



**URGENSI PENDAFTARAN MEREK KOLEKTIF  
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SENTRA  
INDUSTRI TAHU RANDUDONGKAL DI  
KABUPATEN PEMALANG**

**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum**

**Oleh**

**Muhammad Arsyadu Shiyam**

**8111416231**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2020**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang”; disusun oleh Muhammad Arsyadu Shiyam (NIM. 8111416231), telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang,

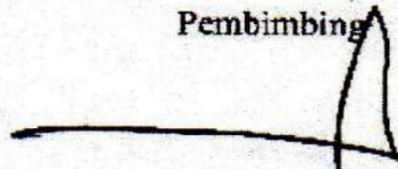
pada :

Hari :

Tanggal :

Menyetujui,

Pembimbing



Waspiah, S.II., M.H.  
NIP. 198104112009122002

Mengetahui,

Wakil Dekan Bidang Akademik

Fakultas Hukum UNNES



Prof. Dr. Martitah, M.Hum.  
NIP. 196205171986091001

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Tahu Randudongkal di Kabupaten Pemalang**”, disusun oleh Muhammad Arsyadu Shiyam (NIM. 8111416231), telah dipertahankan di hadapan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 14 April 2020

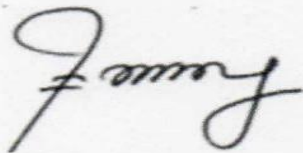
Penguji Utama,



**Dr. Dewi Sulistianingsih, S.H., M.H.**

NIP. 198001212005012001

Penguji I,



**Rindia Fanny K., S.H., M.H.**

NIP. 198502182009122006

Penguji II,



**Waspiah, S.H., M.H.**

NIP. 198104112009122002

Mengetahui,



**Dekan Fakultas Hukum**

**Dr. Rodiyah, S.Pd., S.H., M.Si.**

NIP. 197206192000032001

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Arsyadu Shiyam

NIM : 8111416231

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang”** adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari diketahui adanya plagiasi maka saya siap mempertanggungjawabkan secara hukum.

Semarang, 5 Mei 2020

Yang menyatakan,



**Muhammad Arsyadu Shiyam**

NIM. 8111416231

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Negeri Semarang, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Arsyadu Shiyam

NIM : 8111416231

Program Studi : Ilmu Hukum (S1)

Fakultas : Hukum

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Semarang **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul :

**“Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang”**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Negeri Semarang berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan demi pemilik Hak Cipta. Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 5 Mei 2020

Yang menyatakan,



**Muhammad Arsyadu Shiyam**  
NIM. 8111416231

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Kepemimpinanmu akan dipertanggungjawabkan. Jabatan, harta kekayaan semua akan ditinggalkan. Kematian itu pasti dan akan menjadi pemutus segala kenikmatan keduniawianmu. Karena bekal yang dibutuhkan untuk menempuh perjalanan ke negeri akhirat hanyalah amal” **(Penulis)**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Imam Mutaqin (Alm) dan Ibu Mulhimah, yang tidak ada henti-hentinya selalu memberikan motivasi, semangat, doa dan nasehat kepada anaknya
2. Kedua adik saya Muhammad Badzlan Mafazi dan Zulfina Riyadloh dan seluruh teman-teman yang selalu mendukung dan memberi motivasi
3. Almamater Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul **“Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang”**, dapat terselesaikan.

Penyelesaian skripsi ini bertujuan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Penyelesaian penelitian hingga tersusunnya skripsi ini atas bantuan dari berbagai pihak, sehingga dengan rendah hati penulis sampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Fatkhur Rokhman, M.Hum. selaku Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Rodiyah, S.Pd., S.H., M.Si. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
3. Sonny Sptoajie Wicaksono, S.H., M.H. selaku Dosen Wali selama proses perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
4. Waspiah, S.H., M.H. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, bantuan, dan saran serta senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing berbagi ilmu dengan penuh kesabaran.
5. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Terima kasih atas semua ilmu yang bapak/ibu dosen berikan selama ini, semoga ilmu itu dapat menjadi batu loncatan untuk menuju kesuksesan bagi penulis
6. Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Provinsi Jawa Tengah serta Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian dan

Perdagangan Kabupaten Pemalang yang telah berkenan untuk menerima saya untuk melakukan penelitian dan ikut serta menyukseskan penulisan skripsi ini.

7. Kedua orang tua, Bapak Imam Mutaqin (Alm) dan Ibu Mulhimah yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa, serta telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi perjalanan hidup penulis. Tiada kata dan apapun yang mampu membalas semua jasa beliau, hanya doa yang selalu penulis panjatkan untuk kebahagiaan beliau.
8. Meylinda Ariskiana yang selalu memberikan dukungan baik secara lahir maupun batin serta motivasi dan semangat selama ini, semoga dimudahkan jalan kita untuk meraih kesuksesan bersama
9. Bapak Ari Yudianto dan Ibu Tasrinah yang senantiasa memberikan nasehat, dukungan, dan motivasi. Terimakasih selama ini telah menjadi orang tua kedua bagi penulis.
10. Keluarga baru ku selama menempuh perkuliahan (Nabil, Jihad, Topik, Anjar, dan lain-lain) yang telah senantiasa membantu dan memberikan doa, semangat, dukungan kepada penulis.
11. Teman-teman D'Kontrakan (Topik, Tegar, Nabil, Three) yang selama 2 tahun hidup bersama, terima kasih telah menjadi bagian penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
12. Seluruh teman-temanku di kampus Universitas Negeri Semarang terkhusus rekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2016 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.



tahun 2016 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berkenan memberikan segala bantuannya, semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis senantiasa diberikan balasan oleh Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha.Penyayang.

14. Almamater Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

Semarang, 5 Mei 2020

Penulis



**Muhammad Arsyadu Shiyam**

## ABSTRAK

**Shiyam, Muhammad Arsyadu.** 2020. *“Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang”* Skripsi. Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Waspiyah.,SH. M.H.

**Kata Kunci: Urgensi; Merek Kolektif; UMKM**

Pemalang merupakan daerah yang memiliki sentra khusus industri tahu. Namun sangat disayangkan para pelaku UMKM belum mengetahui urgensi pendaftaran merek guna mendapatkan perlindungan hukum Kekayaan Intelektual. Pelaku UMKM yang belum mendaftarkan mereknya memiliki alternatif lain untuk melindungi merek tahu randudongkal yaitu dengan menggunakan merek kolektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa mengenai : 1). Urgensi pendaftaran merek kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis 2). perlindungan hukum merek kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Empiris dengan pendekatan penelitian Kualitatif. Sumber data penelitian berasal dari data primer yaitu wawancara dan observasi dan data sekunder yaitu studi kepustakaan. Untuk memeriksa objektivitas dan keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi dan validitas data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif masih sangat rendah. Mereka belum memahami pentingnya pendaftaran merek terutama merek kolektif. Padahal apabila pelaku UMKM ingin memperoleh perlindungan hukum, maka merek tersebut harus didaftarkan terlebih dahulu. Perlindungan hukum itu sendiri baru didapatkan apabila merek tersebut sudah didaftarkan. Peran pemerintah daerah Kabupaten Pemalang dalam hal ini adalah Diskoperindag mengenai Merek Kolektif masih sangat diperlukan. Perlu adanya sosialisasi dan penyuluhan agar pelaku UMKM memahami pentingnya perlindungan hukum terhadap produknya.

