BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Salah satu perkembangan yang kuat dan memperoleh perhatian dan kecenderungan yang masih akan berlangsung dimasa yang akan datang yakni semakin meluasnya arus globalisasi baik bidang sosial, ekonomi, budaya maupun bidang-bidang kehidupan lainnya. Perkembangan teknologi informasi dan transportasi telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan meningkat secara pesat dan bahkan telah menempatkan dunia sebagai pasar tunggal bersama.

Era perdagangan global hanya dapat dipertahankan jika terdapat iklim persaingan usaha yang sehat. Disini merek memegang peranan yang sangat penting yang memerlukan sistem pengaturan yang lebih memadai.¹ Strategi pembangunan merek merupakan rangkaian langkah yang dirancang dan diterapkan untuk menciptakan, memperkuat, dan memelihara identitas suatu produk atau layanan di pasar. Sasaran utamanya adalah membentuk persepsi positif konsumen terhadap merek dan membangun ikatan emosional, kepercayaan, serta loyalitas yang solid. Berdasarkan pertimbangan tersebut dan sejalan dengan perjanjian-perjanjian internasional yang telah diratifikasi Indonesia serta pengalaman melaksanakan administrasi merek, diperlukan

¹ Asuan, "PENDAFTARAN HAK ATAS MEREK", Jurnal Respon Publik. VOL 18 No. 2, Solusi, 2024, hal. 135.

penyempurnaan Undang undang Merek yaitu Undang-undang Nomor 19 tahun 1992, sebagaimana diubah dengan Undang undang Nomor 14 Tahun 1997. Pentingnya penetapan merek secara kolektif oleh pemerintah kota Malang, tidak dapat dipandang sebelah mata. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, merek bukan hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membedakan produk lokal dari produk luar. Merek yang kuat dapat meningkatkan daya saing produk dan memberikan nilai tambah bagi konsumen, serta menciptakan kesadaran merek (*brand awareness*) yang tinggi di kalangan masyarakat.

Di Jawa Timur, beragam usaha bermunculan. Salah satunya kerajinan keramik daerah Dinoyo yang terkenal di kalangan masyarakat umum. kerajinan keramik merupakan salah satu UMKM yang sepenuhnya produktif bagi masyarakat Kota Malang karena fokus bisnis kerajinan keramik Dinoyo terletak tepat di wilayah Dinoyo yang merupakan pusat keramaian Kota Malang. Produksi kerajinan keramik Dinoyo Malang mulai membuahkan hasil sekitar tahun 1953. Sejarah Keramik Dinoyo Malang diawali dengan berdirinya Lembaga Penyelenggara Perusahaan-Perusahaan Industri Departemen Perindustrian (LEPPIN) pada tahun 1953 (Desa Dinoyo Kota Malang 2020).²

Kampung Keramik Dinoyo adalah salah satu tempat seni artistik paling menonjol di Kota Malang,Perkembang di kampung dinoyo menjadi produksi keramik hias yang bernilai estetika. dalam hasil observasi yang dilakukan di

² Setyawati, Ati, dan Putra, “Strategi Pengembangan Umkm Kerajinan Keramik Dinoyo Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat”, Jurnal Respon Publik Vol. 18, No. 2, hal. 19.

lapangan ada kerajinan keramik yang dihasilkan oleh UMKM di Kampung Dinoyo sangat beragam dan mencakup berbagai jenis produk, antara lain:

1. Vas Bunga: Salah satu produk yang paling populer, sering dihiasi dengan motif yang menarik.
2. Cangkir dan Gelas: Berbagai desain untuk kebutuhan sehari-hari.
3. Celengan: Keramik berbentuk celengan yang juga diminati.
4. Souvenir: Produk-produk kecil yang menarik bagi wisatawan.
5. Wadah Aromaterapi: Produk ini dirancang dengan desain estetik dan fungsional.

