

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Era perdagangan global saat ini menciptakan persaingan antar pelaku usaha. Semakin banyak para pelaku usaha yang berlomba-lomba dalam menciptakan suatu usaha dan menghasilkan produk, baik itu pelaku usaha menengah kebawah maupun pelaku usaha menengah keatas. Para pelaku usaha menghasilkan produk yang sebaik mungkin untuk menarik konsumen, umumnya masyarakat Indonesia sangat tertarik dengan suatu produk yang memiliki kualitas yang baik dan terjamin. Maka perlu adanya Merek untuk membedakan antar produk dengan produk lain yang sejenis.

Merek menjadi hal yang sangat penting dalam dunia bisnis, Merek juga merupakan “roh” dari suatu produk baik barang atau jasa. Dalam hal ini Merek memiliki peran yang penting dalam pemasaran dan citra terhadap produk pada masyarakat sebagai konsumen. Pada dasarnya Merek adalah tanda untuk mengidentifikasi asal suatu barang dan jasa dari suatu perusahaan dengan barang dan jasa perusahaan lain.<sup>1</sup> Melalui Merek pengusaha dapat menjaga dan memberikan jaminan kualitas terhadap produk yang dihasilkan dan mencegah adanya tindak persaingan tidak jujur dari pengusaha lain yang beritikad buruk dan ingin mencoreng reputasinya. Suatu Merek juga dapat menciptakan kepercayaan pada konsumen karena kepercayaan merupakan dasar untuk mendapat konsumen untuk setia dan menjaga nama baik produk.

Merek sebagai daya pembeda, maka sudah jelas bahwa Merek yang kita buat harus memiliki perbedaan dengan yang lainnya. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 sendiri Merek tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna,

---

<sup>1</sup> Risky Sianipar, “Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Kaos Medan Bah di Kota Medan)”, *Skripsi* (Medan: Program Sarjana Universitas Sumatera Utara, 2019), 26.

dalam 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.<sup>2</sup> Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan Merek berguna sebagai daya pembeda antara Merek dagang atau jasa yang satu dengan lainnya yang sejenis. Apabila suatu produk tidak memiliki Merek maka tentu produk tersebut tidak akan dikenal oleh konsumen.

Dalam dunia perdagangan, Merek sebagai salah satu bentuk karya Intelektual yang memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan penjualan. Merek memiliki nilai yang penting baik untuk produsen maupun konsumen. Bagi produsen, Merek selain sebagai tanda pengenalan untuk produknya yang membedakan dengan produk sejenis lainnya, juga dimaksudkan untuk membangun citra perusahaan dalam pemasarannya. Bagi konsumen sendiri, Merek selain mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi juga menjadi simbol harga diri. Konsumen yang sudah terbiasa dengan pilihan produk dari Merek tertentu, cenderung akan terus menggunakan barang dengan Merek yang sama seterusnya, dengan alasan yang mereka miliki.<sup>3</sup>

Pendaftaran Merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas Merek. Pendaftaran Merek sendiri dilakukan pada Direktorat Jedral Hak Kekayaan Intelektual. Direjtorat Jedral HKI sendiri ialah instansi pendaftaran Merek yang bertugas mendaftarkan permohonan pendaftaran Merek yang telah diajukan oleh pemilik Merek.<sup>4</sup>

Para pemilik Merek yang telah terdaftar akan mendapatkan Hak Merek, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar. Berdasarkan Hak Merek tersebut, para pemilik Merek akan mendapatkan perlindungan hukum sehingga dapat mengembangkan

---

<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

<sup>3</sup> Muhammad Djumhana, *Perkembangan Doktrindan Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006), 78.

<sup>4</sup> Syahriyah Semaun, "Perlindungan Hukum terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa", *Jurnal Hukum Diktum*, Vol. 14, No. 1, (2016), 109-110.

usahanya dengan tenang tanpa takut Mereknya diklaim oleh pihak lain. Disisi lain, pihak-pihak tertentu yang beritikad tidak baik menempuh jalan pintas dengan melakukan peniruan atas Merek yang telah terdaftar. Pengaturan Merek juga dimaksudkan sebagai perlindungan kepada masyarakat terutama para konsumen agar Mereka tidak keliru dalam mendapatkan suatu barang yang kualitasnya dibawah mutu dari barang asli. Selain itu juga dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap produsen sebagai pemegang hak milik yang sah.<sup>5</sup>

Pemilik merek yang telah mendaftarkan Mereknya, maka bebas mempergunakan hak atas Merek produk Mereka sesuai Pasal 1 angka 5 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu: “*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*”.