Simpulan dari hasil penelitian ini adalah banyak pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek usahanya. Sedangkan perlindungan hukum itu sendiri baru diperoleh setelah merek terdaftar. Sosialisasi pendaftaran merek kolektif sangat diperlukan. Hal tersebut dimaksudkan agar pelaku UMKM mengetahui dan menyadari urgensi pendaftaran merek kolektif guna mendapatkan perlindungan hukum atas merek itu sendiri. Saranya adalah untuk pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek hendaknya untuk mendaftarkan mereknya agar memperoleh perlindungan hukum. Kegiatan sosialisasi dan pendampingan terhadap pelaku UMKM dalam hal pendaftaran merek hendaknya ditambah sehingga dapat memberikan pemahaman akan pentingnya pendaftaran merek.

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Pembatasan Masalah .....	7
1.4. Rumusan Masalah .....	7
1.5. Tujuan Penelitian .....	8
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	16
2.3. Landasan Konseptual .....	17
2.3.1. Tinjauan Umum tentang Kekayaan Intelektual .....	17

2.3.2. Tinjauan Umum tentang Merek .....	20
2.3.3. Tinjauan Umum tentang Merek Kolektif.....	25
2.3.4. Tinjauan Umum tentang UMKM .....	20
2.3.5. Pengertian Urgensi .....	44
2.4. Kerangka Berfikir .....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	37
3.2 Jenis Penelitian .....	38
3.3 Fokus Penelitian .....	39
3.4 Lokasi Penelitian .....	39
3.5 Sumber Data .....	40
3.6 Teknik Pengambilan Data .....	43
3.7 Validitas Data .....	46
3.8 Analisis Data .....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	53
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
4.1.2 Pentingnya Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 .....	61
4.1.3 Upaya yang dilakukan oleh Paguyuban Sentra Industri Tahu Randudongkal dalam melindungi produksi tahunya .....	69

4.2	Pembahasan .....	74
4.2.1	Pentingnya Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 .....	74
4.2.2	Upaya yang dilakukan oleh Paguyuban Sentra Industri Tahu Randudongkal dalam melindungi produksi tahunya .....	95
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Simpulan .....	100
5.2	Saran .....	101
	<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>102</b>
	<b>Lampiran .....</b>	<b>105</b>

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu sistem yang sekarang ini berkembang pada setiap tata kehidupan di era globalisasi dan era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kekayaan Intelektual memang sudah menjadi konsep lama bagi sebagian negara maju, tetapi hal ini masih menjadi hal yang belum diperhatikan untuk beberapa negara berkembang. Namun demikian perkembangan Kekayaan Intelektual semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju. Manusia di era sekarang ini memiliki perkembangan berfikir yang sangat pesat. Kekayaan Intelektual disingkat dengan KI yang merupakan terjemahan dari *Intellectual Property Rights* atau yang disingkat dengan IPR dapat kita artikan sebagai hak atas kekayaan yang timbul karena kemampuan intelektual manusia (Krisnawati dkk,2005:12).

Penggolongan Kekayaan Intelektual tersebut, jika dihubungkan dengan persaingan pasar bebas, salah satu jenis Kekayaan Intelektual yang sangat dibutuhkan dan sangat menentukan adalah Merek. Merek itu sendiri adalah hasil pemikiran atau pandangan manusia yang dapat berupa penemuan, maka dari itu dapat diartikan bahwa merek merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual yang dapat menembuh batas antar negara (Winata,1997:6).

Merek merupakan definisi hukum yang memberikan upaya pemulihan jika suatu tanda perdagangan digunakan oleh pihak yang tidak memiliki kewenangan untuk itu. Merek pada dasarnya adalah tanda untuk mengidentifikasi dan

membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lain (Fathanudien,2016:27). Merek itu sendiri yang merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual sangat mendasar peranya dalam perdagangan barang ataupun jasa, baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Selain memiliki fungsi sebagai pembeda terhadap barang atau jasa, merek juga digunakan sebagai penjamin kualitas suatu barang berdasarkan merek itu sendiri. Dalam hal lain merek dalam perdagangan juga mempunyai fungsi ganda yaitu sebagai alat kompetensi dan alat monopoli (Meilala,1993:90). Merek juga sebagai alat kegiatan promosi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan barang atau jasa, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Karena merek dapat mewakili *image* serta kualitas barang yang diproduksi oleh pengusaha (Lindsey,2002:131).

Pendaftaran suatu merek di Indonesia menganut sistem *Stelsel Konstitutif*, yaitu pihak yang mendaftarkan suatu merek terlebih dahulu adalah satu-satunya pihak yang berhak atas merek tersebut dan pihak ketiga harus menghormati hak pendaftar merek sebagai hak mutlak dalam pendaftaran suatu merek (Khoironi,2013:132). Tujuan pemakaian merek adalah untuk memberikan pertanggungjawaban pihak produsen atas mutu atau kualitas barang yang diperdagangkan. Suatu merek pada gilirannya memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk dan dapat melindungi baik konsumen maupun produsen dari kompetitor yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik (Aaker,1997:9). Dari apa yang dipahami dari uraian diatas, merek memiliki andil sebagai alat pembeda suatu produk atau identitas produk bagi konsumen untuk mengenali identitas, sumber, asal-usul barang maupun bagi para merek yang menggunakan merek sebagai sarana bagi perusahaan untuk mempertahankan

reputasinya dimata konsumen. Mengenai merek telah diuraikan oleh Arthur R Miller dan Michael H Davis “*The trademark function not to distinguish on the basis of the attributing to the product qualities of consumer preference based on advertising, it is value to the owner is essentially good will*”(Arthur R Miller dan Michael Davis,1990:131). Sehingga merek dapat menjadi sebagai penjamin mutu pada suatu barang atau produk serta dapat menjadi media pengenalan atau promosi kepada publik.

Budaya perdagangan bebas seperti sekarang ini, peranan merek menjadi sangat vital terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Sehingga dibutuhkan perlindungan dari segi hukum. Merek akan mendapat perlindungan dari segi hukum apabila merek tersebut terdaftar pada Dirjen Kekayaan Intelektual. Merek kolektif juga perlu mendapatkan perlindungan hukum, terutama dalam hal ini bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Kebijakan yang dapat dilakukan adalah memberikan fasilitasi untuk membentuk Merek Kolektif (Zakariya,2016:2). Merek Kolektif merupakan merek yang digunakan pada barang 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. Pada era perdagangan bebas seperti saat ini, penggunaan merek sangat diperlukan “*In the era of free trade now is the use of the brand s indispensable. In markets with monopolistic competition, competing firms might create their own niches by differentiating their largely homogenous products. Creating an attractive collective brand is a tool for achieving this. By building an attractive collective brand, the seller can obtain a*



*higher income and lower costs. A strong collective brand can be a powerful tool with which a firm can earn higher profits, enter new markets, and create monopoly-like conditions in existing markets. In markets with monopolistic competition, competing firms might create their own niches by differentiating their largely homogenous products. Creating an attractive collective brand is a tool for achieving this. By building an attractive collective brand, the seller can obtain a higher income and lower costs. A strong collective brand can be a powerful tool with which a firm can earn higher profits, enter new markets, and create monopoly-like conditions in existing market” (Borg & Gratzner, 2013:30).*

Berdasarkan yang dikemukakan diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya dengan membangun merek kolektif yang menarik, produsen akan semakin terbantu dalam hal mengenalkan produknya kepada konsumen dengan ciri khas yang mereka miliki.

