

**KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DALAM PENERBITAN MEREK
DAGANG DI KEMENTERIAN HUKUM DAN HAM WILAYAH
KALIMANTAN SELATAN**

Riska Ani Setiawati¹⁾, M. Uhaib As'ad²⁾, Beni Akhmad³⁾

¹Administrasi Publik, 63201, FISIP, UNISKA, 18120181

²Administrasi Publik, 63201, FISIP, UNISKA, 1106036001

³Administrasi Publik, 63201, FISIP, UNISKA, 1109089201

Email: riskamoris@gmail.com

Abstrak

Pelayanan publik adalah pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat menjadi salah satu indikator dari keberhasilan penyelenggaraan pemerintah. Masyarakat dalam hal ini adalah orang yang menuntut pemerintah untuk memenuhi standart kualitas pelayanan, karena melayani masyarakat adalah fungsi utama pemerintah. Permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan publik dalam penerbitan merek dagang di Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Selatan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran bagaimana Kualitas pelayanan publik dalam penerbitan merek dagang di Kementerian Hukum dan HAM Wilayah Kalimantan Selatan. Pelayanan publik ditinjau dari lima toeri dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif deskriptif yaitu merupakan data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Pengambilan Sampel dalam penelitian ini dengan jumlah responden 11 orang dari pemohon pembuatan merek dagang dan 4 orang pegawai dari Kemenkum dan HAM . Teknik pengumpulan data dimulai dari observasi lokasi, penyebaran angket, wawancara, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah lima dimensi dari Kualitas Pelayanan *Tangibel, Reliability, Responsivines, Assurance, Empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dimensi dari kualitas pelayanan yang ada di Kemenkum dan HAM wilayah Kalimantan Selatan sudah menunjukkan hasil yang baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner dan wawancara dari masing-masing dimensi menunjukkan pada hasil yang baik.

Kata Kunci : Kualitas, Pelayanan publik, Merek Dagang

Abstract

One of the main tasks of the government is to provide services to the community. Quality service to the community is one indicator of the success of government administration. The community in this case is the person who demands the government to meet service quality standards, because serving the community is

the main function of the government. The problem posed in this study is how the quality of public services in the issuance of trademarks at the Ministry of Law and Human Rights in the South Kalimantan region.

The purpose of this study was to describe how the quality of public services in the issuance of trademarks at the Ministry of Law and Human Rights in the South Kalimantan Region. Public services are viewed from five dimensions of service quality, namely physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This study uses a descriptive qualitative research technique, which is data that appears in the form of words and not a series of numbers. Sampling in this study with the number of respondents 11 people from applicants for making trademarks and 4 employees from the Ministry of Law and Human Rights. Data collection techniques started from site observation, distributing questionnaires, interviews, and documentation. The analysis used is five dimensions of Tangible Service Quality, Reliability, Responsivines, Assurance, Empathy.

The results of the study show that the five dimensions of service quality in the Ministry of Law and Human Rights in the South Kalimantan region have shown good results. This can be seen from the results of the questionnaires and interviews from each dimension showing good results

Keywords: *Quality, Public Service, Trademark*

I. Pendahuluan

Sejak kebijakan otonomi daerah diimplementasikan, pelayanan publik menjadi ramai diperbincangkan, karena pelayanan publik merupakan salah satu variabel yang menjadi ukuran keberhasilan pelaksanaan otonomi daerah. Apabila pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintah daerah baik/berkualitas, maka pelaksanaan otonomi daerah dapat dikatakan berhasil. Semua ini sudah menjadi keharusan bagi pemerintah/pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas berbagai pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, tentang kualitas pelayanan publik ini juga dipicu adanya perubahan paradigma ilmu administrasi, termasuk perubahan global yang terjadi di berbagai bidang kehidupan dan di berbagai belahan dunia. Pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat menjadi salah satu indikator dari keberhasilan penyelenggaraan pemerintah. Masyarakat dalam hal ini adalah orang yang menuntut pemerintah untuk memenuhi standart kualitas pelayanan, karena melayani masyarakat adalah fungsi utama pemerintah. Menurut Boediono (2003), pelayanan sebagai salah satu proses bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu yang