Pasal 35 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 mengenai Jangka waktu perlindungan Merek yang terdaftar sendiri menurut yaitu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat melakukan permohonan perpanjangan 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar atau maksimal 6 (enam) bulan setelah berakhirnya jangka waktu perlindungan Merek terdaftar tersebut.

Dalam Islam sendiri tidak ada pembahasan atau nash (dasar) yang menjelaskan mengenai kajian Hukum Kekayaan Intelektual (HKI) lebih khusus Hak Merek, sehingga yang dijadikan dasar hukum yaitu *Maslahah Mursalah*.<sup>6</sup> Secara etimologi *maslahah* artinya manfaat, sedangkan secara terminologi menurut Imam Ghazali bahwa prinsip *maslahah* adalah mengambil manfaat dan menolak kemudharatan dalam rangka memelihara tujuan-tujuan syara'.<sup>7</sup> Sehingga perlu adanya perlindungan terkait HKI

---

<sup>5</sup> Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, “Perlindungan Hukum atas Merek yang Terdaftar”, *Jurnal Ius Constituendum*, Vol. 5, No. 1, (2020), 57-58.

<sup>6</sup> Yoghi Arief Susanto, “Perlindungan Hukum Hak atas Merek dalam Perspektif *Maslahah Al Mursalah*”, *Jurnal Aktualita*, Vol. 3, No. 1, (2020), 418.

<sup>7</sup> Aris, “Pemikiran Imam Syafi’i tentang Kedudukan *Maslahah Mursalah* sebagai Sumber Hukum”, *Jurnal Hukum Diktum*, Vol. 11, No. 1, (2013), 95.

termasuk Hak Merek, agar tidak mengakibatkan kemudharatan di masyarakat seperti, masyarakat yang menjadi malas, tidak memiliki inovasi dalam berkarya dan tidak ada penemuam-penemuan baru karena tidak adanya perlindungan dari ide atau karya yang diciptakan. Beberapa ulama berpendapat bahwa pencipta memiliki hak terhadap Merek yang disebut dengan hak kepemilikan, yang menjadi harta (*al-mal*).<sup>8</sup>

Imam Syafi'i menegaskan bahwa "*setiap hal yang memiliki nilai ekonomis sehingga dapat diperjualbelikan, dan bila dirusak oleh orang lain, maka ia wajib membayar nilainya, walaupun nilai nominalnya kecil*". Dengan demikian, harta kekayaan menurut para ulama mencakup HKI khususnya Hak Merek di dalamnya yang mendatangkan manfaat, dan memiliki nilai ekonomis.<sup>9</sup>

Perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) khususnya Hak Merek di Indonesia belum menjadi perhatian yang serius. Hal ini di berdasarkan pada rendahnya pengajuan permohonan pendaftaran Merek dan maraknya sengketa terhadap pelanggaran Hak Merek. Selain itu rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya pendaftaran Merek, khususnya bagi pemilik Merek pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).<sup>10</sup>

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha yang memeberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kekuatan terbesar perekonomian Indonesia ada di sektor UMKM. Jumlah pelaku UMKM pun setiap tahunnya terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tercatat pada tahun 2015 yaitu 59.262.772, lalu pada tahun 2016 mengalami peningkatan menjadi 61.651.177, kemudian jumlah UMKM juga bertambah menjadi

---

<sup>8</sup> Yoghi Arief Susanto, "Perlindungan Hukum Hak atas Merek dalam Perspektif *Maslahah Al Mursalah*", 418.

<sup>9</sup> Nurul Huda dan Rohmah Miftahul Jannah, "Perlindungan Hak Merek Dagang Menurut Hukum Islam", *Jurnal Suhuf*, Vol. 24, No. 1, (2012), 5.

<sup>10</sup> Latipah Nasution, "Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19", *Jurnal 'Adalah*, Vol. 4, No. 1, (2020), 241.

62.922.617 pada tahun 2017, dan pada tahun 2018 jumlah UMKM kembali mengalami peningkatan menjadi 64.194.057.<sup>11</sup>

Dilihat dari banyaknya UMKM di Indonesia akan tetapi, masih cukup banyak pelaku industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang belum mendaftarkan Merek dagangnya dikarenakan masih rendahnya kesadaran pelaku UMKM untuk mendaftarkan Mereknya dan belum mengetahui manfaat dari mendaftarkan Merek dagang mereka. Selain itu salah satu yang menjadi alasan pelaku UMKM belum mendaftarkan Mereknya yaitu keterbatasan biayapun menjadi pertimbangan mendaftarkan Merek memerlukan waktu yang lama serta tidak mudah.<sup>12</sup>