Kecamatan Randudongkal, Kabupaten Pemalang tepatnya di Desa Randudongkal, terdapat sentra produksi tahu yang sangat terkenal dan sering dijadikan sebagai oleh-oleh bagi wisatawan yang datang ke Pemalang atau wisatawan dengan tujuan kota lain di sekitar Pemalang. Pengusaha tahu di Desa Randudongkal kurang lebih berjumlah 20 pengusaha baik kecil maupun menengah, sehingga hampir seluruh warga Dukuh Parud berprofesi sebagai pembuat tahu. Dukuh Parud sendiri terletak di jalan lintas kabupaten antara Kabupaten Pemalang menuju Purbalingga maupun dari Pemalang menuju Tegal. Sehingga dengan demikian wilayah sentra produksi tahu di Dukuh Parud Kecamatan randudongkal ini sangat strategis. Hal ini dapat dengan mudah kita jumpai di sepanjang gang menuju Dukuh Parud yang hampir semua rumah disitu

adalah rumah para pembuat tahu sekaligus dijadikan sebagai tempat produksi tahu itu sendiri. Namun sangat disayangkan, para pelaku usaha belum mengetahui pentingnya perlindungan hukum Kekayaan Intelektual merek dan kesadaran mereka akan hal tersebut masih sangat rendah. Hal ini bisa dilihat dari para pelaku usaha dimana di sentra produksi tahu tersebut mayoritas adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah yang belum banyak mendaftarkan mereknya di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Berkaitan dengan hal itu, pendaftaran merek juga berkaitan erat dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *World Intellectual Property Rights* (WIPO) berpendapat bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas produk (Sardjono,2013:497).

Dibalik terkenalnya tahu randudongkal dimana rasanya yang memiliki ciri khas dan berbeda dengan tahu produksi dari daerah lain, sangat disayangkan karena para pelaku usaha belum mengetahui arti pentingnya perlindungan hukum Kekayaan Intelektual khususnya merek terhadap produk tahu mereka. Pemahaman akan arti pentingnya perlindungan hukum merek masih sangat rendah. Sebagian pelaku usaha tahu belum mengetahui dan memahami arti pentingnya perlindungan merek demi kepastian hukum dan persaingan usaha yang sehat. Rendahnya tingkat kesadaran hukum pelaku usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu masalah ekonomi, tingkat pendidikan sampai dengan budaya hukum yang selama ini kurang diperhatikan oleh para pelaku usaha yang bersangkutan. Hal ini memberikan bukti bahwa undang-undang merek belum berlaku secara efektif di kabupaten Pematang Jaya, khususnya di Kecamatan Randudongkal. Banyak dari pelaku usaha yang belum mendaftarkan merek ke Direktorat Jenderal

Kekayaan Intelektual. Maka sebagai salah satu sarana yang efektif untuk melindungi merek tahu randudongkal yaitu dengan menggunakan merek kolektif, mengingat banyaknya produsen tahu sehingga lebih efektif untuk menghindari persaingan usaha di antara pelaku usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul :

**URGENSI PENDAFTARAN MEREK KOLEKTIF USAHA MIKRO  
KECIL DAN MENENGAH SENTRA INDUSTRI TAHU  
RANDUDONGKAL DI KABUPATEN PEMALANG**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Penelitian ini mengangkat dan mendeskripsikan tentang Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang, maka muncul masalah-masalah teridentifikasi, diantaranya yaitu:

1. Minimnya pengetahuan dan pemahaman pentingnya pendaftaran Merek Kolektif bagi Pelaku usaha mikro kecil dan menengah, dan masyarakat secara umum;
2. Rendahnya tingkat pendidikan pelaku usaha mikro kecil dan menengah sehingga belum sadar akan pentingnya pendaftaran terhadap merek usaha mereka;
3. Kurangnya penyuluhan dan sosialisasi mengenai pendaftaran merek kolektif terhadap produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah;
4. Masyarakat yang kurang begitu mengenal dan memahami akan pentingnya suatu perlindungan hukum terhadap suatu produk yang mereka ciptakan;

5. Kesulitan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mendaftarkan merek produk usahanya.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dimaksudkan agar penelitian terfokus pada permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini saja serta mempersempit ruang lingkup permasalahan yang akan dikaji lebih lanjut. Pembatasan masalah tersebut antara lain:

1. Pentingnya pendaftaran merek kolektif bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah;
2. Kurangnya kesadaran Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah untuk mendaftarkan merek terhadap produk usahanya;
3. Minimnya pengetahuan dan pemahaman perlindungan hukum Merek Kolektif bagi Pelaku usaha mikro kecil dan menengah, dan masyarakat secara umum;
4. Perlindungan hukum merek kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang belum didaftarkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis;

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Pembatasan masalah diatas maka rumusan masalah skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apa pentingnya pendaftaran merek kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis ?

2. Apa upaya yang dilakukan oleh Paguyuban Sentra Industri Tahu Randudongkal dalam melindungi produksi tahunya ?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa urgensi pendaftaran merek kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa upaya yang dilakukan oleh Paguyuban Sentra Industri Tahu Randudongkal dalam melindungi produksi tahunya.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis antara lain sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

- a. Sebagai media dalam pembelajaran sehingga dapat menunjang kemampuan individu mahasiswa dalam kehidupan masyarakat, berbangsa dan bernegara;
- b. Untuk memberikan sumber pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan hukum merek kolektif pada umumnya dan hukum merek kolektif pada khususnya;
- c. Sebagai landasan untuk penelitian lebih lanjut bagi mereka yang tertarik untuk mengkaji mengenai Kekayaan Intelektual khususnya mengenai Merek Kolektif.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

a. Bagi Peneliti

Penulis dapat menemukan berbagai persoalan mengenai perlindungan hukum merek kolektif bagi usaha mikro kecil dan menengah.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan pandangan dan ilmu pengetahuan terhadap masyarakat khususnya pelaku UMKM mengenai pentingnya pendaftaran merek kolektif atas sebuah produk.

c. Bagi Pemerintah

Dijadikan bahan masukan untuk pemerintah dalam upaya pendaftaran permohonan merek kolektif atas sebuah produk usaha mikro kecil dan menengah.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tinjauan pustaka yang terdiri dari : (1) Penelitian Terdahulu, (2) Landasan Teori dan (3) Landasan Konseptual.

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Kajiiian dan penelitian mengenai Kekayaan Intelektual telah banyak dituangkan ke dalam beberapa buku, tulisan, serta penelitan-penelitian lain. Sehingga untuk menjaga orisinalitas tulisan yang telah dibuat oleh Penulis dan unuk mengetahui posisi penyusun dalam melakukan penelitian ini, maka penulis perlu memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang ada kaitannya atau relevansinya dengan masalah pada tulisan yang akan menjadi objek penelitian untuk menghindari terjadinya kesamaan dalam pembahasan dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, yang didalamnya membahas mengenai hal-hal yang terkait dengan perlindungan hukum terhadap merek kolektif. Dalam hal ini, penelitian lain hanya akan penulis paparkan inti dari penelitiannya saja, sehingga pada akhirnya akan diketahui bahwa penulisan ini memiliki hasil akhir yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Berdasarkan hasil dari penelusuran yang dilakukan ditemukan beberapa tulisan atau hasil penelitian yang berkaitan dengan topik Perlindungan hukum terhadap merek kolektif tetapi memiliki substansi yang berbeda antara lain, sebagai berikut :