Menurut data dari Observasi Harga produk bervariasi, mulai Rp 10.000 hingga Rp 1.000.000 tergantung pada ukuran dan kompleksitas desain. Selain itu, pengrajin juga menawarkan pengalaman berwisata di mana pengunjung dapat belajar tentang proses pembuatan keramik, mulai dari pembentukan hingga pembubaran. Namun sangat disayangkan, para pelaku usaha belum mengetahui pentingnya perlindungan hukum Kekayaan Intelektual, akan hal tersebut masih sangat rendah. Hal ini bisa dilihat dari para pelaku usaha dimana di sentra produksi Keramik Dinoyo 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.³

Hak Kekayaan Intelektual ialah hak yang berasal dari hasil kegiatan intelektual manusia yang mempunyai manfaat ekonomi. Konsepsi mengenai Hak Kekayaan Intelektual didasarkan pada pemikiran bahwa karya intelektual yang telah dihasilkan manusia memerlukan pengorbanan tenaga, waktu dan biaya. Pengorbanan ini menjadikan karya yang telah dihasilkan memiliki nilai ekonomi karena manfaat yang dapat dinikmatinya. Penggolongan Kekayaan Intelektual tersebut, jika dihubungkan dengan persaingan pasar bebas, salah satu jenis Kekayaan Intelektual yang sangat dibutuhkan dan sangat menentukan Merek. Merek itu sendiri yaitu hasil pemikiran atau pandangan manusia yang dapat berupa penemuan, maka dari itu dapat diartikan bahwa merek merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual yang dapat menembusi batas antar negara.⁴ Perkembangan Kekayaan Intelektual semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju. Manusia di era sekarang ini memiliki perkembangan berpikir yang sangat pesat. Hasil pemikiran atau pandangan manusia yang dapat berupa penemuan, maka dari itu dapat diartikan bahwa merek merupakan bagian dari Kekayaan Intelektual yang dapat menembus batas antar negara. Hak atas merek merupakan suatu tanda pembeda atas barang atau jasa bagi suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya, sebagai tanda pembeda maka merek dalam satu klasifikasi barang atau jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu sama lain, baik pada keseluruhan maupun pada

³ Sardjono, Agus, dkk, Perlindungan Hukum Merek untuk Pengusaha UKM Batik. Jurnal Hukum dan Pembangunan. Tahun ke 44 No. 4, 2013, hal. 497.

⁴ Winata, Rizwanto, Pembaharuan Hukum Merek Indonesia (dalam rangka WTO-TRIPS). Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997, hal. 6.

pokoknya.⁵

Merek kolektif merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum dalam sistem hak kekayaan intelektual yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Konsep merek kolektif muncul sebagai respon terhadap kebutuhan untuk melindungi produk yang dihasilkan oleh sekelompok pelaku usaha yang memiliki karakteristik dan standar kualitas yang sama. Merek kolektif saat ini menjadikan merek yang digunakan pada barang dan/atau jasa oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama, dengan tujuan untuk membedakan produk mereka dari produk sejenis lainnya. Menurut Pasal 1 angka 4 UU No. 20 Tahun 2016, merek kolektif memiliki karakteristik tertentu mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa yang dihasilkan. Hal ini memungkinkan anggota kelompok untuk menggunakan merek yang sama sambil tetap mempertahankan identitas masing-masing.

Dibalik terkenalnya Industri Kampung keramik di Kota Malang dimana Sentra pengrajin keramik dan untuk dijadikan wisata di Kota Malang yang khas dan berbeda maka sebagai salah satu sentra penghasil kerajinan keramik, untuk melindungi merek dari kerajinan keramik sendiri yaitu dengan mendaftarkan merek secara kolektif. Mengingat banyaknya produsen keramik di sehingga lebih efektif untuk menghindari persaingan usaha diantara pelaku usaha. Proses

⁵ Fathanudien, Anthon, 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, 2014, hal. 27.

pendaftaran merek juga memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi pemilik merek. Pada pasal 5 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menyatakan bahwa “Hak atas Merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri -Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