Thai Tea merupakan salah satu jenis minuman yang tengah fenomenal yang banyak menarik perhatian konsumen di Indonesia. Hampir di setiap sudut kota kita bisa menemukan gerainya dengan berbagai Merek yang berbeda. Minuman Thai Tea ini sangat digemari oleh banyak kalangan terutama anak muda sekarang karena sangat cocok di minum pada kondisi cuaca yang terik. Hal ini bisa dilihat khususnya di daerah Cirebon baik kota ataupun kabupaten. Salah satu usaha minuman yang berbahan dasar tea yang cukup terkenal yaitu MaoMao Thai Tea yang berada di Jalan Perjuangan Kota Cirebon. MaoMao Thai Tea merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang makanan dan minuman yang berbahan dasar teh dan dimodifikasi lebih kekinian dengan varian yang beragam untuk menarik pelanggan, yang memiliki beberapa cabang yang tersebar di Kota dan Kabupaten Cirebon. Merek MaoMao Thai Tea tersebut merupakan suatu Merek dagang yang telah memperoleh hak atas Merek melalui pendaftaran Merek pada tahun 2017.

Berdasarkan uraian dan permasalahan latar belakang permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan kajian serta penelitian sebagai bahan skripsi dengan mengambil judul “IMPLEMENTASI PENDAFTARAN MEREK DAN BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM

---

<sup>11</sup> [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), diakses pada hari Jum'at 15 Oktober 2021 Pukul. 08:23.

<sup>12</sup> Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, “Perlindungan Hukum atas Merek yang Terdaftar”, 55.

POSITIF DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus pada MaoMao Thai Tea Cirebon)”.  
MaoMao Thai Tea Cirebon)”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah penelitian dapat dijelaskan pada tiga hal berikut:

### **1. Identifikasi Masalah**

Melihat dari latar belakang permasalahan yang ada, maka penulis mengklasifikasikan yang mungkin muncul, yakni:

- a. Implementasi pendaftaran Merek pada UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.
- b. Hambatan dalam pendaftaran Merek pada UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.
- c. Dampak sebelum dan sesudah mendaftarkan Merek bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.
- d. Perlindungan hukum terhadap Merek terdaftar bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah.

### **2. Pembatasan Masalah**

Penulis perlu melakukan batasan masalah untuk mempermudah permasalahan dan mempersempit ruang lingkup, agar dalam melakukan penelitian tidak menyimpang dari judul yang dibuat. Permasalahan dalam hal ini adalah mengenai:

- a. Implementasi pendaftaran Merek pada pelaku UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.
- b. Dampak sebelum dan sesudah mendaftarkan Merek bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.
- c. Perlindungan hukum terhadap Merek terdaftar bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana Implementasi pendaftaran Merek pada UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon?
- b. Bagaimana Dampak sebelum dan sesudah mendaftarkan Merek bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon?
- c. Bagaimana Perlindungan hukum terhadap Merek terdaftar bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Implementasi pendaftaran Merek pada UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.
- b. Untuk mengetahui Dampak sebelum dan sesudah mendaftarkan Merek bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon.
- c. Untuk mengetahui Perlindungan hukum terhadap Merek terdaftar bagi UMKM MaoMao Thai Tea Cirebon dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah.

Hasil penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dan kemajuan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Hukum, terutama pada bidang Kekayaan Intelektual dan lebih spesifik lagi pada bidang Merek sehingga memberikan kontribusi akademis mengenai gambaran perlindungan Merek di Indonesia.

## b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, manfaat dan masukan pada:

### 1) Bagi Peneliti

Memberikan suatu gambaran mengenai suatu permasalahan yang timbul dalam permasalahan pendaftaran Merek dagang dan perlindungan hukumnya. Manfaat lainnya yaitu dapat memotivasi mahasiswa agar dapat lebih mendalami ilmu hukum tidak terbatas hanya pada hukum formil dan materiil saja tetapi dari permasalahan hukum yang kompleks yang mungkin dapat timbul dalam penerapan hukum itu sendiri.

### 2) Bagi Pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi para pihak yang terkait seperti Direktorat Jedral Hak Kekayaan Intelektual dan HAM dalam rangka pendaftaran Hak Merek dan perlindungan bagi pemegang Hak Merek, serta dapat menyelesaikan permasalahan terkait Merek.