Tabel 2.1  
 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil	Keterangan	Perbedaan
1	Mastur,S H	Merek Kolektif sebagai Upaya Perlindungan Merek Bersama untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (studi merek genteng sokka kabupaten kebumen )	Hasil penelitian menunjukkan merek kolektif dapat dijadikan alternatif perlindungan hukum merek genteng sokka kebumen. Meskipun kebumen sebagai sentra industri mencapai ratusan tetapi belum banyak yang mendaftarkan di Ditjen KI. Tetapi dalam hal ini pemerintah mendukung penggunaan	Bentuk karya Tesis: terbit tahun 2008. Universitas Diponegoro	Rumusan masalah skripsi Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang akan menuju atau menyasar bagaimana urgensi atau pentingnya pendaftaran merek kolektif tersebut bagi pemegang merek itu sendiri, sehingga nantinya diharapkan dengan adanya pembahasan mengenai pentingnya



			<p>merek kolektif sebagai alternatif perlindungan merek genteng sokka. Dukungan tersebut diwujudkan dengan adanya sosialisasi-sosialisasi tentang pentingnya perlindungan hukum. Karena pemerintah daerah menyadari peran penting genteng sokka sebagai penyokong perekonomian di kebumen.</p>		<p>pendaftaran merek kolektif maka dapat meningkatkan kesadaran bagi masyarakat atau pemerintah terkait.</p>
--	--	--	--	--	--

2	Sekar Anggun Gading Pinilih	Merek Kolektif sebagai sarana perlindungan merek (studi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan sarung goyor di kabupaten Pematang).	Merek Kolektif dapat dijadikan saran untuk melindungi merek pelaku UKM Kerajinan Sarung Goyor di Kabupaten Pematang. Meskipun jumlah pengrajin sarung goyor mencapai ratusan, namun dalam faktanya banyak para pelaku usaha yang tidak mendaftarkan mereknya ke Ditjen KI sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001	Bentuk karya Tesis: Terbit tahun 2012. Universitas Diponegoro	Rumusan masalah skripsi Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pematang akan menuju atau menyoar bagaimana urgensi atau pentingnya pendaftaran merek kolektif tersebut bagi pemegang merek itu sendiri, sehingga nantinya diharapkan dengan adanya pembahasan mengenai pentingnya pendaftaran merek kolektif maka dapat meningkatkan
---	-----------------------------	--	--	---	--

			tentang Merek.		kesadaran bagi masyarakat atau pemerintah terkait.
3	Elke Rinjani Gita Cahyani	Batik Grobogan dalam Perlindungan Merek Kolektif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Desa Putat Kabupaten Grobogan)	Upaya Pemerintah Daerah Grobogan dalam melindungi batik Grobogan melalui pendaftaran Merek Kolektif belum berjalan efektif. Kepemilikan hak atas Merek Kolektif dipegang oleh seluruh anggota kelompok yang mendaftarkan dan namanya tertulis dalam sertifikat	Bentuk karya Skripsi: Terbit tahun 2019. Universitas Negeri Semarang	Rumusan masalah skripsi Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang akan menuju atau menyasar bagaimana urgensi atau pentingnya pendaftaran merek kolektif tersebut bagi pemegang merek itu sendiri, sehingga nantinya diharapkan dengan adanya pembahasan mengenai pentingnya

			<p>Merek, secara hukum nama-nama tersebut memiliki kedudukan dan hak yang sama terhadap Merek Kolektif yang mereka daftarkan.</p>		<p>pendaftaran merek kolektif maka dapat meningkatkan kesadaran bagi masyarakat atau pemerintah terkait. Dijabarkan juga berbagai upaya yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM untuk melindungi mereknya sehingga pemerintah akan memahami apa yang menjadi kendala dalam pendaftaran Merek Kolektif.</p>
--	--	--	---	--	--

Sumber : Bahan Penelitian yang telah diolah

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Teori Hak Kepemilikan John Locke**

Konsep hak kepemilikan menurut John Locke adalah setiap manusia oleh karena kodratnya memiliki kebebasan dan hak untuk memiliki dan menggunakan segala yang disediakan oleh alam bagi dirinya dan melalui usaha kerja ia melegitimasi apa yang ada di alam secara umum menjadi milik pribadi. Setiap manusia memiliki hak yang sama untuk menjadikan kepemilikan bersama menjadi milik pribadi. Kesamaan hak ini memungkinkan adanya salah satu pihak yang tertutup kemungkinannya untuk memiliki suatu hak dikarenakan hak tersebut sudah dimiliki oleh pihak lain.

Pemikiran John Locke tentang hak kepemilikan ini sangat dipengaruhi oleh aliran Stoa. Aliran Stoa menganut hukum kodrat, dimana aturan-aturan keadilan diturunkan dari perintah yang terkandung dalam hukum kodrat. Adanya keadilan tersebut dimaksudkan agar mengarahkan manusia untuk menggunakan hak milik bersama untuk kepentingan dan demi kepentingan bersama dan menggunakan hak milik pribadi demi kepentingan pribadi masing-masing.

Konsep hak kepemilikan tersebut dapat menghadirkan sesuatu hak yang menjadi milik bersama menjadi milik pribadi sehingga tidak dapat diganggu oleh pihak lain. Kepemilikan bersama dalam hal ini adalah sesuatu hak yang belum dimiliki oleh pihak manapun sehingga hak tersebut masih bebas kepemilikannya dan menjadi milik semua pihak atau milik bersama.

## **2.3 Landasan Konseptual**

### **2.3.1 Tinjauan umum tentang Kekayaan Intelektual**

#### ***2.3.1.1 Perubahan nama dari Hak Kekayaan Intelektual menjadi Kekayaan Intelektual***

Kekayaan Intelektual (KI) adalah perubahan dari Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dimana sudah tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 44 Tahun 2015 tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Hal demikian berubah dikarenakan mengikuti institusi yang berperan dalam bidang kekayaan intelektual di negara-negara lain. Rata-rata institusi di negara-negara tersebut yang berperang dalam bidang kekayaan intelektual tidak ada kata “hak” dalam nama institusinya.

Penamaan dalam bidang ini telah dilakukan perubahan sebanyak 4 kali di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, yaitu Ditjen HCPM, Ditjen HaKI, Ditjen HKI dan Ditjen KI. Direktorat Jenderal Hak Cipta, Paten dan Merek (Ditjen HCPM) terbentuk atas dasar Keputusan Presiden Nomor 32 Tahun 1988 tentang pembentukan Direktorat Jenderal Hak Cipta, Paten dan Merek untuk mengambil alih fungsi dan tugas Direktorat Paten dan Hak Cipta. Lalu pada tahun 1998, atas dasar Keputusan Presiden Nomor 144 Ditjen HCPM diganti menjadi Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Ditjen HaKI). Kemudian atas dasar Keputusan Presiden Nomor 177 Tahun 2000 Ditjen HaKI berganti menjadi Ditjen HKI, dan akhirnya yang berlaku saat ini atas dasar Peraturan Presiden

Nomor 44 Tahun 2005, Ditjen HKI berubah menjadi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Sehingga kini istilah atau nama Kekayaan Intelektual telah sama penyebutannya dengan istilah di banyak negara.

### ***2.3.1.2 Kekayaan Intelektual***

Kekayaan Intelektual merupakan hak yang berasal dari kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang di ekspresikan dalam berbagai bentuk yang memiliki atau mempunyai manfaat dan berguna dalam kehidupan manusia, yang artinya bahwa Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu bentuk kekayaan bagi pemiliknya dan bagi kepemilikannya itulah seorang mendapat keuntungan. Sehingga dengan hasil karya yang diciptakan itu akan mempunyai peranan penting bagi ekonomi serta ilmu pengetahuan dan teknologi (Atsar,2018: 79).

