

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Jenang adalah makanan tradisional Indonesia yang sudah ada sejak lama. Sejarah jenang diperkirakan berasal dari zaman Kerajaan Mataram Kuno pada abad ke-8 Masehi. Pada masa itu, jenang masih digunakan sebagai makanan sakral untuk kegiatan keagamaan. Selain itu, jenang juga menjadi makanan untuk raja dan keluarga kerajaan¹.

Seiring dengan perkembangan zaman, jenang mulai dianggap sebagai makanan yang bisa dikonsumsi oleh semua orang, bukan hanya untuk kegiatan keagamaan atau keluarga kerajaan. Bahkan, jenang menjadi makanan yang cukup populer di beberapa daerah di Indonesia, terutama di Jawa Tengah.

Di Kabupaten Kudus, jenang menjadi salah satu makanan khas yang terkenal. Jenang Kudus memiliki ciri khas tersendiri yang membuatnya berbeda dengan jenang dari daerah lain. Proses pembuatan jenang Kudus masih dilakukan secara tradisional dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi. Salah satu bahan utama jenang Kudus adalah ketan putih yang diproses secara khusus hingga menghasilkan tekstur yang lembut dan kenyal².

Perkembangan makanan khas Kudus yang disebut sebagai Jenang

¹ Riska Fitria, “*Sejarah Jenang*”, <https://www.tauwisataindonesia.com/2020/08/asal-usul-jenang-kudus.html>, tanggal diakses 29 Maret 2023

² *Loc Cit.*

berkembang pesat dan mulai dikenal oleh berbagai daerah lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa makanan ringan tersebut disenangi dan dikagumi. Tak hanya itu Jenang digunakan sebagai oleh-oleh makanan ringan yang dibawa pulang wisatawan di daerahnya selepas mengunjungi Kabupaten Kudus. Jenang Kudus terkenal dengan rasanya yang manis dengan bahan dasar tepung beras ketan, gula pasir, gula kelapa, santan dan lemak nabati.

Makanan tersebut memiliki tekstur yang kenyal dengan varian rasa seperti coklat, susu, cappuccino, mocca, durian, nangka, pandan, dan cocopandan. Jenang disajikan dalam potongan-potongan kecil kemudian dibungkus dengan kertas plastik dan dikemas dalam sebuah dus³. Hal tersebut mendorong para UMKM yang tertarik untuk mengembangkan dan memproduksi Jenang dengan jumlah banyak dengan karakter berbeda dari satu pelaku usaha dengan pelaku usaha yang lainnya.

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dirasa signifikan dalam perekonomian Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UU UMKM) menjadi payung hukum yang mengatur pelaksanaan UMKM, karena dalam Undang-Undang menjelaskan secara rinci pengertian mulai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah serta kepemilikan usaha tersebut⁴.

UMKM merupakan usaha yang dibangun oleh pelaku usaha dengan

³ Titin Hatma, "Fakta Menarik Tentang Jenang Kudus, Camilan Manis Legendaris", <https://id.theasianparent.com/jenang-kudus>, tanggal diakses 29 Maret 2023.

⁴ Wiga Maulana Baihaqi, Christopher Prima dan Nabella Putri Widianoro, "Pelatihan dan Pendampingan Pendaftaran Merek Dagang Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaen Banyumas", Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, Volume 2 Nomor 1, 2021, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Purwokerto, Purwokerto, Hlm 69.

memproduksi barang atau jasa sendiri seperti makanan, kerajinan tangan, fashion dan lain-lainnya. Semua jenis usaha yang telah dibuat oleh UMKM perlu mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum diantaranya adalah berkaitan dengan kekayaannya termasuk kekayaan intelektual.

Pengertian Usaha Mikro menurut Pasal 1 angka 1 UU UMKM yaitu usaha mikro merupakan usaha yang produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang telah diatur. Usaha mikro pada dasarnya telah mengikuti perkembangan zaman yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi diantaranya facebook, instagran, whatsapp bahkan ada juga yang memiliki website tersendiri⁵. Selain itu juga mereka menggunakan media promosi konvensional yaitu menyediakan spanduk pada kios atau outlet berisikan produk-produk hasil olahan mereka. Pada umumnya para pelaku usaha mikro memiliki merek sendiri sebagai brand dari hasil cipta karya olahannya akan tetapi hampir seluruh merek yang mereka gunakan tidak terdaftar pada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Dengan tidak terdaftarnya merek mereka sehingga mengakibatkan banyak produk yang mirip bahkan serupa bermunculan. Hal ini mengakibatkan pemilik merek awal tersebut tidak terlindungi hak-haknya⁶.