### 3) Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM untuk mendaftarkan usahanya sebagai Merek dagang.

## D. Literature Review

Penelitian terdahulu pada intinya bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di sekitar masalah yang diteliti, sehingga dapat dilihat bahwa kajian atau penelitian yang dilakukan bukan merupakan pengulangan atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada. Setelah menelusuri penelitian terdahulu, penulis menemukan hasil penelitian yang pembahasannya berkaitan dengan judul penelitian yang penulis angkat, yaitu sebagai berikut:

*Pertama*, Andrew Betlehn dan Prisca Oktaviani Samosir dalam jurnalnya yang berjudul “Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek



Industri UMKM di Indonesia”.<sup>13</sup> Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa mendaftarkan Merek bagi pelaku UMKM itu sangat penting demi mendapat perlindungan hukum, serta dibahas juga mengenai biaya-biaya pendaftaran Merek. Adapun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis karena pada penelitian di atas lebih membahas mengenai perlindungan hukum terhadap Merek terdaftar, sedangkan penelitian penulis mengenai implementasi pendaftaran Merek dan dampak mendaftarkan Merek dagang.

*Kedua*, Risky Sianipar dalam skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Kaos Medan Bah di Kota Medan)”.<sup>14</sup> Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa Merek yang telah di daftarkan akan mendapat perlindungan hukum sedangkan Merek yang belum di daftarkan tidak mendapat perlindungan hukum dan tidak memiliki hak eksklusif meskipun telah memakai Merek tersebut bertahun-tahun. Adapun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian penulis yaitu obyek penelitian tersebut UMKM dibidang sandang atau pakaian, sedangkan obyek penelitian penulis UMKM dibidang makanan dan minuman serta tidak hanya berdasarkan Hukum Positif saja akan tetapi juga menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

*Ketiga*, Zainal Arifin dan Muhammad Iqbal dalam jurnal yang berjudul “Perlindungan Hukum atas Merek yang Terdaftar”.<sup>15</sup> Dalam peneitian tersebut membahas mengenai perlindungan hukum atas Merek yang terdaftar serta penghapusan Merek terdaftar, 4 hal yang mengakibatkanberakhirnya perlindungan Hak Merek terdaftar yaitu, berakhirnya masa berlakunya pendaftaran Merek, penghapusan Merek

---

<sup>13</sup> Andrew Betlehn dan Prisca Oktaviani Samosir, “Upaya Perlindungan Hukum terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia”, *Jurnal Law & Justice*, Vol. 2, No. 1, (2018), 3-11.

<sup>14</sup> Risky Sianipar, “Perlindungan Hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Kasus Kaos Medan Bah di Kota Medan)”, *Skripsi* (Medan: Program Sarjana Universitas Sumatera Utara, 2019), 26.

<sup>15</sup> Zaenal Arifin dan Muhammad Iqbal, “Perlindungan Hukum atas Merek yang Terdaftar”, *Jurnal Ius Constituendum*, Vol. 5, No. 1, (2020), 57-58.

terdaftar atas inisiatif pemilik Merek, penghapusan Merek atas prakarsa menteri dan adanya gugatan dari pihak ketiga. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu implementasi pendaftaran Merek serta dampak mendaftarkan Merek.

*Keempat*, Anang Fahrudin Maulana dalam Skripsinya yang berjudul “Perlindungan Hukum Merek Dagang dan Merek Kolektif Tenun Ikat Troso Menurut Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis”.<sup>16</sup> Dalam penelitian tersebut membahas mengenai pendaftaran Merek kolektif, yang dimana Pengrajin Tenun Ikat Troso ini belum mengetahui pentingnya mendaftarkan Merek, perlindungan Merek dan membuat Merek kolektif. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu obyek penelitian tersebut yaitu Pengrajin Tenun Ikat Troso dan pendaftaran Merek kolektif, sedangkan penelitian yang penulis akan lakukan adalah UMKM dibidang makanan dan minuman serta bukan hanya menurut Undang-undang atau hukum positif saja akan tetapi juga menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Kelima, Meila Dwi Jayanti dalam jurnal penelitian yang berjudul “Kesadaran Hukum terhadap Perlindungan Merek Industri UMKM Kerajinan Kulit di Desa Masin Kabupaten Batang”.<sup>17</sup> Hasil penelitian ini adalah pengrajin kulit di Desa Masin Kabupaten Batang belum memiliki kesadaran untuk mendaftarkan Mereknya, hal ini dikarenakan prosedur dari pendaftaran Merek yang rumit dan membutuhkan biaya yang mahal dan pengrajin hanya mementingkan kualitas produk saja. Adapun perbedaan dengan penelitian penulis yaitu obyek penelitian yang akan lakukan yaitu UMKM dibidang makanan dan minuman serta manfaat dari pendaftaran Merek.