Kekayaan Intelektual merupakan hak kebendaan yang dapat dikategorikan ke dalam benda tidak berwujud (benda *immateriil*). Dalam konteks hukum perdata, rumusan tentang hak kekayaan *immateriil* dijelaskan dalam pengertian benda yang diatur dalam Pasal 499 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Secara implisit menurut paham undang-undang yang dimaksud dengan benda ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik. Jika dihubungkan dengan Pasal 503 dan 504 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata), maka dapat dikategorikan ke dalam benda berwujud dan benda bergerak. Barang bergerak yang tidak berwujud memiliki sifat abstrak, karena barangnya memang tidak terlihat wujudnya, akan tetapi pemiliknya dapat merasakan manfaatnya (Supramono,2010:28).

Berdasarkan hal yang telah diuraikan diatas, dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa poros utama yang dilindungi pada Kekayaan Intelektual yaitu metode atau cara berpikir dari pencipta itu sendiri sehingga hak kebendaan yang menempel pada proses intelektual tersebut termasuk diantaranya adalah benda yang tidak berwujud. Hak yang turut dilindungi itu dapat dikatakan sebagai hak untuk mempertahankan kepemilikannya dan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan kepemilikannya tersebut, misalkan untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain atau kepemilikannya dapat dihargai.

Kekayaan Intelektual dapat digolongkan menjadi dua bagian menurut *World Intellectual Property Organization (WIPO)*: Hak Cipta (*Copyrights*) dan Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*). Hak Cipta (*Copyrights*) merupakan hak khusus bagi pencipta untuk menyebarluaskan, mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya sendiri pada bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra dengan atau bisa berbentuk buku, program komputer, ceramah, kuliah, pidato dan ciptaan lain yang serupa itu. Sedangkan Hak Kekayaan Industri (*Industrial Property Rights*) adalah hak yang memuat apapun tentang milik pengindustrian terkhusus yang memuat mengenai perlindungan hukum. Hak Kekayaan Industri itu sendiri terbagi atas Merek, Paten, Hak Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST), Rahasia Dagang dan Varietas Tanaman.



## 2.3.2 Tinjauan umum tentang Merek

### 2.3.2.1 Pengertian Merek

Merek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi kedua dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, memberikan pengertian mengenai Merek. Merek merupakan tanda yang dikenakan oleh pengusaha (pabrik, produsen dan lain sebagainya) pada barang-barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal, cap (tanda) yang menjadi pengenal untuk menyatakan nama dan sebagainya. Dalam tingkatan yang lebih dalam, merek adalah sebuah harapan yang dimunculkan oleh pemasar untuk memenuhi keinginan konsumen. (Susanto, 2004: 80).

Pengertian Merek menurut Undang-Undang diantaranya: Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992 dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 yang berbunyi: “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan berdagang”. Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 Pasal 1 ayat (1): “Merek adalah tanda yang berupa, gambar, nama, kata huruf angka-angka, susunan warna atau kombinasi, dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan”. Undang-Undang Merek No.20 Tahun 2016 Pasal 1 ayat (1) di mengatakan ”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/atas jasa.

Ahli dan beberapa sarjana juga mengemukakan pengertiannya mengenai merek, yaitu

- a. H.M.N. Purwo Satjipto, S.H. beliau mengemukakan bahwa “Merek adalah suatu tanda, dengan mana suatu benda tertentu dipribadikan, sehingga dapat dibedakan dengan benda lain yang sejenis” (Sutjipto,1984:82).
- b. Prof. R. Soekardono, S.H., mengatakan bahwasanya “Merek adalah tanda dengan mana dipribadikan sebuah barang tertentu, di mana perlu juga dipribadikan asalnya barang atau menjamin kualitasnya barang dengan perbandingan dengan barang-barang sejenis yang dibuat atau diperdagangkan oleh orang-orang atau badan-badan perusahaan lain” ( Soekardono,1983).
- c. Mr. Tirtaamidjaya yang mensitir pendapat Prof. Vollmar memberikan pengertian bahwa “suatu merek pabrik atau merek perniagaan adalah suatu tanda yang dibubuhkan di atas barang atau di atas bungkusnya, gunanya membedakan barang itu dengan barang-barang sejenis lainnya” (Tirtaamidjaya,1962:80).
- d. H. OK. Saidin, S.H., M.hum. menyimpulkan dari beberapa sarjana yang mendefinisikan merek, yaitu “Merek adalah suatu tanda untuk membedakan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan seseorang atau kelompok orang atau badan hukum

dengan barang-barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain, yang memiliki daya pembeda maupun sebagai jaminan atas mutunya dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa” (Saidin,2013:345)

Dengan demikian dari apa yang dikemukakan diatas dapat diartikan bahwasanya merek adalah pembeda atau pengenal sehingga bisa dibedakan antara barang-barang atau jasa yang sejenis yang didapatkan dari salah satu perdagangan atau hasil seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang-barang atau jasa sejenis yang berasal dari seseorang atau kelompok orang atau badan hukum lainnya.

#### ***2.3.2.2 Pentingnya Merek***

Tujuan pemakaian merek adalah untuk memberikan pertanggungjawaban pihak produsen atas mutu atau kualitas barang yang diperdagangkan. Suatu merek pada gilirannya memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk dan dapat melindungi baik konsumen maupun produsen dari kompetitor yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik (Aker,1997:9).

Dengan demikian maka merek memiliki peran yang sangat penting karena merek inilah sebagai media pembeda dan bisa juga dijadikan sebagai penyebarluasan produk itu sendiri dalam hal pemasaran bagi produsen. Kemudian bagi konsumen, dengan adanya merek tersebut maka konsumen bisa membedakan antara produk sejenis satu dengan lainnya.

### **2.3.2.3 Pendaftaran Merek**

Pendaftaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata daftar yang artinya adalah catatan sejumlah nama atau hal tentang kata-kata, nama orang, barang, dan sebagainya. Sedangkan Merek menurut bahasa Inggris adalah brand, sedangkan merek dapat diartikan sebagai identitas yang dirancang untuk membuat, menghadirkan atau menciptakan sebuah produk yang tidak sama atau berbeda dari produk lainnya dengan tujuan awal sebagai pemuas kebutuhan.

Sistem pendaftaran merek di Indonesia adalah cara pendaftaran dengan pemeriksaan terlebih dahulu ke Dirjen HKI. Maksudnya sebelum di daftarkan, merek tersebut terlebih dahulu diperiksa mengenai merek itu sendiri dan suatu permohonan pendaftaran merek akan diterima pendaftarannya apabila telah memenuhi persyaratan baik yang bersifat formalitas maupun substantif yang telah ditentukan oleh Undang-Undang Merek, yaitu tentang adanya daya pembeda (*distinctiveness*). (Firmansyah, 2013: 37)

Berdasarkan hal yang telah diuraikan di atas dapat kita ambil kesimpulan bahwasanya pendaftaran merek sangat penting, mengingat keberadaan sebuah merek bukan semata-mata hanya sebatas penamaan saja, melainkan akan memunculkan kesan atau pandangan atas sebuah merek itu sendiri. Pemberian sebuah merek juga merupakan sebuah hal yang sangat penting pada kegiatan pemasaran yang pada nantinya akan memudahkan konsumen mengenali produk atau barang tersebut.