Dengan demikian, pemerintah kota Malang perlu mengambil peran aktif dalam memfasilitasi proses pendaftaran merek bagi pelaku usaha lokal, sehingga mereka dapat merasakan manfaat dari perlindungan hukum ini. Selain itu, penetapan merek secara kolektif dapat menciptakan citra positif bagi kota Malang sebagai daerah dengan produk berkualitas tinggi. Ini akan menarik perhatian wisatawan dan investor, serta memperkuat posisi Malang di pasar nasional maupun internasional. Oleh karena itu penulis mengambil judul dalam penelitian ini yaitu “Urgensi Penetapan Merek Secara Kolektif Oleh Pemerintah Kota Malang (Studi Di Kampung Keramik, Lowokwaru Kota Malang bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penetapan merek secara kolektif oleh pemerintah kota Malang dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan perlindungan hak kekayaan intelektual di daerah tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul: **Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Dalam Rangka Pemberdayaan Umkm (Studi Di Kampung Keramik Dinoyo, Kota Malang**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Dalam pemberdayaan Umkm di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang?
2. Bagaimana Implementasi Pasal 46 ayat 4 UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis di Kampung Keramik Dinoyo Lowokwaru Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Urgensi pendaftaran Merek Kolektif yang dilakukan Sentra UMKM di kampung Keramik Dinoyo Kota Malang.
2. Untuk mengetahui Implementasi Pasal 46 ayat 4 UU No. 20 Tahun 2016 di Kampung Keramik Dinoyo Lowokwaru Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk memberikan sumber pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan hukum merek kolektif pada umumnya dan hukum merek kolektif pada khususnya individu mahasiswa dan masyarakat.
2. Sebagai landasan untuk penelitian lebih lanjut bagi mereka yang tertarik untuk mengkaji mengenai Kekayaan Intelektual khususnya mengenai Merek Kolektif.
3. Bagi Masyarakat Memberikan pandangan dan ilmu pengetahuan Terhadap pelaku khususnya UMKM mengenai pentingnya pendaftaran merek kolektif atas sebuah produk.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian hukum empiris, dalam bahasa Inggris, disebut empirical legal research, dalam bahasa Belanda disebut dengan istilah empirisch juridisch onderzoek⁶ merupakan salah satu jenis penelitian hukum yang menganalisis dan

⁶ Alim H. S. dan Erlies Septiana Nurbani, Op. Cit., hlm 20.

mengkaji bekerjanya hukum dalam masyarakat.

Penelitian hukum Empiris menggunakan studi kasus hukum empiris berupa perilaku hukum masyarakat. sumber data penelitian hukum empiris tidak bertolak pada hukum positif tertulis, melainkan hasil observasi dilokasi penelitian.⁷

Dalam penelitian pendekatan empiris maka penelitian memilih pendekatan sosial. Pendekatan sosial ini ada yang mikro ada yang makro dalam penelitian yuridis Makro memiliki struktural fungsional, Sedangkan yang mikro misalnya pendekatan simbolik atau konstruktivitas.⁸

Penelitian hukum empiris tidak bertolak dari hukum positif tertulis (peraturan perundang-undangan) sebagai data sekunder, tetapi dari perilaku nyata sebagai data primer yang diperoleh dari lokasi penelitian lapangan (field research). Perilaku nyata tersebut hidup dan berkembang bebas seiring dengan kebutuhan masyarakat, ada yang dalam bentuk putusan pengadilan atau yang dalam bentuk adat istiadat kebiasaan.⁹

1) Metode Pendekatan

Pendekatan empiris adalah usaha peneliti mendekati dirinya terhadap sifat hukum yang sesuai dengan kenyataan yang hidup dalam masyarakat. Jadi dengan demikian maka penelitian ini haruslah dilakukan di lapangan (field research), dengan menggunakan metode dan teknik lapangan. Penelitian dengan Pendekatan empiris senantiasa ditunjukkan terhadap :1.)Pengenalan

⁷ Abdulkadir Muhamad, Hukum dan Penelitian Hukum(bandung:PT Citra adityabakti,2004),hal.40-41.

⁸ Ibid hal.176

⁹ Ibid, hal. 54.

(identifikasi) terhadap hukum yang nyata-nyataberlaku atau implisit berlaku, bukan secara tegas berlaku atau ekspilist berlaku beralku di dalam perundang-undangan atau yang di uraikan dalam kepustakaan ; 2) efektifitas hukum itu dalam kehidupan masyarakat¹⁰

2) Jenis Data

Analisis data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penelitian. Menurut Moleong analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah – memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹¹

Penelitian yuridis empiris ini menggunakan data primer dan sekunder, yaitu

1. Data primer

Data primer yaitu data yang didapat langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas dengan melakukan wawancara terstruktur baik dengan para pihak pelaku UMKM Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang maupun dengan Pemerintah Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (DISPERINDAG) Kab. Malang

¹⁰ Setiawan I ketut Oka, Metode Penelitian Hukum, (Bandung Reka Cipta, 2023), hal. 109.