---

<sup>16</sup> Anang Fahrudin Maulana, “Perlindungan Hukum Merek Dagang dan Merek Kolektif Tenun Ikat Troso Menurut Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis”, *Skripsi* (Semarang: Program Sarjana Universitas Negeri Semarang, 2020), 45.

<sup>17</sup> Meila Dwi Jayanti, “Kesadaran Hukum terhadap Perlindungan Merek Industri UMKM Kerajinan Kulit di Desa Masin Kabupaten Batang”, *Jurnal Urecol*, (2020), 4-8.

## E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini dimulai dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Undang-Undang tersebut mengatur secara rinci tentang permohonan pendaftaran Merek, perlindungan terhadap Merek terdaftar, penyelesaian sengketa.

Dalam era perdagangan global, peranan Merek dan Indikasi Geografis menjadi sangat penting. Maraknya persaingan dalam dunia usaha menciptakan persaingan tidak sehat antar pelaku usaha, banyak pelaku usaha yang berlomba-lomba untuk menciptakan suatu produk. Suatu produk memerlukan “tanda pengenal” atau biasa disebut dengan Merek, peran Merek pada industri perdagangan sangatlah penting terutama yaitu sebagai daya pembeda suatu produk dengan produk sejenis lainnya. Akan tetapi, belum banyak pelaku usaha yang belum mendaftarkan Merek dan mengetahui tentang manfaat mendaftarkan Merek dagang yang Mereka miliki. Para pelaku usaha lebih khusus pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih belum mendaftarkan Merek dagang dikarenakan beberapa alasan seperti, proses pendaftaran Merek yang sulit dan lama, serta biaya pendaftaran Merek yang cukup mahal. Perhohonan Pendaftaran Merek sendiri dapat diajukan kepada Direktorat Jedral Hak Kekayaan Intelektul melalui online ataupun offline (datang langsung ke kantornya).

Pendaftaran Merek bertujuan untuk mendapatkan kepastian hukum dan perlindungan terhadap Merek yang terdaftar. Para pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan Merek akan mendapatkan perlindungan hukum serta mendapat hak eksklusif yang diberikan oleh Negara. Berdasarkan hal tersebut, pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan Merek tidak perlu khawatir lagi jika Merek Mereka diklaim pihak lain serta Mereka dapat mengembangkan usahanya dengan aman. Dalam Pasal 35 ayat (1) UU No. 20 Tahun 2016, bahwa jangka waktu perlindungan Merek yang terdaftar yaitu 10 tahun sejak tanggal penerimaan.<sup>18</sup> Dalam Islam pun menjelaskan bahwa segala sesuatu yang mempunyai manfaat dan mendatangkan nilai

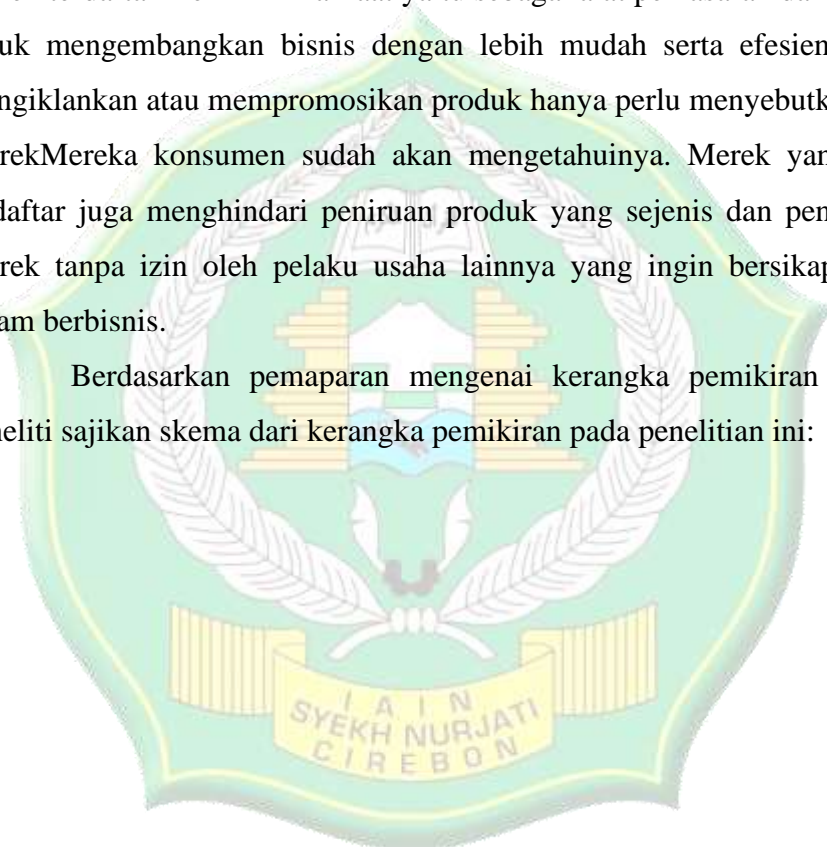
---

<sup>18</sup> Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Hak Merek dan Indikasi Geografis.