#### **2.3.2.4 Merek yang ditolak Pendaftaranya**

Merek juga dapat ditolak pendaftaranya. hal tersebut sesuai dengan bunyi pasal 20 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pasal tersebut menerangkan bahwa: “*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 pendaftaranya;*
- c. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan atau jasa yang sejenis;*
- d. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan atau jasa yang diproduksi;*
- e. Tidak memiliki daya pembeda;*
- f. Merupakan nama umum dan atau lambang milik umum”*

Berdasarkan bunyi pasal 20 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa merek tidak dapat atau ditolak pendaftaranya apabila bertentangan dengan ketertiban umum, yang dimaksud dengan bertentangan dengan ketertiban umum adalah bahwasanya jika merek tersebut menyinggung perasaan, kesopanan atau etika yang hidup dalam masyarakat ataupun suatu golongan tertentu. Selain hal tersebut, merek juga ditolak pendaftaranya apabila memuat keterangan yang tidak sesuai dengan

kualitas atau manfaat dari barang dan atau jasa tersebut. Kemudian lebih lanjut merek juga akan ditolak pendaftarannya jika merek tersebut tidak memiliki tanda pembeda ataupun memiliki tanda tetapi tanda tersebut masih bersifat umum, tidak memiliki karakteristik atau ciri khas tertentu.

### **2.3.3 Tinjauan umum tentang Merek Kolektif**

#### ***2.3.3.1 Merek Kolektif***

Merek kolektif tidak dirumuskan secara pengistilahan, namun demikian terdapat beberapa karakteristik yang fungsinya yaitu untuk membuat perbedaan antara barang-barang atau jasa dari produsen atau suatu perusahaan terhadap barang-barang atau jasa dari suatu produsen atau perusahaan lain. Merek kolektif ini dipergunakan juga sebagai alat pembeda dalam hal riwayat geografis atau karakter lain yang umumnya terdapat di barang-barang atau jasa tersebut, dan tentunya dibawah pengawasan dari pihak terkait.

Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan pengertian mengenai merek kolektif bahwasanya 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.

Dengan apa yang dijelaskan diatas maka dapat diartikan bahwasanya merek kolektif tersebut hanya diperkenankan untuk kelompok atau kolektif atau bersama-sama, tidak diperuntukan sebagai

merek dagang atau jasa perseorangan. Pemohon merek kolektif juga seharusnya bisa melaksanakan pengawasan secara sah atas penggunaan merek kolektif tersebut kepada para anggotanya dalam usahanya atau perdagangannya tidak sebatas hanya sekedar penegasan atas penggunaan atau tujuan penggunaannya semata.

### ***2.3.3.2 Syarat-syarat penggunaan Merek Kolektif***

Proses pengajuan pendaftaran merek kolektif sedikit berbeda dengan pendaftaran merek perorangan atau perusahaan. Merujuk pada ketentuan pasal 46 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016, dalam permohonan pengajuan pendaftaran merek kolektif, dengan jelas harus dinyatakan bahwa merek tersebut akan digunakan sebagai merek kolektif disertai dengan ketentuan penggunaan merek tersebut sebagai merek kolektif yang antara lain memuat:

- a. Sifat, ciri umum, atau mutu barang dan/atau jasa yang akan diproduksi dan diperdagangkan;
- b. Pengawasan atas penggunaan merek kolektif; dan
- c. Sanksi atas pelanggaran ketentuan penggunaan Merek Kolektif (Novianti,2017:113).

Permohonan pendaftaran merek sebagai merek kolektif hanya dapat diterima jika dalam permohonan dengan jelas dinyatakan bahwa merek tersebut akan digunakan sebagai merek kolektif, hal tersebut tertuang dalam Undang-Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pasal 46 ayat 1. Dengan demikian dapat diartikan bahwasanya merek kolektif yang telah terdaftar hanya bisa dipakai untuk

merek bersama atau dengan kata lain bahwa merek kolektif dapat digunakan untuk beda produsen tetapi masih dalam kelompok merek yang sama yang tentunya sudah secara sah kelompok tersebut terdaftar dalam permohonan merek kolektif tersebut.

Proses pengajuan pendaftaran merek kolektif sedikit berbeda dengan pendaftaran merek perorangan atau perusahaan. Merujuk pada ketentuan pasal 46 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016, dalam permohonan pengajuan pendaftaran merek kolektif, dengan jelas harus dinyatakan bahwa merek tersebut akan digunakan sebagai merek kolektif disertai dengan ketentuan penggunaan merek tersebut sebagai merek kolektif yang antara lain memuat:

- a. Sifat, ciri umum, atau mutu barang dan/atau jasa yang akan diproduksi dan diperdagangkan;
  - b. Pengawasan atas penggunaan merek kolektif; dan
  - c. Sanksi atas pelanggaran ketentuan penggunaan Merek Kolektif
- (Novianti,2017:113).

Permohonan pendaftaran merek sebagai merek kolektif hanya dapat diterima jika dalam permohonan dengan jelas dinyatakan bahwa merek tersebut akan digunakan sebagai merek kolektif, hal tersebut tertuang dalam Undang-Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis pasal 46 ayat 1. Dengan demikian dapat diartikan bahwasanya merek kolektif yang telah terdaftar hanya bisa dipakai untuk merek bersama atau dengan kata lain bahwa merek kolektif dapat digunakan untuk beda produsen tetapi masih dalam kelompok merek yang



sama yang tentunya sudah secara sah kelompok tersebut terdaftar dalam permohonan merek kolektif tersebut.

### **2.3.4 Tinjauan umum tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

#### ***2.3.4.1 Latar belakang UMKM***

Perwujudan dari Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 salah satunya adalah kegiatan ekonomi yang menerapkan asas keadilan dan kesejahteraan, hal demikian juga sejalan dengan apa yang tertuang dalam ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam Rangka Demokrasi Ekonomi. Dengan demikian melihat dari pentingnya peran UMKM terhadap perekonomian nasional, maka dibutuhkan dukungan dari semua pihak untuk mengembangkan dan mewujudkan UMKM yang maju, mandiri, dan modern.

Kebijakan dasar pengembangan UMKM sekurang-kurangnya harus memuat beberapa aspek (Budiarto, 2015: 20), yaitu:

1. Pemberian preferensi kepada usaha kecil dan menengah dalam mengikuti semua tender-tender pemerintah, ikut serta dalam semua bidang usaha dan pemilikan usaha besar serta perusahaan-perusahaan publik dan akses yang mudah kepada sumber-sumber pembiayaan dan perizinan usaha.
2. Pemerintah perlu mendirikan lebih banyak lembaga-lembaga pembiayaan usaha kecil dan menengah untuk memperluas pelayanan dan dukungan pembiayaan pada sektor UMKM.

3. Usaha kecil dan menengah dibina oleh negara dengan pembinaan yang proaktif dan edukatif melalui badan otonom yang khusus ditugaskan untuk itu.
4. Kebijakan pemberian suku bunga rendah dilindungi oleh undang-undang semacam pembaruan terhadap *Worker Ordonantie* 1926 yang pernah diterapkan di zaman penjajah Belanda, dimana ditetapkan suku bunga tertinggi yang dapat dibebankan kepada usaha kecil, menengah, dan besar adalah 6 persen.
5. Keterkaitan usaha kecil, menengah, dan besar dalam rangka persaingan yang sehat dan jujur diatur dengan undang-undang agar tercipta sinergi nasional dan efisiensi serta keterbukaan dalam ekonomi nasional yang menghasilkan perusahaan-perusahaan yang tangguh dalam bersaing

#### ***2.3.4.2 Pengertian dan kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah***

Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai pelaku ekonomi nasional yang berperan sangat penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. UMKM turut menciptakan peluang kerja atau lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi angka pengangguran.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dapat diambil kriteria dan pengertian Tentang UMKM, yaitu :

1. Usaha Mikro Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 20Tahun 2008 pasal 6 angka (1) :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan, tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana diatur dalam pasal 6 angka (2) Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM yaitu :
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha menengah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung

dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini dalam pasal 6 angka 3 yaitu ;