memerlukan kepekaan hubungan personal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan jadi pelayanan merupakan suatu proses dimana ada pihak yang melayani dan pihak yang dilayani kemudian ada barang dan jasa. Feighbaum (dalam Nasution 2004) menyatakan “bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya “. Sedangkan menurut Gavin dan Davis (dalam Nasution, 2004) menyatakan “kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan erat dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen”. Jadi kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis antara layanan yang diberikan dan kepuasan yang diterima konsumen atau pelanggan. Masyarakat yang setiap waktu selalu menuntut pelayanan publik yang berkualitas yang tidak sesuai dengan harapan, karena pelayanan publik yang berkualitas sering tidak sesuai dengan harapan, karna pelayanan public yang terjadi selama ini aparat pemerintah dalam masyarakat belum mengacu pada pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka yaitu pelayanan yang cepat, tepat, akurat, mudah dan ramah.

Merek adalah sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk barang atau jasa yang ada di dalam pasaran. Melalui merek, masyarakat sebagai konsumen akan dengan mudah mengenali suatu produk perusahaan tertentu. Merek biasanya dicantumkan pada barang atau pada kemasan atau bungkus barang yang dijual atau dicantumkan secara tertentu pada hal-hal yang terkait dengan jasa yang dijual (Maulana, 2010:91). Objek atas merek adalah karya-karya seseorang yang berupa tanda, baik tulisan, gambar, kombinasi tulisan dan gambar yang diciptakan dengan tujuan untuk membedakan barang yang satu dengan yang lain tetapi yang sejenis. Merek berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya, sebagai alat promosi sehingga dalam mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya, sebagai jaminan atas mutu barangnya,

menunjukkan asal barang atau jasa yang dihasilkan (Harahap, 2016:5). Setiap merek menampilkan wujud reputasi yang bernilai moral, material, dan komersial. Reputasi yang melekat pada merek merupakan suatu bentuk hak milik. Reputasi dalam dunia usaha yang dipandang sebagai kunci bagi sukses atau tidaknya suatu bisnis, dimana banyak pengusaha yang berlomba-lomba untuk memupuk ataupun menjaga reputasinya dengan menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen (Keller dalam Tjiptono, 2015). Merek baik secara langsung maupun tidak langsung mewakili kualitas, imej, atau reputasi suatu produk. Oleh karena itu, merek mempunyai posisi penting bagi berkembangnya usaha atau bisnis para pedagang atau pengusaha. Merek merupakan salah satu bentuk karya intelektual yang mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi, terutama di bidang perdagangan dan jasa, khususnya untuk membedakan dengan produk lain yang sejenis maupun yang tidak sejenis (Kotler dalam Kismono, 2011).

Permasalahan yang dihadapi para pedagang dalam pengurusan merek dagang ini adalah lamanya waktu dalam menerbitkan merek dagang mereka, sedangkan para pedagang ini maunya cepat. Pengurusan Merek Dagang di Kementrian Hukum dan HAM ini mereka para pedagang harus mengeluarkan dana dalam pengurusan Merek Dagang, dan dana yang dikeluarkan para pedagang untuk menerbitkan Merek Dagang ini, berdasarkan Peraturan Peraturan Republik Indonesia Nomor 38 tahun 2009 tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak di atur bahwa untuk pendaftaran merek hanya Rp 500.000,00 untuk UMKM, dan Rp.1.800.000 untuk non UMKM serta apabila sertifikat merek telah selesai maka pemohon membayar Rp100.000,00 untuk pengambilan sertifikat. Biaya pendaftaran merek sudah ekonomis Rp500.000,00 untuk UMKM dan Rp1.800.000,00 untuk non UMKM dibandingkan apabila pemilik merek dipalsukan atau disalahgunakan mereknya oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Kerugian yang mungkin akan ditanggung akan jauh melebihi jumlah tersebut karena

pemalsuan ataupun penyalahgunaan merek akan berkaitan dengan kelangsungan usaha yang dimilikinya (Thomas, Ellen, 2018)

Sejak kebijakan di atas diterapkan di Kementerian Hukum dan HAM, dalam menerbitkan usaha merek dagang memakan waktu yang cukup lama, dan itulah alasan para pedagang menjadi malas dalam mengurus merek dagang mereka, padahal merek dagang ini sangat di perlukan dalam membuka usaha, agar produk mereka tidak bisa sembarangan di tiru sama pedagang lain, walaupun mereka membuat produk yang sama tetapi merek yang berbeda.

II. Tinjauan Pustaka

Menurut Zeithaml dkk (1990) ada dimensi yang menentukan kualitas pelayanan publik. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan dimaksud secara teoritis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Tangible* (terlihat/terwujud). Indikator yang dapat dikemukakan pada dimensi ini adalah: Penampilan fisik saat melakukan pelayanan, ketersediaan sarana dan prasarana, peralatan kedisiplinan pegawai/personil, kemudahan

memproleh atau melakukan komunikasi dan informasi;

2. *Reliability* (kehandalan). Indikator yang dapat dikemukakan pada dimensi ini adalah kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan, ketetapan/keakuratan metode pelayanan, kemampuan mengoperasikan berbagai peralatan dalam pelayanan, dan kemampuan pegawai dalam memberikan solusi terhadap masalah pelayanan yang dihadapi;

3. *Responsivennes* (responsive). Indikator dalam dimensi ini adalah ketanggapan pegawai terhadap berbagai masalah masyarakat dalam pelayanan izin mendirikan bangunan, kecepatan dalam menanggapi permasalahan yang dihadapi, kecepatan dalam memproses pelayanan izin mendirikan bangunan;

4. *Assurance*. Indikator-indikator dalam dimensi ini adalah keterbukaan prosedur pelayanan, kepastian waktu dan biaya pelayanan, pengetahuan dan kesopanan karyawan, dan kemampuan mereka untuk

menyampaikan kepercayaan dan keyakinan; dagang melalui wawancara langsung.

5. *Empati*. Indikator dalam dimensi ini adalah perhatian terhadap masalah yang dihadapi masyarakat dalam pelayanan izin mendirikan bangunan, keinginan pegawai untuk mengetahui (adanya perhatian) permasalahan dalam izin mendirikan bangunan. Penelitian ini akan difokuskan pada kualitas pelayanan publik khususnya kepada para konsumen yang mau membuat merek dagang di Kalimantan Selatan.
- (Hardiyansyah, 2018:192).

III. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian diskriptif yang dimaksudkan adalah untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti, menginterpretasikan serta menjelaskan data secara sistematis untuk memberi gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti yaitu tentang kualitas pelayanan publik dalam penerbitan merek dagang di Kantor Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Selatan. Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari para pedagang yang membuat izin usaha

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari Kantor Kementerian Hukum dan HAM dan data-data pendukung lainnya yang didapatkan melalui bahan bacaan, bahan pustaka, dan laporan-laporan penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

Penelitian ini akan difokuskan pada kualitas pelayanan publik khususnya kepada para konsumen yang mau membuat merek dagang di Kalimantan Selatan.