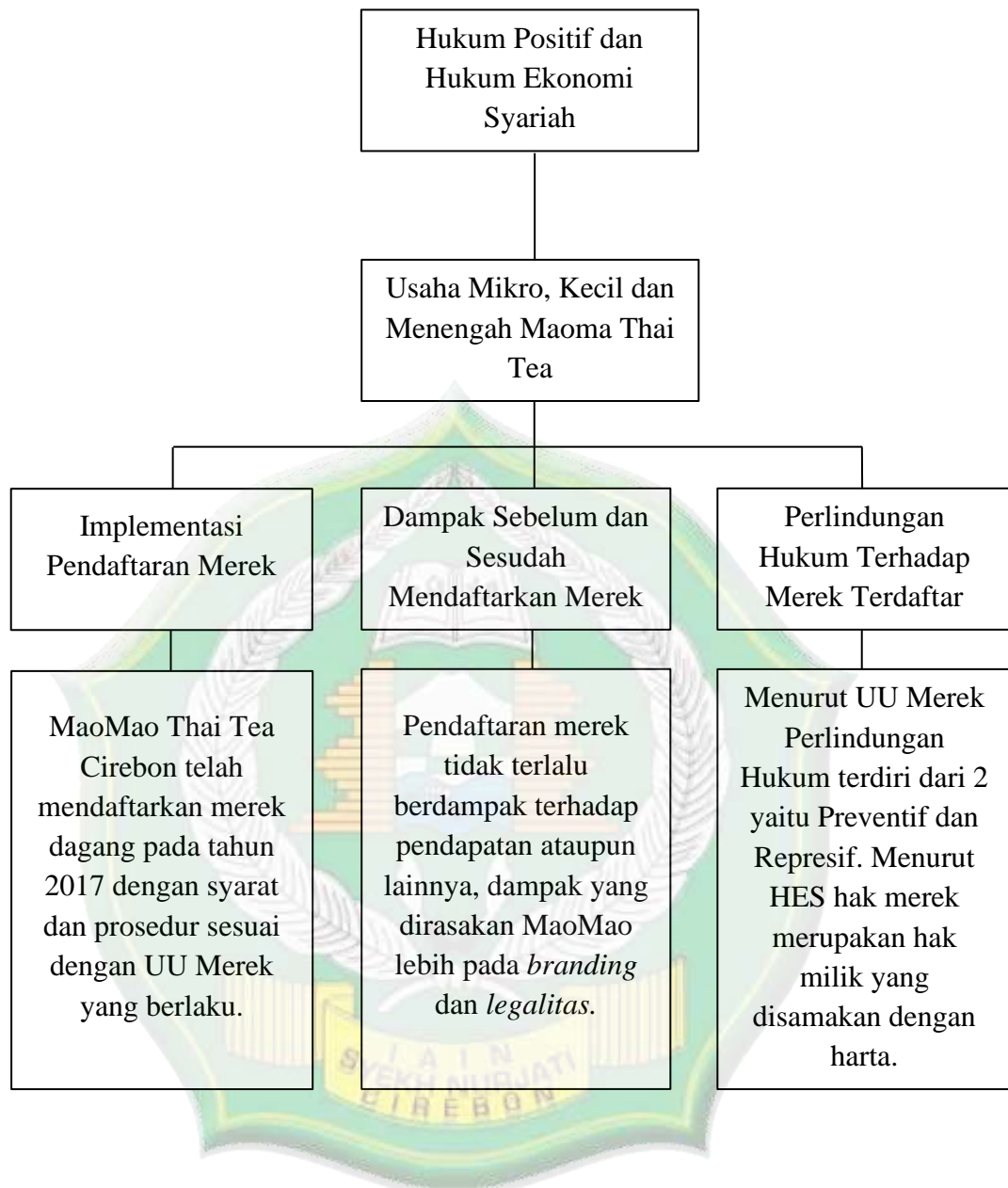
ekonomi seperti Hak Merek maka harus dilindungi agar masyarakat terus berinovasi dan berkarya, tidak bermalasan-malasan.

Dampak mendaftarkan Merek yaitu dapat dirasakan pada proses pemasaran, produk yang memiliki Merek terdaftar tentu saja dikenal luas oleh konsumen, mendapat kepercayaan konsumen karena kualitas produk yang dikenali. Suatu Merek dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen karena kepercayaan merupakan dasar untuk mendapat konsumen untuk setia dan menjaga nama baik produk itu sendiri. Bagi pemilik sendiri Merek terdaftar memiliki manfaat yaitu sebagai alat pemasaran dan promosi untuk mengembangkan bisnis dengan lebih mudah serta efisien. Dalam mengiklankan atau mempromosikan produk hanya perlu menyebutkan nama MerekMereka konsumen sudah akan mengetahuinya. Merek yang sudah terdaftar juga menghindari peniruan produk yang sejenis dan penggunaan Merek tanpa izin oleh pelaku usaha lainnya yang ingin bersikap curang dalam berbisnis.

Berdasarkan pemaparan mengenai kerangka pemikiran di atas, peneliti sajikan skema dari kerangka pemikiran pada penelitian ini:



**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**



## F. Metodologi Penelitian

Dalam metode penelitian ini, ada beberapa langkah yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah ditetapkan yaitu lokasi penelitian, pendekatan penelitian, jenis penelitian, sumber data, dan teknik analisis data. Masing-masing point tersebut akan dijelaskan dibawah ini:

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian kali ini adalah gerai MaoMao Thai Tea yang bertempat di Jl. Perjuangan, Karyamulya, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45123.

## 2. Jenis Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu strategi *inquiri* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol ataupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Secara sederhana tujuan penelitian kualitatif yaitu untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui prosedur ilmiah dengan sistematis.<sup>19</sup>

## 3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini menggunakan penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus merupakan studi yang mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci, pengambilan data yang mendalam, dan menyertakan berbagai sumber informasi.<sup>20</sup> Penelitian studi kasus ini meneliti kehidupan suatu atau beberapa komunitas, organisasi, individu atau perorangan yang dijadikan unit analisis dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif.<sup>21</sup> Pendekatan penelitian studi kasus dipilih untuk membantu pelaku UMKM tentang pentingnya pendaftaran, dan perlindungan Hak Merek dagang.

## 4. Sumber Data

Menurut Silalahi, data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu. Data dalam penelitian kualitatif bersifat deskriptif

<sup>19</sup> Umar Sidiq dan Moh. Miftachrul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 4.

<sup>20</sup> Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif", *Jurnal Equilibrium*, Vol. 5, No. 9, (2009), 1-8.

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 18.

bukan angka-angka.<sup>22</sup> Sumber data yang diperoleh peneliti dibagi menjadi 2 (dua), yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, data ini harus dicari melalui narasumber atau responden yaitu orang yang dijadikan objek dalam penelitian.<sup>23</sup> Data primer dapat berupa data yang diperoleh dari wawancara dengan seorang informan.<sup>24</sup> Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pemilik gerai minuman MaoMao Thai Tea Cirebon dan Konsumen MaoMao Thai Tea Cirebon.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber asli atau sumber pertama melainkan hasil penyajian dari pihak lain yang sudah ada atau sudah tersedia, hanya perlu dicari dan dikumpulkan.<sup>25</sup> Data sekunder merupakan pelengkap yang nantinya akan dikorelasikan dengan data primer seperti buku, jurnal, dan undang-undang yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>26</sup> Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data atau dokumen yang tersedia di MaoMao Thai Tea Cirebon, jurnal, buku, undang-undang yang terkait.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara terhadap informan sebagai sumber data dan informasi dilakukan dengan tujuan mengali informasi tentang fokus penelitian. Menurut Bogdan dan Biklen wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang diarahkan oleh seseorang

---

<sup>22</sup> Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Perssindo, 2019), 29.

<sup>23</sup> Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, 30.

<sup>24</sup> Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, 34.

<sup>25</sup> Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, 30.

<sup>26</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 80.

untuk memperoleh keterangan.<sup>27</sup> Wawancara berdasarkan strukturnya terbagi menjadi 2 (dua), yaitu wawancara tertutup dan wawancara terbuka. Wawancara tertutup yaitu wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang difokuskan pada topik-topik tertentu, sedangkan wawancara terbuka yaitu peneliti memberikan kebebasan dan mendorong subyek untuk berbicara secara luas dan isi pembicaraan lebih banyak ditentukan oleh subyek.<sup>28</sup> Dalam penelitian ini, penulis akan mewawancarai pihak MaoMao Thai Tea Cirebon yang dimana pihak tersebut akan memberikan jawaban atau informasi atas pertanyaan-pertanyaan dari penanya. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui dampak pendaftaran Merek Dagang oleh MaoMao Thai Tea Cirebon. Wawancara juga akan dilakukan kepada konsumen MaoMao Thai Tea Cirebon mengenai pengaruh Merek terhadap pemilihan produk oleh konsumen.