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

#### ***2.3.4.3 Jenis-jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah***

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah yang paling besar. Selain itu kelompok ini juga terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Berikut ini adalah klasifikasi atau jenis-jenis dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut (Resalawati,2011:31)

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fas Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

#### ***2.3.4.4 Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia***

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peran yang cukup besar dalam pembangunan nasional. Hal ini terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia, banyak aktivitas usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti, sementara UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapinya. Distribusi sektor-sektor UMKM di Indonesia terkonsentrasi pada sektor pertanian, selanjutnya diikuti sektor perdagangan, hotel, dan restoran sebagai sektor terbesar ketiga. Sektor yang paling kecil, yaitu aktivitas produksi tradisional, termasuk produk kayu termasuk furnitur, tekstil dan produk tekstil, alas kaki, serta makanan dan minuman. Hanya sebagian kecil dari total UMKM yang bergerak di bidang produksi mesin, alat produksi, dan komponen otomotif (Soekarwo,2018:55)

Perkembangan UMKM di Indonesia juga menemui beberapa permasalahan atau hambatan, baik dalam faktor internal maupun eksternal (Soekarwo,2018:56-58)

##### **1. Faktor Internal**

a. Kurangnya Modal

Pada umumnya, UMKM merupakan usaha perseorangan atau usaha yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal si pemilik yang sangat terbatas, sementara modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta pihak bank sulit dipenuhi;

b. Kualitas SDM yang Terbatas

Sebagian UMKM tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas SDM baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usaha sehingga sulit untuk berkembang optimal. Dengan keterbatasan kualitas SDM, usaha ini relatif sulit mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan;

c. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

UMKM mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah karena terbatasnya jumlah produk yang dihasilkan dan kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah memiliki jaringan solid serta didukung oleh teknologi yang dapat menjangkau pasar internasional dan promosi yang baik.

## 2. Faktor Eksternal

### a. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif

Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkembangkan UMKM, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat dari masih adanya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha UMKM dan pengusaha-pengusaha besar;

### b. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan;

### c. Implikasi Perdagangan Bebas

Perdagangan bebas berimplikasi luas terhadap UMKM untuk bersaing. UMKM dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pasar global dengan standar kualitas tertentu, seperti isu kualitas (ISO 9000), isu lingkungan (ISO 14.000), isu Hak Asasi Manusia (HAM), dan isu ketenagakerjaan. UMKM diharapkan dapat mempersiapkan diri agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

d. Terbatasnya Akses Pasar

Terbatasnya akses pasar mengakibatkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

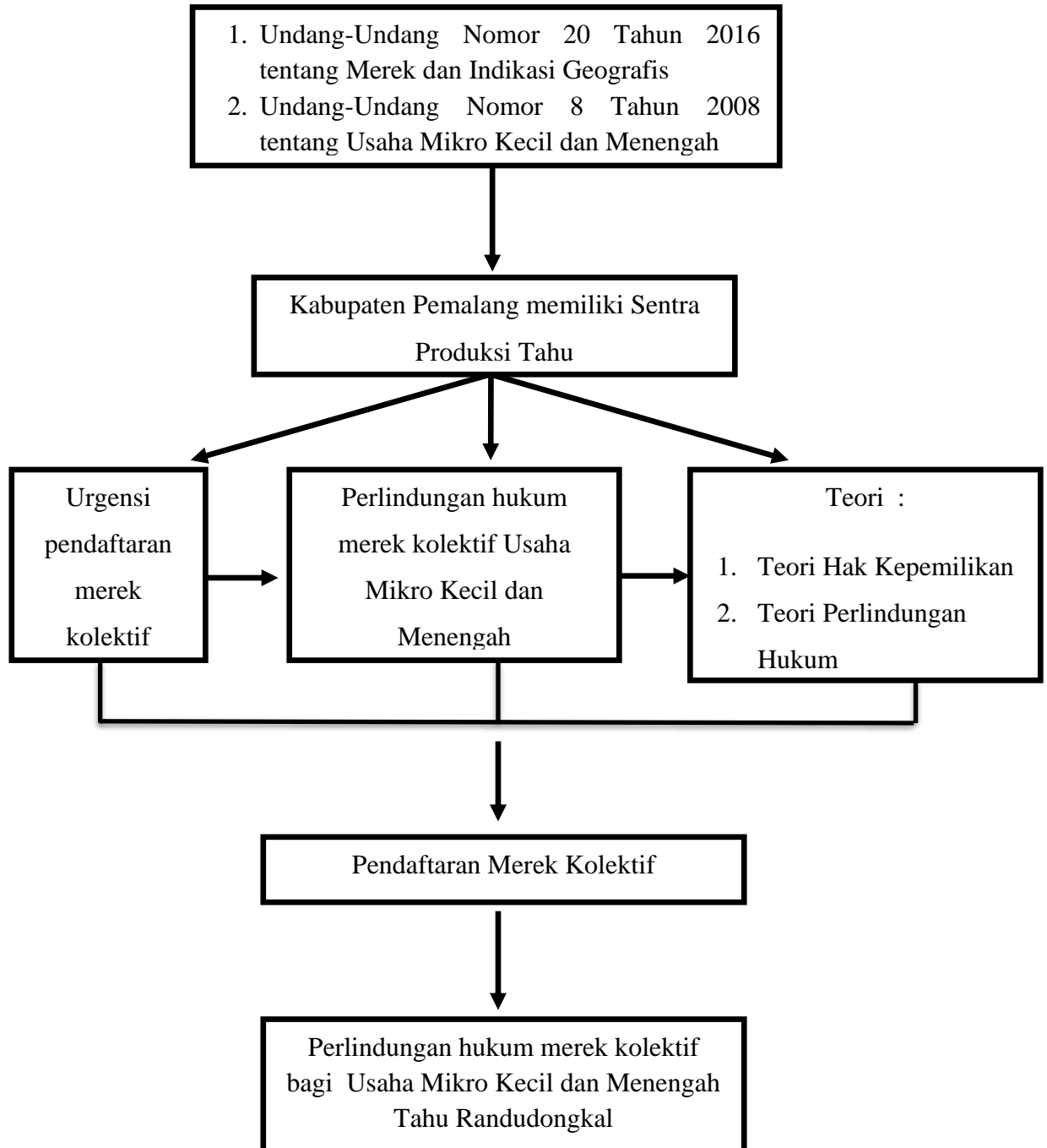
### 2.3.5 Pengertian Urgensi

Urgensi jika dilihat dari bahasa latin “*urgere*” yaitu (kata kerja) yang berarti mendorong. Jika dilihat dari bahasa Inggris bernama “*urgent*” (kata sifat) dan dalam bahasa Indonesia “*urgensi*” (kata benda). Istilah urgensi merujuk pada sesuatu yang mendorong kita, yang memaksa kita untuk diselesaikan. Dengan demikian mengandaikan ada suatu masalah dan harus segera ditindaklanjuti (Pamungkas,2016). Sedangkan menurut (Abdurahman,2004:89), urgensi yaitu kata dasar dari “*urgen*” mendapat akhiran “*i*” yang berarti sesuatu yang jadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama atau unsur yang penting.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya urgensi merupakan suatu keadaan dimana keadaan tersebut membutuhkan penanganan yang harus diutamakan. Urgensi juga dapat diartikan sebagai suatu kepentingan yang mendesak sehingga membutuhkan penanganan segera.