IV. Hasil dan Pembahasan

Kualitas Pelayanan adalah kegiatan pemberian pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sesuai dengan standar yang telah ditentukan guna memenuhi harapan, keinginan, dan nilai-nilai dalam masyarakat guna mencapai kepuasan pada masyarakat. Analisis Kualitas Pelayanan di Kalimantan Selatan berdasarkan hasil penelitian dianalisis sebagai berikut :

1. Dimensi *Tangible*

Dimensi *Tangible* (bukti fisik) adalah kemampuan kantor Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan

Selatan dalam menunjang performa terlihat bahwa pemberi pelayanan indikator yang diukur dalam dimensi secara terampil dan teliti, dikarena tangibel yaitu penilaian penampilan petugas pelayanan permohonan pegawai pada penelitian ini termasuk pembuatan merek dagang telah dalam kategori baik, hal ini melakukan pelatihan guna memberikan ditunjukkan dengan penampilan pelayanan.

pegawai pelayanan di Kantor Pelayan pada dimensi Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Selatan yang sudah *responsiveness* dari data kuesioner, berpenampilan rapih dan menggunakan hasil wawancara dengan semua baju sesuai dengan ketentuan yang responden dan data pada tabel diatas ditetapkan. dapat dinyatakan bahwa pelayanan

2. Dimensi *Reliability*

Dimensi *Reliability* merupakan ini tentunya tidak terlepas dari kemampuan perusahaan/kantor untuk indikator pada dimensi ini. Dalam memberikan pelayanan sesuai yang penelitian ini, diketahui bahwa daya dijanjikan secara akurat dan terpercaya. tanggap dalam menyelesaikan keluhan Dalam penelitian ini didapat bahwa termasuk dalam kategori baik hal ini keahlian dan kemampuan petugas dikarenakan tanggapnya respon yang pelayanan dalam kategori baik hal ini diberikan terhadap keluhan pemohon dapat dilihat melalui indikator pelayanan oleh petugas sudah tanggap penilaian dari ketelitian pemeriksaan dan tidak berbelit-belit, prosedur yang baik, kecermatan dalam pelayanan yang jelas, pemberian pelayanan yang baik karena adanya informasi yang diberikan oleh petugas pembagian tugas sesuai dengan bidang telah baik dengan menggunakan bahasa masing-masing, kejelasan standar yang mudah dipahami oleh pemohon pelayanan yang telah baik, jadwal layanan, pemberian informasi yang pelayanan baik dan telah tepat, sesuai dengan standar yang telah kemampuan menggunakan komputer ditentukan. dalam administrasi yang sudah baik.

3. Dimensi *Responsiveness*

Pelayanan pada dimensi *responsiveness* dari data kuesioner, hasil wawancara dengan semua responden dan data pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa pelayanan pada dimensi *responsiveness* baik, hal ini tentunya tidak terlepas dari indikator pada dimensi ini. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa daya tanggap dalam menyelesaikan keluhan termasuk dalam kategori baik hal ini dikarenakan tanggapnya respon yang diberikan terhadap keluhan pemohon pelayanan oleh petugas sudah tanggap dan tidak berbelit-belit, prosedur pelayanan yang jelas, pemberian informasi yang diberikan oleh petugas telah baik dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pemohon layanan, pemberian informasi yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

4. Dimensi *Assurance*

Dimensi *Assurance* dari data kuesioner dan hasil wawancara dengan semua responden data pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa pelayanan pada dimensi *assurance* baik, hal ini tentunya tidak terlepas dari penilaian indikator dimensi *assurance*. Pada penelitian ini didapat bahwa petugas telah tepat waktu dalam menjalankan pelayanan, lalu biaya yang terjamin dalam pelayanan serta terjaminannya legalitas pelayanan dan petugas pemberi layanan yang telah sopan dan santun dalam memberikan pelayanan kepada pemohon layanan sesuai norma yang berlaku.