¹¹ Santoso Aris Prio Agus, Pengantar Metodologi Penelitian Hukum (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023), hal. 127.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan melakukan penelitian kepustakaan terhadap bahan penelitian yang digunakan yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier yaitu :

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat, yang mencakup peraturan perundang-undang terkait dengan topik masalah yang dibahas yaitu :

- 1) Undang – Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- 2) Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
- 3) Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia
- 4) Undang – Undang Nomor 13 Tahun 1997 Tentang Paten
- 5) Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
- 6) Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis
- 7) Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
Undang – Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang tidak mengikat yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang merupakan hasil olahan pendapat atau pikiran para pakar atau ahli yang mempelajari suatu bidang tertentu secara khusus yang akan memberikan petunjuk arah kepada penulis meliputi buku-buku hukum, bahan-bahan hukum yang bersumber dari Surat Edaran Mahkamah Agung RI, Naskah Akademik Peraturan Mahkamah Agung dan literatur-literatur, jurnal ilmiah serta tulisan-tulisan dalam internet.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier tersebut berupa buku-buku laporan-laporan, jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penelitian, media internet.

3. Tempat Pengambilan Data

1. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan tentang Urgensi pendaftaran merek Kolektif dalam Pemberdayaan UMKM pada kampung Keramik Dinoyo Kab Malang

2. Tempat Pengambilan Bahan

Bahan hukum baik primer, sekunder dalam penelitian ini akan di ambil di tempat:

- a. UMKM Kampung Keramik Dinoyo
- b. Dinas Koperasi Dan Perdagangan Kab Malang.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam suatu penelitian adalah merupakan bahan yang akan dipergunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian. Oleh karena itu, data-data tersebut harus dikumpulkan agar permasalahan dalam penelitian itu dapat dipecahkan. Pada penelitian ini jenis data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua jenis data yaitu data yang bersifat primer dan data yang bersifat sekunder dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Data primer atau data yang diperoleh langsung dari sumber data di lokasi penelitian atau lapangan (field research) didapatkan melalui wawancara dan observasi. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.

Wawancara dilakukan secara bebas terbuka dengan menggunakan alat berupa daftar pertanyaan yang telah disiapkan (sebagai pedoman wawancara) sesuai dengan permasalahan yang akan dicari jawabannya tanpa menutup kemungkinan untuk menambah pertanyaan lain yang bersifat spontan sehubungan dengan jawaban yang diberikan. Tujuan dari wawancara adalah agar informan dapat berbicara atau menyampaikan pernyataan kepentingannya atau kelompoknya secara terbuka.

a. Penentuan Informan

Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dengan para Informan. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuannya dengan berdasarkan pada pertimbangan atau alasan tertentu yaitu pihak-pihak yang terkait langsung dengan pokok permasalahan yang dibahas.

b. Informan

Dalam Penelitian ini informan yang ditentukan adalah :

- 1) Pelaku UMKM Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang

- 2) Pemerintah Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan
(DISPERINDAG)

2. Studi Dokumentasi

Untuk memperoleh data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkaji dan mempelajari bahan-bahan kepustakaan (literature research) yang berupa bahan hukum baik bahan hukum primer sekunder maupun tersier.

5. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul melalui kegiatan pengumpulan data belum memberikan arti apa-apa bagi tujuan suatu penelitian. Penelitian belum dapat ditarik kesimpulan bagi tujuan penelitiannya, sebab data itu masih merupakan data mentah dan masih diperlukan usaha atau upaya untuk mengolahnya. Proses yang dilakukan adalah dengan memeriksa, meneliti data yang telah diperoleh untuk menjamin apakah data dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan kenyataan. Setelah data diolah dan dirasa cukup maka selanjutnya disajikan dalam bentuk narasi dan dalam bentuk tabel. Setelah data terkumpul lengkap dan telah diolah dengan menggunakan narasi ataupun tabel maka selanjutnya dianalisis secara kualitatif. Analisis data kualitatif adalah suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan data data yang telah terkumpul sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan yang sebenarnya melalui tahap tahap konseptualisasi, kategorisasi, relasi dan eksplanasi.