala terhambatnya penerapan undang-undang ini pada pelaku UMKM di Surakarta.

Kata Kunci : Pemahaman; Merek dan Indikasi Geografis; Pelaku UMKM

A. Pendahuluan

Pada Tahun 1997 di Indonesia mulanya telah terjadi krisis yang melanda Negara Indonesia yang dimulai dengan adanya krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS dan juga adanya krisis moneter yang berakibat kepada perekonomian di Indonesia yaitu dimana terjadi penurunan pada tingkat perekonomian. (Dewi Anggraini dan Syahrir Hakim Nasution, 2013:105). Hal ini pada umumnya terjadi karena inflasi yang terlalu tinggi. Berdasarkan krisis yang terjadi ini maka pembangunan pada bidang

perekonomian haruslah ditingkatkan agar perekonomian di Indonesia benar-benar memiliki struktur yang kokoh serta tangguh untuk tetap berdiri tegak dalam keadaan perekonomian yang sehat maupun lesu.

Pada saat terjadinya krisis di Tahun 1997 ini, hampir secara merata pada bidang perekonomian di Indonesia menerima dampaknya dan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor perekonomian yang berada tetap pada jalurnya. Hal ini dibuktikan dari jumlah UMKM yang tidak berkurang, namun sebaliknya yaitu justru terjadi peningkatan pada sektor UMKM. Hingga tahun 2013 dapat dilihat bahwa UMKM masih berdiri tegak, yang mana pada data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa UMKM mampu menyerap hingga 114.144.082 juta tenaga kerja sampai dengan Tahun 2013 dengan jumlah pertumbuhan mencapai 6.03%. Jumlah keseluruhan UMKM yang tercatat pada saat itu mencapai 57.895.721 juta unit dengan jumlah pertumbuhan 2,41% (Badan Pusat Statistik, 2014).

UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia yang dapat diandalkan. Dimana hal ini dapat dibuktikan dari bidang penyerapan tenaga kerja dan sebagai sumber pendapatan negara serta pengurangan jumlah masyarakat tidak mampu dengan cara menaikkan perekonomian desa. Peran penting dari UMKM ini tidak hanya dirasakan oleh negara berkembang seperti Indonesia saja, namun dirasakan pula oleh negara-negara maju. (Tulus T.H Tambunan, 2012 : 1).

Kekuatan UMKM yang semakin kokoh dan menguat serta meningkat ini pun memiliki efek kepada Hukum Kekayaan Intelektual (HKI), yaitu dimana terjadi pula peningkatan penggunaan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual (UU HKI). Adanya peningkatan penggunaan UU HKI inilah yang memaksa beberapa undang-undang untuk diperbaharui agar dapat mengikuti perkembangan zaman. Salah satunya adalah undang-undang terkait merek yang sudah diperbaharui, dimana kini di atur dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek).

Beberapa Undang-Undang terkait merek telah lahir setelah kemerdekaan Negara Indonesia, berikut perkembangan UU Merek dari awal hingga yang berlaku saat ini :

1. Undang-undang Nomor 21 Tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan
2. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Merek
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas UU Nomor 19 tahun 1992 tentang Merek.
4. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek sebagai penyesuaian dengan persetujuan WTO (Laina, 2013 : 2).

Kemudian, kini Undang-Undang Merek telah di rubah menjadi UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang juga telah diberlakukan. UU Merek ini di perbaharui menjadi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan perlindungan masyarakat di bidang merek yang semakin bertambah luas.

Dimasa sekarang perkembangan ekonomi sangatlah berjalan dengan cepat. Begitu pula dengan inovasi dari berbagai bidang usahanya, yang juga ikut berkembang pesat yang juga dilakukan oleh pelaku UMKM. Saat ini pelaku UMKM, sedang berusaha berlari untuk mengejar ketinggalannya dengan perusahaan – perusahaan besar yang memiliki modal lebih banyak dan memiliki merek yang telah terkenal lebih dahulu. Dengan adanya minat pelaku UMKM yang semakin meningkat ini, maka timbulah pula serangan – serangan yang melanda baik dari sesama pelaku UMKM maupun dari pihak lain. Sesungguhnya kegunaan merek salah satunya adalah untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dari pelaku UMKM tersebut.

Tujuan diciptakan Undang-Undang tersebut untuk terjaminnya perlindungan kepada pemilik hak merek agar tidak terjadi penggunaan merek untuk tujuan peniruan, pemalsuan oleh orang atau badan yang beriktikad tidak baik. Dalam dunia insdutri, banyak terjadi pemakaian merek tertentu dalam masyarakat yang dilakukan tanpa seizin dari pemegang hak merek, yang mana hal tersebut memungkinkan dapat merugikan pemilik merek dan sekaligus menggecoh masyarakat.

Menurut Susilo (2011) dalam Karlina Perdana, sistem yang digunakan dalam pendaftaran merek adalah dengan sistem konstitutif dimana tujuannya adalah untuk memberikan hak atas merek yang telah terdaftar kepada siapa saja yang mendaftarkan mereknya dalam Daftar Umum Kantor Merek. Sistem ini lebih menjamin adanya kepastian hukum. Kepastian hukum berupa keuntungan bagi si pendaftar (pemilik atau pemegang merek yang sah) dengan diterimanya merek dan tanda bukti pendaftaran dalam bentuk sertifikat sebagai bukti hak atas merek sekaligus dianggap sebagai pemakai pertama merek yang bersangkutan (Karlina Perdana, 2017 : 85)

Namun pemahaman dan kesadaran pengusaha UMKM akan pentingnya pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual untuk mendukung kegiatan usaha mereka khususnya hak merek usaha mereka, masih terbilang rendah. Hal tersebut serupa dengan pemberitaan Kompas Solo yang memberitahu bawah baru 400 dari total 3,6 juta unit UMKM di Provinsi Jawa tengah yang mempunyai merek dagang. Salah satu faktor penyebab tersebut adalah lama waktu pengurusan yang dikarenakan kurangnya pemahaman secara detail mengenai proses pembuatan merek dagang (Kompas, 2017) . Adapun kendala-kendala lain yang menyebabkan hal tersebut terjadi.

Berdasarkan uraian tersebut, kemudian dalam artikel ini dibahaslah terkait pemahaman serta kendala-kendala Pelaku UMKM di Surakarta sehubungan dengan Penerapan Hak Merek yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta menjabarkan solusi-solusi yang dapat dilakukan.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis empiris. Penelitian ini mengkaji terkait keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan untuk menemukan pula solusi permasalahan yang ada.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pemahaman Pelaku UMKM di Surakarta Tentang Hak Merek Yang Terdapat Pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016

Pelaksanaan perlindungan hak merek terhadap produk UMKM di Kota Surakarta memiliki manfaat yang besar bagi penciptanya. Walaupun memang tidak ada suatu kewajiban untuk mendaftarkan merek produk mereka namun alangkah baiknya jika dilakukan suatu pendaftaran hak merek atas produk mereka agar memperoleh perlindungan hukum yang pasti. Seperti kita contohkan jika terjadi suatu sengketa, apabila telah didaftarkan maka pembuktian akan lebih mudah karena pemiliki merek dapat memberikan bukti otentik berupa tanda hak merek itu sendiri. Namun pemahaman pada masyarakat, membuat pendaftaran hak merek untuk mendapatkan perlindungan masihlah di abaikan.

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, dapat diidentifikasi beberapa hal mengenai pemahaman Hak Merek oleh pelaku UMKM antara lain:

- a. Pemahaman sebagian besar dari pelaku UMKM terhadap Hak Merek masih rendah/dangkal, dimana mereka hanya tahu bahwa pendaftaran merek harus dilakukan di Jakarta dan biaya yang mahal.
- b. Pelaku UMKM pun masih lebih berorientasi kepada pendapatan dikarenakan pemahaman terkait kegunaan dan manfaat dari merek inilah yang masih sangat sedikit.
- c. Pemahaman terkait adanya bantuan untuk mendaftarkan merek dengan biaya ringan atau bahkan tanpa biaya belumlah secara menyeluruh dapat dipahami karena informasi pun belum merata didapatkan oleh para pelaku UMKM.
- d. Pemahaman UMKM yang merasa bahwa produknya bukanlah produk ekspor sehingga tidak diperlukan adanya pendaftaran merek
- e. Prosedur yang belum dipahami secara jelas serta prosesnya yang panjangpun menjadi alasan terkait tipisnya niat pelaku UMKM untuk melanjutkan niatnya untuk mendaftarkan mereknya.
- f. Terdapat pemahaman terkait semakin banyak penir semakin banyak pula peminatnya
- g. Pemahaman dimana pelaku usaha merasa jika rasa dari produk miliknya tetap lebih enak dari yang lain sehingga tidak masalah jika ditiru
- h. Dan berbagai macam pemahaman lain yang mendorong untuk tidak didaftarkannya merek dagang oleh pelaku UMKM

2. Kendala-Kendala Dalam Pelaksanaan Hukum Hak Merek UMKM di Kota Surakarta

Pelaksanaan perlindungan hukum hak merek terhadap produk UMKM di Kota Surakarta khususnya, tidaklah mudah apalagi bagi pelaku UMKM yang masih mikro, kecil dan menengah.

Selama pengamatan banyak sekali kendala-kendala yang dihadapi dalam pendaftaran merek produk mereka, dan kendala-kendala tersebut hampir sebagian besar menuturkan pendapat yang sama. Kendala-kendala tersebut dapat diidentifikasi kedalam dua bentuk berupa faktor internal maupun eksternal.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dalam penelitian yang dilakukannya di Kota Surakarta mengenai pendaftaran hak merek oleh UMKM di Kota Surakarta, dapat diketahui kendala-kendala apa saja yang timbul dalam pendaftaran hak merek atas merek produk dari UMKM di Kota Surakarta. Beberapa kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek antara lain :

- a. Menurut mereka sistem pendaftaran merek pelaku UMKM sedikit lebih sulit dimana pelaku UMKM harus pergi ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual yang berada di Jakarta dimana pastinya akan ada yang mereka korbankan dimana usaha dikota asalnya harus tetap berjalan sehingga harus pandai mensiasatinya.
- b. Biaya yang dikeluarkan untuk akomodasi pun tidaklah sedikit.
- c. Selain itu kendala lain yang timbul adalah adanya kebiasaan-kebiasan yang tercipta pada masyarakat dimana adanya budaya yang telah tertanam sejak lama. Salah satunya adalah budaya untuk memberikan batuan kepada orang lain.
- d. Adapula pemahaman terkait budaya para pelaku UMKM, bahwa produk atau nama boleh saja sama tetapi rasa memiliki ciri khas sendiri-sendiri. Sehingga mereka menggagap pendaftaran merek tidak menjadi hal utama selama para konsumen mampu mengenali produk mereka dengan baik dan proses perdagangan pelaku UMKM tetap terjaga baik dan makin berkembang. Mereka beranggapan hal ini dirasa cukup tanpa harus mendaftarkan hak merek produk mereka.
- e. Kendala lain yang membuat pelaku UMKM enggan mendaftarkan merek produk mereka adalah biaya yang mahal, dimana mereka harus mengeluarkan uang ekstra untuk satu merek produk mereka.
- f. Tidak sampainya informasi yang tepat, akurat dan jelas mengenai pentingnya hak merek, keadaan ini akan memberikan penafsiran yang keliru terhadap peranan perlindungan merek dalam memberikan perlindungan bagi produk UMKM. Jalur pendistribusian informasi yang tidak sampai tersebut ke sasaran, sehingga kesadaran untuk melakukan pendaftaran merek juga tidak akan ada
- g. Sementara pelaku UMKM lainnya menuturkan bahwa mereka masih bingung dengan proses atau prosedur pendaftaran hak merek produk mereka, mereka hanya tahu bahwa mengurus hal tersebut dilakukan di Jakarta. Sementara mengenai berkas-berkas serta tata caranya mereka masih awam.

D. Simpulan

1. Pemahaman pelaku UMKM terhadap hak merek masih rendah/dangkal, dimana mereka hanya tahu bahwa pendaftaran merek harus dilakukan di Jakarta, yang membutuhkan biaya yang banyak dan waktu yang lama. Akan tetapi untuk segi pemahaman manfaat dan pentingnya pendaftaran merek ini para pelaku UMKM sebagian besar sudah cukup memahami. Selain itu kegiatan penyuluhan/sosialisasi dari instansi yang berwenang masih sedikit, disamping materi yang disampaikan dalam penyuluhan lebih pada manfaat Hak Kekayaan Intelektual khususnya hak merek sehingga hal ini yang membuat para pelaku UMKM hanya memahami bahwa pendaftaran merek harus dilakukan di Jakarta. Pemahaman-pemahaman di antara para pelaku UMKM masih banyak yang menjadi penyebab tidak didaftarkannya merek dagang mereka, diantaranya terkait budaya saling tolong menolong, budaya memaklumi adanya peniruan merek, budaya semakin banyak peniru maka semakin banyak peminat, serta masih terdapat beberapa pemahaman lain yang ada pada lingkungan pelaku UMKM. Adapula pemahaman terkait faktor ekonomi, dimana pelaku UMKM memiliki pandangan bahwa profit lebih utama dibanding mendaftarkan merek, pelaku UMKM pun merasa bahwa biayanya cukup mahal dan tidak membandingkannya dengan kerugian yang kemungkinan didapat akan bernilai lebih besar dari biaya pendaftaran merek.
2. Kendala utama pelaku UMKM terhadap hak merek adalah biaya yang dinilai mahal untuk sebuah hak merek. Biaya mahal dikarenakan pengurusannya yang harus dilakukan di Jakarta maupun di Semarang dan bukan di Solo/Surakarta. Meski untuk pelaku UMKM di Kota Surakarta bisa

mendaftarkan merek di tingkat provinsi namun untuk prosesnya tetap dilaksanakan di Direktorat Jenderal HKI Pusat. Sementara itu kendala lain dalam pengurusan Hak merek produk UMKM adalah anggapan pelaku UMKM terkait hak merek yang belum menjadi suatu hal yang utama sehingga para pelaku UMKM masih enggan untuk melakukan pendaftaran hak merek, adapula pelaku UMKM yang merasa produknya bukanlah produk ekspor sehingga tidak memerlukan pendaftaran merek. Selain itu kendala yang masih banyak terjadi adalah ketidak tahuan pelaku UMKM terkait prosedur pendafata merek.

E. Saran

Diharapkan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surakarta lebih banyak melakukan penyuluhan mengenai pemahaman Hak Merek, khususnya manfaat dan maknanya yang akan didapatkan agar mayoritas pelaku UMKM mendaftarkan merek produk mereka dengan informasi yang lebih luas lagi dan juga beserta prosedur pendaftarannya.

F. Daftar Pustaka

- Aan Komariah, & Djam'an Satori. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Abdulkadir Muhammad. 2001. *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti.
- Bahder Johan Nasution. 2016. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Bandung : Mandar Maju
- Bambang Murdaka Eka Jati dan Tri Kuntoro Priyambodo. 2015. *Technopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-Ilmu Eksakta*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Casavera. 2009. *15 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Casavera. 2009. *8 Kasus Sengketa Merek di Indonesia*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Endang Purwaningsih. 2005. *Perkembangan Hukum Intellectual Property Rights*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Gerungan, WA. 2000. *Psikologi Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- H. OK. Saidin. 2013. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Pustaka.
- Hendro. 2011. *Dasar – dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga.
- Jacobus Ranjabar. 2013. *Sistem Sosial Budaya Indonesia*. Bandung : Alfabeta.
- Muhammad Djumhana dan R. Djubaedillah. 1997. *Hak Milik Intelektual: Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Otto Hasibuan. 2008. *Hak Cipta Di Indonesia, Tinjauan Khusus Hak Cipta Lagu, Neighbouring Rights, dan Collecting Society*. Bandung : PT. Alumni
- Panji Anorogo dan Ninik Widiyanti. 1993. *Psikologi dalam Perusahaan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Rachmadi Usman. 2003. *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Bandung : PT Alumni.
- Tim Lindsey, Et.al. 2006. *Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Pengantar*. Bandung : PT Alumni.
- Tomi Suryo Utomo. 2010. *Hak kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global Sebuah Kajian Kontemporer*. Anyer Banten : Agriculture.
- Tulus T.H. Tambunan. 2012. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Indonesia : Isu- Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tulus T.H. Tambunan. 2013. *Masyarakat Ekonomi ASEAN (ASEAN Economic Community) 2015: Peluang dan Tantangan Bagi UMKM Indonesia*. Jakarta.: Active Team Indonesia (Tim Aktif Kadin Indonesia).

JURNAL :

- Adnan Husada Putra. 2016. "Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora". *Jurnal Analisa Sosiologi* 5 (2).

- Dewi Anggraini dan Syahrir Hakim Nasution. 2013. "Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (studi kasus Bank BRI)". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol. 1, No. 3.
- Karlina Perdana. 2017. "Kelemahan Undang-Undang Merek Dalam Hal Pendaftaran Merek (Studi Atas Putusan Sengketa Merek Pierre Cardin)". *Jurnal Private Law* Vol 5 No.2. Surakarta.
- Laina Rafianti. 2013. "Perkembangan Hukum Merek di Indonesia". *Fiat Justiticia Jurnal Ilmu Hukum* Volume 7 No. 1
- Mutiara Maimunah. 2004. "Flypaper Effect pada Dana Alokasi Umum (DAU) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Belanja Daerah pada Kabupaten/Kota di Pulau Sumatera". *Makalah dalam Simposium Nasional Akuntansi IX Padang 23-26 Agustus 2006*
- Yuli Rahmini Suci. 2017. "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia". *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 6 No (1).

WEBSITE :

- Badan Pusat Statistika 2014. Tabel Perkembangan UMKM Pada Periode 1997 – 2013. Diakses online pada tanggal 26 Maret 2018 di ()
- Departemen Koperasi. 2012. Sandingan Data UMKM 2011-2012. Diakses online pada tanggal 26 Maret 2018 di (http://www.depkop.go.id/pdfviewer/?p=uploads/tx_rtgfiles/sandingan_data_umkm_2011-2012-new.pdf).
- Kompas. 2017. Perkembangan UMKM Di Jawa Tengah. Diakses online pada tanggal 26 Maret 2018 di <https://ekonomi.kompas.com/read/2009/04/16/22285321/baru.400.umkm.di.jateng.miliki.hak.merek.dagang>.

Peraturan Perundang-undang :

- Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah
- Undang-Undang Merek Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1993 tentang Kelas Barang atau Jasa Bagi Pendaftaran Merek