5. Dimensi *Empathy*

Empathy adalah kemampuan petugas dalam membina hubungan, perhatian dan memahami kebutuhan pelanggan. Dari data hasil kuesioner, hasil wawancara dengan semua responden maka data pada tabel diatas dapat dinyatakan bahwa pelayanan pada dimensi *Empathy* di Kantor

Kementrian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Selatan baik. Hal ini tentunya tidak terlepas dari penilaian indikator. Pada penelitian ini dapat dinilai melalui penilaian penghargaan pemohon yang telah termasuk dalam

kategori baik dan dalam melakukan pelayanan petugas tidak membedakan pemohon yang akan dilayani hal ini dibuktikan dengan tidak ada pemohon yang dikhususkan untuk mendapatkan pelayanan. Pemohon layanan akan mendapatkan pelayanan apabila telah melakukan hal sesuai prosedur pelayanan yang telah ditetapkan.

Pada data hasil tabel kuesioner diatas dapat dilihat bahwa penilaian masing-masing dimensi kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pembuatan merek dagang di Kantor Kementrian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Selatan secara keseluruhan berdasarkan dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* adalah baik.

V. Penutup

1. Kesimpulan

Kualitas pelayanan publik dalam penerbitan merek dagang di Kantor Kementrian Hukum dan HAM Wilayah Kalimantan Selatan sudah dikatakan efektif dan kategori baik, hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator-indikator penunjang pelayanan publik

yaitu: (a) *Tangible* (Bukti fisik), diberikan oleh petugas telah baik penampilan sarana dan prasarana fisik dengan menggunakan bahasa yang kantor Kementerian Hukum dan HAM mudah dipahami oleh pemohon Wilayah Kalimantan Selatan dan layanan, pemberian informasi yang lingkungan dalam menunjang performa sesuai dengan standar yang telah pelayanan yang diberikan kepada ditentukan. (d) *Assurance* (Jaminan), pemohon/ responden pembuatan merek kualitas pelayanan pada dimensi dagang sudah baik dan berdasarkan *Assurance* dinyatakan berada pada tanggapan responden berada pada kategori baik, karena petugas telah kategori baik. (b) *Realibility* tepat waktu dalam menjalankan (Kehandalan/kemampuan), untuk pelayanan, lalu biaya yang terjamin dimensi kemampuan (*reliability*) untuk dalam pelayanan serta terjaminannya melaksanakan pelayanan pembuatan legalitas pelayanan dan petugas merek dagang di Kementerian Hukum berprilaku yang sopan dan santun dan HAM Wilayah Kalimantan Selatan dalam memberikan pelayanan kepada menunjukkan sudah baik hal ini pemohon. (e) *Empathy* (Empati), berdasarkan hasil kuesioner dan kualitas pelayanan pada dimensi wawancara dengan responden *Empathy* dinyatakan berada pada menunjukkan bahwa dimensi kategori baik sesuai dengan hasil kehandalan berada pada kategori baik. kuesioner dan wawancara dengan (c) *Responsiveness* (Daya Tanggap), responden, hal ini sesuai dengan daya tanggap (*Responsiveness*) di keramahan dan kesabaran yang kantor Kementerian Hukum dan HAM diberikan oleh petugas terhadap Wilayah Kalimantan Selatan dalam pemohon. Petugas dalam melakukan menyelesaikan keluhan termasuk pelayanan tidak membeda-bedakan dalam kategori baik hal ini dikarenakan pemohon yang akan dilayani hal ini tanggapnya respon yang diberikan dibuktikan dengan tidak ada pemohon terhadap keluhan pemohon pelayanan yang dikhususkan untuk mendapatkan oleh petugas sudah tanggap dan tidak pelayanan. Pemohon layanan akan berbelit-belit, prosedur pelayanan yang mendapatkan pelayanan apabila telah jelas, pemberian informasi yang

melakukan hal sesuai prosedur pelayanan yang telah ditetapkan.

2. Saran

Dengan adanya penelitian ini diharapkan kantor Kementerian Hukum dan HAM wilayah Kalimantan Selatan lebih memperhatikan kualitas pelayanan terhadap masyarakat yang ingin mengajukan permohonan pembuatan merek dagang. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain yaitu (1) Memperbaiki kinerja pelayanan dengan memaksimalkan fungsi evaluasi dan pengawasan standar pelayanan, penyediaan sarana dan prasarana yang lebih baik lagi untuk kenyamanan masyarakat yang mengajukan permohonan merek dagang. (2) Mempercepat proses dalam mengeluarkan sertifikat merek dagang. (3) Menetapkan kepastian waktu terbitnya sertifikat yang diajukan oleh pemohon. (4) Penyediaan layanan khusus untuk menampung segala pertanyaan dan keluhan masyarakat terkait dengan permohonan merek dagang yang waktunya tidak bisa dipastikan kapan terbitnya sertifikat merek dagang.

Referensi

Arief, Muhammad. 2011. "Kualitas Pelayanan Publik di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makasar" *Jurnal Academica Fisip Untad Vol 3*. DJKI, 2016. "Alur Proses Mendaftarkan Merek Dagang". Kemenkumham: Jakarta.

(<https://jakarta.kemenkumham.go.id/alur-prosedur-pelayanan-2/alur-proses-permohonan-pendaftaran-merek-berdasarkan-uu-no-20-tahun-2016>.)

Dr. Ir. Pragiwani, Meita, dkk. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Citra Intansi Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Administrasi Hukum Umum Cikini Jakarta (KEMENKUMHAM)" *Jurnal Ekonomi Indonesia*

Elen, Thomas, dkk. 2018. "Pelayanan Pendaftaran Merek Dagang di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kalimantan Timur" *Jurnal Administrasi Negara Volume 6*. Hardiyansyah, 2018. "Kualitas Pelayanan Publik" Yogyakarta: Gava Media.

Kamus Besar Bahasa Indonesia
<http://kamusbahasaindonesia.org/pelayanan>

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual. 2020. "Merek dan Indikasi Geografis". Jakarta.

(<https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur>).

Kuswati, Ratna Esa. 2017. *Kualitas Pelayanan Publik di Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi : Universitas Negeri Yogyakarta (https://eprints.uny.ac.id/56050/1/29.SKRIPSI%20FULL_RATNA%20ESA%20KUSWATI_12402241050.pdf)

Lapolalan Yunus Marlon, 2021.” Hak Cipta Logo Yang Didaftarkan Sebagai Merek” *Jurnal Ilmu Hukum Volume 01 No 01.*

Lesmana Chandra Wira, 2015.” Kualitas Pelayanan Publik Dalam Pembuatan Surat Izin Tempat Usaha (SITU) di Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Bondowoso”*Skripsi Administrasi Publik*

Lobo Lionita Putri, 2021 “Kedudukan Istimewa Merek Terkenal (Asing) Dalam Hukum Merek Indonesia”*Jurnal Hukum.*

Mahardika Yohanes Adi Putra,(2019)”Analisis Permohonan Pendaftaran Merek Secara Internasional Bagi UMKM Setelah Diterbitkan Peraturan Prisiden No.92 Tahun 2017 Tentang Ratifikasi Protokol Madrid”. *Jurnal of Intellectual Property Volume 2.*
Miru Ahmadi, 2007” *Hukum Merek*” Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Mulyana Deddy,2020”*Metode Penelitian Kualitatif*” Bandung PT Remaja Rosdakarya

Rahayu Sri Walny,2018.” Perlindungan Pemilik Merek Dagang yang Terdaftar Dikaitkan Dengan Tanggung Jawab Pelayanan Publik Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual”*Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

Sandiasa Gede, 2018.” Reformasi Administrasi dan Birokrasi Pemerintahan Daerah Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Publik

di Daerah”*Jurnal Administrasi Publik Volume 3 No 01.*

Svinarky Irene, 2018 ” Efektivitas Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis terhadap Daftar Merek Usaha Dagang Industri Kecil dan Menengah” *Jurnal Ilmu Hukum Volume 7 No 01.*

Wahyuni Hana Catur, 2015 “*Pengendalian Kualitas* “ Yogyakarta Graha Ilmu