b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data memiliki ciri spesifik yaitu tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Observasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung, melalui pengamatan dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran.<sup>29</sup> Dalam arti luas, observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan observasi yang akan dilakukan di MaoMaoThai Tea Cirebon, untuk mengetahui dampak sebelum dan sesudah Merek Dagang di daftarkan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dokumentasi diartikan sebagai cara pengumpulan data dengan cara memanfaatkan data-data berupa buku, catatan atau

---

<sup>27</sup> Salim dan Syahrudin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 119.

<sup>28</sup> Salim dan Syahrudin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 122.

<sup>29</sup> Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 104.



dokumen.<sup>30</sup> Teknik atau studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil-dalil atau hukum-hukum dan lain-lain berhubungan dengan masalah penelitian.<sup>31</sup> Melalui dokumentasi ini peneliti dapat melengkapi dan memperoleh informasi yang diperlukan dalam proses penelitian. Dalam hal ini yang peneliti jadikan data dokumentasi adalah foto-foto proses pelaksanaan wawancara kepada pemilik dan konsumen MaoMaoThai Tea Cirebon.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif berbentuk kata-kata yang diperoleh dari dokumen, wawancara atau observasi, yang biasanya dituangkan dalam catatan atau rekaman kata-kata, kalimat atau paragraf.<sup>32</sup> Menurut Sugiyono, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>33</sup> Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif. Analisis dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terkumpul.

Dalam analisis data yang kualitatif akan dilakukan 3 (tiga) tahapan secara bersamaan diantaranya, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berikut penjelasan mengenai ketiganya, yaitu:<sup>34</sup>

### a. Reduksi data

---

<sup>30</sup> Dodiet Aditya, *Data dan Metode Pengumpulan Data Penelitian*, (Surakarta: Politeknik Kesehatan Surakarta, 2013), 16.

<sup>31</sup> Iryana, et all, *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*, (Sorong: Suwendra, 2018), 11.

<sup>32</sup> Mohammad Ali, *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 287.

<sup>33</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 236.

<sup>34</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 243-252.

Menurut Sugiyono, reduksi data adalah analisis data yang dilakukan dengan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema serta polanya.

b. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan pengelompokkan data yang telah direduksi. Penyajian data bertujuan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan.

c. Kesimpulan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih dikhususkan pada penafsiran data yang telah disajikan. Kesimpulan dan verifikasi sebagai bagian dari hasil analisis data.

### **G. Sitematika Penulisan**

Sistematika pembahasan merupakan rangkaian urutan ataupun runtunan sistematik dari beberapa uraian suatu sistem pembahasan dalam suatu karangan ilmiah. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penulis ataupun pembaca untuk mengetahui alur daripada karya ilmiah yang dibaca. Penelitian ini terdiri atas lima bab yang diuraikan sebagai berikut:

**BAB I:** memuat tentang Pendahuluan, bab ini memuat beberapa poin yaitu Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Literature Review, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian, Sistematika Penulisan.

**BAB II:** membahas mengenai Implementasi Pendaftaran Merek dan Bentuk Perlindungan Hukum, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Serta Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah. Pembahasan ini meliputi Implementasi Pendaftaran Merek, Bentuk Perlindungan Hukum, Tinjauan Umum tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan Konsepsi tentang Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah.

BAB III: memuat Profil Maomao Thai Tea Cirebon, Pada bab ini akan memaparkan tentang Deskripsi Perusahaan MaoMao Thai Tea Cirebon, Strategi Pemasaran yang dilakukan MaoMao Tahi Tea Cirebon untuk Menarik Konsumen, Syarat dan Cara menjadi Mitra MaoMao Thai Tea Cirebon, serta Produksi, Distribusi dan Bahan Baku MaoMaoThai Tea Cirebon.

BAB IV: memuat Analisis Data yaitu Implementasi Pendaftaran Merek dan Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah, Pada bab ini akan memaparkan analisis tentang Implementasi Pendaftaran Merek Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Dampak merek sebelum dan sesudah didaftarkan MaoMao Thai Tea Cirebon, dan Perlindungan Hukum Atas Merek Terdaftar dalam Persepektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah

BAB V: Penutup, sebagai penutup yang merupakan rangkaian akhir dari sebuah penelitian, yang dimana pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian, dan saran-saran yang merupakan rekomendasi atau masukkan peneliti dari hasil pembahasan.