Di PT. Mubarokfood Cipta Delicia yang memproduksi jenang

⁵ Wahyudi Dan Ananda Putri Nur Amalia, “Tata Cara Pendaftaran Merek Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Lingkungan Karang Taruna Padalarang Kabupaten Bandung Barat” Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, volume 4 nomor 1, 2022, Fakultas Hukum Universitas Komputer Indonesia, Bandung, hlm 18.

⁶ Loc Cit.

mubarak pernah terjadi merek jenangnya ditiru dan menimbulkan kerugian, khususnya kerugian yang ditanggung oleh pihak pemilik merek sah, sehingga menjadi persoalan hukum dan wajar apabila pihak pemilik merek merasa keberatan dan mengadakan tuntutan hukum kepada pelaku praktek peniruan tersebut. Hal tersebut terjadi seiring perkembangan Mubarakfood semakin berkembang pesat.

Hal ini terbukti dengan banyaknya pesaing yang ikut-ikutan mengikuti dan menyaingi produk-produk Mubarakfood yaitu jenang Mubarak. Banyak dari pihak produsen lain yang berusaha menyaingi produknya dengan menggunakan merek lain yang hampir sama. Pihak produsen yang lain mencoba meniru dari merek tersebut. Mereka meniru baik dari segi bentuk, tulisan, logo, maupun yang lainnya. mungkin hanya sedikit saja yang membedakan antara yang asli dengan yang tiruan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persaingan yang dilakukan oleh pihak produsen lain sangatlah tidak sehat. Misalnya PT. Mubarakfood memproduksi jenang Mubarak. "MUBAROK" merupakan nama yang diberikan perusahaan, karena nama tersebut sudah dikenal banyak masyarakat, maka produsen lain mencoba membuat merek yang menyerupai nama "MUBAROK". Contohnya diganti dengan nama-nama seperti MUNBAROK, MUTABAROK, MUTBAROH dan lain-lain. Mereka melakukan dengan cara menambah satu huruf saja didalamnya supaya mirip seperti "MUBAROK" saja, produk yang lain juga melakukan hal yang sama seperti "SINAR 33" juga mengalami nasib yang serupa. Produsen lain juga

melakukan hal yang sama seperti “MUBAROK” supaya mirip dengan tulisan “SINAR 33”, mereka menambahi atau memasukkan satu huruf saja tanda titik, koma dan lain-lain sebagainya⁷.

Sebagai pelaku usaha sudah sepantasnya UMKM perlu memperhatikan kekayaan intelektual dari buatan yang telah dihasilkannya. Oleh karenanya, pemerintah menjembatani keringanan dalam kepengurusan pendaftaran di Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual secara online diantaranya dalam bidang Merek, Hak Cipta, dan Desain Industri. Walaupun demikian tidak semua UMKM berminat dalam mengurus Kekayaan Intelektual guna mendapatkan perlindungan hukum khususnya di bidang Merek. Dari beberapa penelusuran peneliti, sebagian besar UMKM belum tertarik untuk mendaftarkan hasil yang diproduksinya. Produk Jenang yang dihasilkan oleh UMKM di Kabupaten Kudus telah ada merek yang tertulis dalam kemasannya namun belum memiliki merek yang terdaftar di Dirjen HKI. Minimnya pemahaman akan manfaat pendaftaran merek bagi industri UMKM dan juga dengan keterbatasan modal, menjadikan para pelaku usaha kurang peka terhadap produk hasil olahan yang dihasilkan guna mendapatkan perlindungan hukum mereknya. Suatu merek akan mendapatkan perlindungan hukum jika telah melakukan permohonan pendaftaran hingga mendapatkan sertifikat merek. Oleh karena itu, peranan pemerintah sangat dibutuhkan guna mendorong aktivitas UMKM serta

⁷Annisa Nur Asrinim dan Budi Santoso, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pemegang Hak Atas Merek Dagang PT. Mubarakfood Cipta Delicia*”, Jurnal Notarius, Volume 16 Nomor 1, 2023 Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang, hlm117.

dukungan agar semua pelaku usaha mendaftarkan mereknya⁸.

Merek sebagai salah satu pembeda suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dengan perusahaan lain dengan maksud menunjukkan ciri dan asal-usul barang (indication of original)⁹. Merek merupakan sarana prasarana pemasaran dan periklanan (a marketing and advertising) memberikan suatu tingkat informasi tertentu kepada konsumen mengenai barang/ dan jasa yang dihasilkan oleh pengusaha¹⁰. Merek juga memberikan perlindungan hukum bagi pemiliknya apabila merek tersebut didaftarkan. Perlindungan hukum terhadap merek yang sudah didaftarkan bersifat preventif. Prinsip ini dikenal sebagai sistem pendaftaran konstitutif, artinya pendaftaran merek memberikan kepastian hukum bagi pemilik merek yang sah dan dapat dijadikan sebagai alat bukti apabila terjadi peniruan merek miliknya oleh pihak lain tanpa meminta izin karena sistem konstitutif menganut prinsip first to file. Prinsip tersebut artinya bahwa merek yang terlebih dahulu didaftarkan pertama kali di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual Kementerian Hak dan Asasi Manusia maka ialah yang memiliki hak sepenuhnya terhadap merek tersebut¹¹.

Perlindungan atas merek di Indonesia mengacu pada Perjanjian

⁸ Sulasno dan Uul Nabila, "Penerapan Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Atas UMKM Melalui Program Sabtu Minggu Di Kota Serang", Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Volume 09 Nomor 01, 2020, Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Serang Raya, Serang, hlm 28.

⁹ Dimas Abimanyu sasono dan Imam Haryanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Intrnasional dengan Hak Prioritas Indonesia", Jurnal Cahaya Mandalika, volume 2 Nomor 2, Magister Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veterean Jakarta, Jakarta, hlm 209.

¹⁰ Ok Saidin, "Hak Kekayaan Intelektual (intellectual properti rights)", Raja Gafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm 207.

¹¹ Putu Agus Yana Saputra, Ratna Artha Windari dan Ni Ketut Sari Adnyani, "Implementasi Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek Terhadap Clothing Di Kota Singaraja", Jurnal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha, Volume 1 Nomor 2, 2018, Fakultas Hukum Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, hlm 166.

Internasional dan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Pada tahun 1974 Pemerintah Indonesia meratifikasi Perjanjian Internasional TRIPs (Agreement Trade Related Aspect Of Intellectual Property Rights). Dengan diratifikasinya perjanjian tersebut maka pemerintah wajib melindungi Kekayaan Intelektual salah satunya Merek dan menindaklanjuti dari diratifikasinya perjanjian tersebut dengan berbagai Peraturan Perundang-undangan¹². Saat ini Indonesia telah menghasilkan Peraturan Perundang-undangan tentang Merek yaitu:

1. Undang-Undang Merek Nomor 19 Tahun 1992
2. Undang-Undang Merek Nomor 14 Tahun 1997
3. Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001
4. Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis Nomor 20 Tahun 2016

Perlindungan merek saat ini yang berlaku adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (selanjutnya ditulis UU Merek dan IG). Pasal 1 angka 1 UU Merek dan IG menyatakan bahwa 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/atau jasa.

Tujuan pendaftaran Merek secara umum adalah untuk menciptakan

¹² Anis Mashdurohaturun. “*Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Perspektif Sejarah Indonesia, Madina Semarang*”, (2013). Hlm.7

keamanan dan ketertiban masyarakat khususnya pelaku usaha untuk kepentingan perdagangan¹³. Meskipun diatur secara rinci namun aturan tersebut tidak akan berjalan secara efektif apabila pelaku usaha kurang memiliki kesadaran hukumnya¹⁴. Kesadaran hukum yang dimaksud salah satunya yaitu kesadaran untuk mendaftarkan Merek guna mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah dan menghindari adanya tindakan yang dapat merugikan pelaku usaha sendiri. Seringnya terjadi penyalahgunaan merek oleh pihak lain, peniruan, pemalsuan hal tersebut berujung menimbulkan kerugian¹⁵. Kesadaran hukum menjadikan tunduk untuk melaksanakan ketentuan hukum yang tidak berdasarkan oleh pengertian dan pengetahuan, tetapi mengutamakan sikap kepribadian demi suatu bentuk perilaku yang sadar hukum.

UMKM di Kabupaten Kudus dibina dan dilatih oleh Dinas Tenaga Kerja Perindustrian Kabupaten Kudus. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diberdayakan sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi dengan diberikan kesempatan berusaha dan perkembangan usaha seluas-luasnya sehingga UMKM mampu bertumbuh dan berkembang menjadi usaha yang mandiri¹⁶. Tujuan Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kudus yaitu¹⁷:

- 1) Mewujudkan perekonomian seimbang dan berkembang dengan

¹³ Chandra Gita Dewi, “*Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*”, Deepublish, sleman, 2019, hlm 28.

¹⁴ Windi Afdal and Cicillia Chandra Putri, “*Pendampingan Pendaftaran Hak Merek Dagang Jago Na ' Box Dalam Meningkatkan Perlindungan Hukum Pada Merek Umkm*”, jurnal prosiding National Conference for Community Service, volume 4 Nomor 1, 2022, Universitas International Batam, Batam, Hlm 1478.

¹⁵ *Loc Cit*

¹⁶ Hestanto, “*Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*”, <https://www.hestanto.web.id/pemberdayaan-umkm/>, tanggal diakses 29 Maret 2023

¹⁷ *Loc Cit*

- berperikeadilan.
- 2) Mengembangkan dengan kemampuan UMKM menjadi wirausahawan Tangguh dan mandiri
 - 3) Meningkatkan UMKM dalam peran pembangunan daerah, menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan mengurangi rakyat dari kemiskinan.

Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Usaha Mikro Dan Usaha Kecil Pasal 35 mengatur mengenai Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu:

- 1) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.
- 2) Kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan usaha.
- 3) Kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas:
 - a) Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - b) Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
 - c) Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 4) Untuk pemberian kemudahan, pelindungan, dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah selain kriteria modal usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) digunakan kriteria hasil penjualan tahunan.
- 5) Kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) terdiri atas:
 - a) Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
 - b) Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan Paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah); dan
 - c) Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)

sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

- 6) Dalam hal pelaku usaha telah melaksanakan kegiatan usaha sebelum Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku, pemberian kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan diberikan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memenuhi kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (5).
- 7) Nilai nominal kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (5) dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian.

Dibawah ini disajikan jumlah UMKM di Kudus dan juga jumlah pelaku usaha yang memproduksi jenang berskala Mikro.

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Kabupaten Kudus yang terdaftar

No	Jenis Produk	Jumlah UMKM			Jumlah Merek		
		2020	2021	2022	2020	2021	2022
1	Perdagangan	6.906	6.804	7.106	2	3	2
2	Makanan&Minuman	2.368	3.525	3.739	2	9	12
3	Fashion	1.260	1.360	1.521	-	3	10
4	Kraft	340	350	368	-	-	1
5	Logam	346	361	384	-	-	-
6	Jasa	2.060	2.070	2.122	-	-	-
7	Peternakan&pertanian	1.235	1.290	1.367	-	8	2
	Lain lain	515	530	575	-	2	1
	Jumlah	15.030	16.290	17.182	4	25	28

Sumber: Dinas Perindustrian, diolah peneliti, 2022

Tabel 1.2
Jumlah Pelaku Usaha Mikro Jenang di Kabupaten Kudus

No	Nama Merek Jenang Klasifikasi Mikro	Merek Terdaftar	Merek Tidak Terdaftar
1	Jenang Garuda		√
2	Jenang Al-Husna		√
3	Jenang Marlina		√
4	Jenang Kaliputu		√
5	Jenang Muncul		√
6	Jenang UD PJ Faza		√
7	Jenang Kudus Enak		√
8	Jenang Karomah		√
9	Jenang Sinar Melati		√
10	Jenang Jadi Jaya		√
11	Jenang Sinar Fadhil		√
12	Jenang Modin Jamirah		√
13	Jenang Sinar Adhim		√
14	Jenang Sinar Tiga-Tiga	√	
15	Jenang Claszeto	√	
16	Jenang Wijen		√
17	Jenang Tiyo		√
18	Jenang Campur		√
19	Jenang Nangka Tiani		√
20	Jenang Asia-Aminah	√	
21	Jenang Nurul Kudus		√
22	Jenang Arofah		√
23	Jenang Kudus	√	
24	Jenang Muncul		√
25	Jenang Asia Pacific		√
26	Jenang Kudus Viva		√
27	Jenang Semesta Kudus		√
28	Jenang Kudus Abadi		√
29	Jenang Zebra Kudus		√
30	Bakpia Jenang	√	
31	Jenang Karomah		√
32	Jenang Menoro Barokah		√
33	Jenang Baginda Raja		√
34	Jenang Citra Persada	√	
35	Jenang Wijen Kudus		√
36	Jenang Rohmah		√
37	Jenang Kudus Kenia		√
38	Jenang Kudus Menara		√
39	Jenang Puteri Kudus		√
40	Jenang Menara Kudus		√
41	Jenang Kudus Wisata		√

No	Nama Merek Jenang Klasifikasi Mikro	Merek Terdaftar	Merek Tidak Terdaftar
42	Jenang Kudus M Furqan		√
43	Jenang Muria Jaya		√
44	Jenang Tiga-Tiga Prima		√
45	Jenang Kudus Asia		√
46	Jenang RizQina		√
47	Jenang Hikmah		√

Sumber: Dinas Perindustrian, diolah peneliti, 2022

Data diatas diketahui bahwa pelaku usaha mikro jenang UMKM Jenang di Kabupaten Kudus yang berjumlah 47 hanya 6 saja pelaku usaha Jenang yang telah mendaftarkan mereknya dan 41 para pelaku usaha mikro Jenang lainnya belum mendaftarkan mereknya.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian guna suatu penulisan skripsi dengan judul KESADARAN HUKUM PELAKU USAHA MIKRO JENANG DALAM PENDAFTARAN MEREK DI KABUPATEN KUDUS

B. Rumusan Permasalahan

Penelitian ini difokuskan pada studi di UMKM khususnya yang berskala Mikro dari produk makanan khas Kudus yaitu Jenang. Dalam penelitian ini permasalahan dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengapa masih banyak pelaku usaha Mikro Jenang di Kabupaten Kudus yang belum mendaftarkan Mereknya?
2. Bagaimana Upaya Pemerintah Kabupaten Kudus dalam meningkatkan kesadaran hukum pelaku usaha Mikro Jenang untuk mendaftarkan Mereknya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui yang tepat dalam proses penelitian yang dilakukan agar penelitian tersebut berjalan sesuai dengan apa yang hendak dicapai, oleh karenanya ini dimaksudkan untuk tujuan sebagai berikut :

1. Ingin mengetahui dan memperoleh gambaran tentang alasan/pertimbangannya pelaku usaha Jenang berskala Mikro di Kabupaten Kudus belum mendaftarkan Mereknya.
2. Ingin mengetahui upaya Pemerintah Kabupaten Kudus dalam meningkatkan kesadaran Hukum pelaku usaha Jenang yang berskala Mikro khususnya Jenang untuk mendaftarkan Mereknya.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik untuk kegunaan praktis dan teoritis, adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk kepentingan pengetahuan tentang kesadaran pendaftaran merek guna mendapatkan perlindungan hukumnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil dan masukan sebagai evaluasi pemerintah dan terlebih khususnya pelaku usaha UMKM Kabupaten Kudus akan pentingnya mendaftarkan Merek

Produknya guna mendapatkan perlindungan hukum.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pelaku Usaha khususnya Jenjang untuk memahami pentingnya Perlindungan Hukum Mereknya.

E. Sistematika Penulisan

Berkaitan dengan penulisan skripsi, skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yang saling berkaitan dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang permasalahan yang menguraikan mengenai ruang lingkup secara umum ke permasalahan Khusus. Selain itu juga membahas perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang Kesadaran Hukum, Usaha Mikro Kecil dan Menengah serta Merek.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dengan menguraikan pengertian, alasan penggunaan argumetasi, serta bagaimana operasionalisasinya

yang terdiri dari :

Metode Pendekatan, Spesifikasi Penelitian, Metode Penentuan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Metode Pengolahan dan Penyajian Data dan Metode Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan yaitu mengenai upaya Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Jenang dalam Pendaftaran Merek di Kabupaten Kudus serta mengenai faktor penghambat para pelaku usaha mikro jenang yang masih banyak belum mendaftarkan merek.

BAB V : PENUTUP

Bab V merupakan bab terkakhir penyusunan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Dalam bab ini yang akan diuraikan merupakan jawaban dari permasalahan peneliti dengan disertai saran dari penulis.