## 2.4 Kerangka Berfikir



# **BAB V**

## **PENUTUP**

### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan tentang “Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Pemalang”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ternyata Urgensi pendaftaran Merek Kolektif belum dipahami dan disadari oleh pelaku UMKM. Pelaku UMKM kurang memahami arti pentingnya pendaftaran merek, mereka tidak memikirkan ketahanan usaha mereka secara jangka panjang. Kurangnya informasi dan kekhawatiran akan pembiayaan pada saat pendaftaran menjadikan mereka enggan untuk mendaftarkan mereknya. Pentingnya pendaftaran merek diakibatkan pada nantinya yang akan diakui sebagai pemegang hak atas merek adalah bukan mereka yang pertama kali atau lebih awal menggunakan merek tersebut melainkan mereka yang mendaftarkan mereknya terlebih dahulu sehingga menjadi sebuah kerugian apabila ada pihak lain menggunakan merek tahu randudongkal dan mendaftarkannya. Selain itu juga dengan terdaftarnya suatu merek maka pemegang hak atas merek tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum. Dengan demikian maka pendaftaran merek terutama merek kolektif merupakan hal yang sangat penting.
2. Upaya yang dilakukan oleh pelaku UMKM sentra industri tahu randudongkal hanya sekedar menjaga ciri khas tahu mereka yang padat

dan tidak berbau anyir, mereka beranggapan bahwa dengan tidak berbaunya tahu mereka maka masyarakat akan dapat membedakan antara tahu randudongkal dengan tahu produksi lain. Namun upaya yang dilakukan belum cukup untuk melindungi produk usahanya, terbukti dengan adanya beberapa pihak yang mengatasnamakan tahu randudongkal dan menjualnya kepada masyarakat diluar kabupaten Pematang..

## **5.2 Saran**

1. Pelaku UMKM khususnya di sentra industri tahu randudongkal hendaknya segera mendaftarkan merek usahanya. Hal demikian dimaksudkan agar produk usahanya mendapatkan perlindungan hukum.
2. Sosialisasi dan pendampingan terkait pendaftaran merek harus ditingkatkan lagi terutama oleh pemerintah daerah dalam hal ini Diskoperindag Kabupaten Pematang sehingga pelaku usaha mendapatkan informasi dan mereka memahami akan pentingnya pendaftaran merek..

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku :

- Abdurahman. 2004. *Pengantar Hukum Lingkungan Indonesia*. Bandung: Alumni
- Aker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Spektrum Mitra Utama-Prentice hall
- Amiruddin, dan Zainal Asikin. 2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Arliman, Laurensius S. 2019. *Ilmu Perundang-undangan yang baik untuk Negara Indonesia*. Yogyakarta : CV. Budi Utama
- Atsar, Abdul. 2018. *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Budiarto, Rachmawan. 2015. *Pengembangan UMKM antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Creswell. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Diantha, I Made pasek. 2017. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta : Prenada Media Group
- Firmansyah, Hery. 2013. *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. Yogyakarta: Medpress Digital
- John M. Ivancevich, Robert Konopaske, dan Michael T. Matteson. 2006. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta : Erlangga
- Lapau, Buchari. 2013. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Lindsley, Tim. 2002. *HKI : Suatu Pengantar*. Bandung : PT.Alumni
- Manalu, Paigot Rambe. 2000. *Hukum Dagang Internasional*. Jakarta : Raja Grafindo
- Marzuki. 2002. *Metodologi*. Yogyakarta : BPFE-UII
- Meilala, Adrianus. 1993. *Praktik Bisnis Surat*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Milles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 2014. *Analisis Data kualitatif, Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Novianti, Trias palupi Kurnianngrum, Sulasi Rongiyati, Puteri Hikmawati. 2017. *Perlindungan Merek*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Raharjo, Satjipto. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Saidin, H. OK. 2013. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: Rajawali Press
- Sarwono, Jonathan. 2010. *Pintar Menulis Karangan ilmiah*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Soekanto, Soerjono. 1987. *Sosiologi Hukum dalam Masyarakat*. Jakarta: Rajawali
- Soekardono, R. 1983. *Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Dian Rakyat Indonesia
- Soekarwo. 2018. *Berkaca dari Kegagalan Liberalisasi Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia
- Soemitro, Ronny Hanitijo. 1983. *Metodelogi Penelitian Hukum*. Jakarta : Ghalia Indonesia

- Soeparman, Andriasyah. 2013. *Hak Desain Industri berdasarkan Penilaian Kebaruan Desain Industri*. Bandung : PT.Alumni
- Sudaryat, dkk. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Oase Media
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung : Alfabeta
- Supramono, Gatot. 2010. *Hak Cipta dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta : Rineka Cipta
- Susanto, Himawan Wijanarko. 2004. *Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta : PT Mizan Publika
- Sutjipto, H.M.N. Purwo. 1984. *Pengertian Pokok-Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Djambatan
- Tirtaamidjaya. 1962. *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*. Jakarta: Djambatan
- Yustika, Ahmad Erani. 2012. *Ekonomi Kelembagaan*. Jakarta: Erlangga
- Winata, Rizwanto. 1997. *Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (dalam rangka WTO-TRIPS)*. Bandung : Citra Aditya Bakti

### **Jurnal**

- Davis, Michael dan Arthur R Miller. 1990. Intellectual Property, Paten, trademark and copyrights. *Journal of West Publishing St Paulmin*
- Fathanudien, Anthon. 2016. Alternatif Perlindungan Hukum atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi guna Mengurangi Persaingan Usaha di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Unifikasi*. Kuningan: Universitas Kuningan. Vol. 3, No. 2, Juli
- Gratzer, Karl dan Erik A. Bord. (2013). collective brand strategy, entrepreneurship, and regional growth : The role of a protected designation of origin (PDO). *Journal of Word Economic Research*, Vol.2.N03
- Hafid Zakariya, Nurul Hidayah. 2016. Keberpihakan Pemerintah dalam Mendukung Daya Saing UMKM Melalui Pendaftaran Merek Kolektif. *Jurnal Serambi Hukum*. Surakarta: UNIBA Surakarta. Vol. 10, No. 02, Agustus
- Hanapi, Yayan. 2018. Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha Kerajinan Sulaman Karawo di Gorontalo. *Gorontalo Law Review*. Gorontalo: Universitas Gorontalo. Vol. 1, No. 2, Oktober
- Khoironi, Alif Iffan. 2013. Implementasi Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada *Home Industry Eggroll*. *Unnes law Journal*. Semarang: FH Unnes. Vol. 2, No. 2, Oktober
- Sardjono, Agus, dkk. 2013. Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha UKM Batik. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*. Tahun ke 44 No. 4

### **Skripsi, Tesis**

- Cahyani, Elke Rinjani Gita. 2019. Batik Grobogan dalam Perlindungan Merek Kolektif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang

Merek dan Indikasi Geografis (studi Desa Patut Kabupaten Grobogan).  
Semarang: Skripsi, Universitas Negeri Semarang

Pinilih, Sekar Anggun Gading. 2012. Merek Kolektif bagi Perlindungan Merek  
(studi pada UMKM Kerajinan Sarung Goyor di Kabupaten Pemalang.  
Semarang: Tesis, Universitas Diponegoro

Mastur. 2008. Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama  
Untuk Mengurangi Tingkat Persaingan Usaha (Studi Merek Genteng  
Sokka Kabupaten Kebumen. Semarang: Tesis, Universitas Diponegoro

Resalawati, Ade. 2011. Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah  
Terhadap Pertumbuhan Ekonomi pada Sektor UKM Indonesia. Jakarta:  
Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

### **Perundang-Undangan**

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis  
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah