

Analisis Peluang Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Tanaman Hias “Bangun Sari Flower Village” Sebagai Upaya Pelindungan Hukum dan Peningkatan Daya Saing Produk Lokal di Kecamatan Tanjung Morawa

Faiz Muhammad Zacky¹ Parlaungan Gabriel Siahaan² Mhiranda T Sitorus³ Samiullah Putra Limbong⁴ Suci Rohani Panjaitan⁵

Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: faizmuhammadzacky@gmail.com¹ parlaungansiahaan@unimed.ac.id²
mhirandasitorus29@gmail.com³ samiullahputralimbong@gmail.com⁴
sucipanjaitan24@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan UMKM “Bangun Sari Flower Village” untuk memperoleh perlindungan hukum dan meningkatkan daya saing melalui pendaftaran Merek Kolektif. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis empiris melalui wawancara, observasi, dan studi kepustakaan mengenai HKI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang pendaftaran Merek Kolektif cukup besar karena produk kelompok memiliki keseragaman, potensi pasar tinggi, dan dukungan pemerintah tersedia. Namun, kesiapan kelompok masih rendah, terutama karena belum memiliki dokumen kelembagaan seperti AD/ART, struktur organisasi, dan SOP mutu. Pemahaman pengurus dan petani tentang HKI juga masih terbatas. Dinas Koperasi menilai kelompok dapat memenuhi persyaratan apabila dilakukan pembinaan dan perbaikan administrasi secara bertahap. Secara keseluruhan, Merek Kolektif berpotensi memberikan perlindungan yang lebih kuat dan meningkatkan daya saing produk, tetapi membutuhkan pendampingan, penguatan organisasi, serta peningkatan pemahaman anggota terhadap standar kualitas.

Kata Kunci: Merek Kolektif, Perlindungan Hukum, Daya Saing

Abstract

This research is motivated by the need of the "Bunga Bangun Sari Village" MSME to obtain legal protection and increase competitiveness through Collective Trademark registration. The research used a qualitative method with an empirical legal approach through interviews, observations, and literature studies on IPR. The results of the study indicate that the opportunity for Collective Trademark registration is quite large because the product group has uniformity, high market potential, and government support is available. However, the group's readiness is still low, mainly because it does not yet have institutional documents such as Articles of Association/Bylaws, organizational structure, and quality SOPs. The management and farmers' understanding of IPR is also still limited. The Cooperatives Office assesses that the group can meet the requirements if training and administrative improvements are carried out gradually. Overall, Collective Trademarks have the potential to provide stronger protection and increase product competitiveness, but require mentoring, organizational strengthening, and increased member understanding of quality standards.

Keywords: Collective Mark, Legal Protection, Competitiveness



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

INTRODUCTION

Dalam era persaingan ekonomi yang semakin kompetitif, perlindungan hukum terhadap produk lokal menjadi salah satu kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu instrumen hukum yang memiliki peran strategis dalam menjaga identitas dan meningkatkan daya saing produk adalah merek. Merek sebagai salah satu bentuk karya intelektual memiliki peranan penting bagi kelangsungan

perdagangan barang atau jasa maupun dalam kegiatan investasi. Keberadaan merek pada suatu produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen sebagai tanda pengenal atau daya pembeda (personal branding) terhadap barang lain yang sejenis. Selain itu, merek juga menunjukkan jaminan kualitas produk atau jasa dalam perdagangan. Merek merupakan aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan yang sangat besar jika dikelola dengan sistem dan manajemen yang baik (Nugroho 2024:14103).

Perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual, khususnya merek, merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan ekonomi berbasis komunitas di era persaingan perdagangan modern. Di tengah meningkatnya produksi dan distribusi produk-produk lokal, keberadaan merek tidak hanya berfungsi sebagai identitas komersial, tetapi juga sebagai instrumen hukum yang memberikan jaminan kepastian dan perlindungan terhadap suatu produk. Merek yang terdaftar dapat melindungi reputasi, kualitas, dan karakteristik khas suatu produk dari ancaman pemalsuan atau peniruan oleh pihak lain. Oleh karena itu, pendaftaran merek kolektif merupakan langkah strategis untuk memberikan perlindungan hukum sekaligus meningkatkan nilai tambah bagi produk-produk UMKM (Gayatri, Putra 2023:2044). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa merek memiliki fungsi pembeda dan memberikan hak eksklusif kepada pemiliknya (Ardiansyah, Dwi, and Pita 2024:232). Dalam Pasal 1 angka 1 undang-undang tersebut, dijelaskan bahwa merek adalah suatu tanda yang dapat ditampilkan secara grafis baik berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, komposisi warna, bentuk dua atau tiga dimensi, suara, hologram, maupun gabungan dari beberapa unsur tersebut yang berfungsi membedakan produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh individu maupun badan hukum dalam kegiatan perdagangan. Selanjutnya, Pasal 1 angka 5 menjelaskan bahwa hak atas merek merupakan hak khusus yang diberikan negara kepada pemilik merek terdaftar dalam jangka waktu tertentu, sehingga pemilik dapat memakai merek tersebut sendiri atau memberikan izin penggunaannya kepada pihak lain (Susilowati and Marina 2025:44).

Secara normatif, peraturan perundang-undangan di Indonesia telah menyediakan skema perlindungan merek bagi pelaku usaha, termasuk melalui mekanisme merek kolektif. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang dan/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/jasa sejenis lainnya (Susilowati and Marina 2025:1034). Pelindungan terhadap kekayaan intelektual membuka peluang yang signifikan bagi UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Melalui perlindungan terhadap produk maupun jasa yang dihasilkan, UMKM dapat membentuk identitas usaha yang lebih kuat sekaligus memperluas jangkauan pasarnya. Selain itu, perlindungan ini memberi rasa aman bagi pelaku usaha dalam mengembangkan inovasi serta menjaga keberlanjutan daya saing mereka (Thorieq et al. 2024:944).

Namun secara empiris, pemanfaatan merek kolektif oleh pelaku UMKM di Indonesia masih sangat rendah. Banyak UMKM belum memahami prosedur pendaftaran merek maupun manfaat hukum yang diperoleh, sehingga produk mereka rentan terhadap peniruan dan persaingan tidak sehat. Hal ini terbukti dari penelitian (Utami, Yuhelson, and Marniati 2024:82) yang menemukan bahwa UMKM di Pulau Pasaran masih minim pemahaman mengenai mekanisme merek kolektif dan belum memiliki kesiapan kelembagaan untuk memenuhi persyaratan administratif. Perbedaan antara ketentuan yang berlaku dan kondisi nyata di lapangan tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut. Keterbatasan pemahaman hukum, kurangnya pendampingan, dan rendahnya kesadaran akan

pentingnya hak kekayaan intelektual menjadi faktor utama yang menyebabkan banyak produk lokal belum memperoleh perlindungan merek yang memadai (Wulandari and Ahmad 2023:58). Meskipun regulasi telah memberikan kerangka hukum yang jelas melalui mekanisme merek kolektif, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatannya belum maksimal. Banyak pelaku UMKM, termasuk Usaha Tanaman Hias “Bangun Sari *Flower Village*”, masih menghadapi kendala dalam memahami prosedur pendaftaran, hak dan kewajiban yang terkait, serta implementasi standar mutu yang ditetapkan secara kolektif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan yang nyata antara regulasi hukum yang tersedia dengan implementasi di lapangan, sehingga pelaku UMKM sering kali tidak dapat memanfaatkan perlindungan hukum yang seharusnya mereka peroleh.

Dalam konteks Usaha Tanaman Hias “Bangun Sari *Flower Village*”, hal ini menjadi relevan karena kesiapan administratif dan kelembagaan untuk mendaftarkan merek kolektif masih perlu dianalisis secara mendalam. Peluang usaha untuk memenuhi persyaratan hukum yang berlaku dalam pendaftaran merek kolektif juga belum diketahui secara pasti, sehingga penting untuk mengidentifikasi hambatan maupun potensi yang ada. Selain itu, bentuk dan cakupan perlindungan hukum yang diperoleh melalui pendaftaran merek kolektif terhadap usaha ini masih memerlukan kajian sistematis agar perlindungan yang diberikan efektif dan dapat diterapkan secara praktis. Kontribusi pendaftaran merek kolektif terhadap peningkatan kualitas produk, termasuk penerapan standar mutu dan penguatan identitas produk, juga perlu diidentifikasi secara komprehensif. Lebih lanjut, dampak pendaftaran merek kolektif terhadap peningkatan daya saing dan posisi produk lokal “Bangun Sari *Flower Village*” di pasar memerlukan pemahaman yang lebih jelas dan analisis yang terstruktur, sehingga strategi perlindungan hukum dan pengembangan usaha dapat berjalan secara optimal.

Merek kolektif kemudian muncul sebagai alternatif strategis bagi kelompok usaha, karena konsep ini memungkinkan para pelaku usaha dalam satu komunitas memperoleh perlindungan hukum secara bersama-sama. Melalui pendaftaran merek kolektif, suatu kelompok dapat membangun identitas komunal yang lebih kuat, menerapkan standar kualitas yang seragam, dan memastikan bahwa setiap produk yang beredar di bawah merek tersebut memenuhi kriteria yang telah disepakati. Model perlindungan seperti ini tidak hanya memperkuat posisi hukum kelompok usaha di pasar, tetapi juga memberikan nilai tambah terhadap reputasi dan kepercayaan konsumen, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal secara lebih efektif dan berkelanjutan (Nugroho 2024:59). Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu penelitian yang secara komprehensif mengkaji bagaimana peluang penerapan merek kolektif dapat dioptimalkan oleh kelompok usaha, termasuk bentuk perlindungan hukum yang dapat diperoleh melalui pendaftaran tersebut. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk menilai sejauh mana merek kolektif mampu meningkatkan daya saing produk lokal di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, sehingga strategi hukum dan pengembangan usaha dapat dirumuskan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

RESEARCH METHODS

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis digunakan untuk menelaah ketentuan hukum yang mengatur mengenai merek kolektif, termasuk asas, prosedur, serta bentuk perlindungan hukum yang relevan bagi Usaha Tanaman Hias “Bangun Sari *Flower Village*” dalam upaya pendaftaran merek kolektif. Sementara itu, pendekatan empiris dilakukan dengan menggali data langsung dari lapangan melalui wawancara dan observasi terhadap pengurus serta petani tanaman hias di Kecamatan Tanjung Morawa untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka mengenai pentingnya merek kolektif, kesiapan kelompok dalam

memenuhi persyaratan hukum, dan persepsi mereka terhadap peluang peningkatan daya saing melalui perlindungan merek.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Peluang dan Kesiapan Usaha Tanaman Hias “Bangun Sari Flower Village” dalam Memenuhi Persyaratan Hukum, Administratif, dan Kelembagaan Untuk Melakukan Pendaftaran Merek Kolektif

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Bangun Sari Flower Village sebenarnya memiliki peluang yang cukup besar untuk mengajukan pendaftaran Merek Kolektif. Posisi kawasan ini sebagai pusat budidaya tanaman hias yang cukup dikenal, ditambah perhatian serta dukungan dari Dinas Koperasi dan UMKM, menggambarkan bahwa potensi untuk mengembangkan identitas kolektif melalui merek cukup kuat. Meskipun demikian, ketika dilihat dari aspek kesiapan hukum dan kapasitas kelembagaan, kondisi di lapangan memperlihatkan bahwa kelompok ini masih memiliki keterbatasan yang perlu dibenahi. Hambatan tersebut terutama berkaitan dengan rendahnya pemahaman para pengurus mengenai konsep Merek Kolektif. Sebagian besar pengurus belum pernah mengetahui istilah ini sebelumnya, sehingga tidak memahami bagaimana mekanisme kerja, manfaat, maupun persyaratan penggunaan merek tersebut dalam konteks kelompok. Minimnya pengetahuan ini berdampak langsung pada tidak tersedianya dokumen-dokumen formal yang seharusnya menjadi fondasi dasar kelompok, seperti AD/ART, struktur organisasi yang tertulis, pedoman penggunaan merek, hingga SOP mutu. Padahal, seluruh dokumen tersebut merupakan persyaratan utama dalam proses pengajuan Merek Kolektif ke Ditjen KI untuk memastikan bahwa kelompok memiliki tata kelola yang jelas.

Kesiapan sumber daya manusia juga belum optimal. Para pengurus mengakui belum memahami ketentuan-ketentuan terkait Hak Kekayaan Intelektual dan belum pernah melakukan pembahasan internal mengenai kemungkinan pendaftaran merek. Hal ini mengakibatkan absennya koordinasi antara pengurus dan anggota mengenai tanggung jawab, mekanisme kerja, maupun standar yang harus diterapkan apabila merek kolektif nantinya telah terdaftar. Kondisi petani pun menunjukkan gambaran serupa. Hampir seluruh petani yang diwawancarai tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan Merek Kolektif dan belum memahami dampaknya terhadap kualitas produk, strategi pemasaran, atau nilai jual tanaman hias. Karena belum pernah mendapat penjelasan yang memadai, para petani juga belum siap mengikuti SOP atau standar mutu yang menjadi bagian penting dari penggunaan Merek Kolektif. Ketika data dari pengurus dan petani dibandingkan dengan hasil wawancara dari Dinas Koperasi dan UMKM, terlihat bahwa ketiga sumber saling menguatkan satu sama lain. Dinas menilai bahwa kelompok memang memiliki potensi ekonomi dan produk yang dapat dikembangkan melalui Merek Kolektif, namun belum memenuhi struktur kelembagaan dan kelengkapan administrasi yang menjadi standar. Dinas juga menjelaskan bahwa pendaftaran Merek Kolektif menuntut kesiapan organisasi, dokumen legalitas yang lengkap, serta pemahaman mengenai regulasi HKI, sehingga pendampingan dan pembinaan menjadi langkah penting yang harus dilakukan secara bertahap. Selain itu, penerapan SOP mutu dan konsistensi kualitas produk harus dipenuhi agar keberadaan merek kolektif benar-benar memberikan manfaat bagi kelompok.

Meskipun peluang untuk memperoleh Merek Kolektif cukup besar, Bangun Sari Flower Village saat ini belum memiliki kesiapan internal yang cukup untuk memenuhi ketentuan hukum dan administratif. Ketiadaan dokumen dasar, minimnya pemahaman mengenai perlindungan HKI, serta kurangnya kemampuan pengurus dan petani dalam mengelola kewajiban setelah merek terdaftar menjadi hambatan utama. Agar kelompok dapat

mengajukan pendaftaran Merek Kolektif secara formal, diperlukan peningkatan pengetahuan terkait HKI, penyusunan dokumen legalitas secara sistematis, penyusunan SOP mutu, serta penguatan struktur organisasi dengan dukungan pendampingan dari instansi terkait. Upaya pembenahan ini menjadi langkah penting agar kelompok mampu memanfaatkan peluang merek kolektif secara optimal dan berkelanjutan di masa mendatang.

Bentuk Perlindungan Hukum yang diperoleh Usaha Tanaman Hias “Bangun Sari *Flower Village*” Melalui Pendaftaran Merek Kolektif Sesuai dengan Ketentuan Peraturan Perundang-Undangan

Pendaftaran Merek Kolektif memberikan perlindungan hukum yang signifikan bagi Bangun Sari *Flower Village* karena sesuai dengan ketentuan UU No. 20 Tahun 2016, hak atas merek baru diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Prinsip yang tercantum dalam pasal 3 UU Merek memastikan bahwa pihak yang pertama kali mendaftarkan merek adalah pihak yang berhak memperoleh perlindungan hukum atasnya, sehingga kelompok akan memiliki dasar legal yang kuat jika terjadi pemalsuan atau penggunaan tanpa izin dari pihak lain. Hal ini sejalan dengan penjelasan Dinas Koperasi dan UMKM yang menyatakan bahwa merek kolektif memberikan pengakuan resmi negara serta menjadi landasan penindakan jika terjadi penyalahgunaan identitas kelompok. Selain itu, berdasarkan teori Jeffry Belson, merek kolektif berfungsi sebagai tanda sumber barang atau jasa yang menunjukkan bahwa produk tersebut berasal dari anggota suatu asosiasi tertentu. Fungsi ini tidak hanya menegaskan identitas kelompok, tetapi juga mengandung pesan tidak langsung tentang kualitas produk karena anggota biasanya tunduk pada standar mutu tertentu. Temuan wawancara dengan Dinas membuktikan hal ini, karena setelah merek terdaftar, kelompok akan mendapatkan pembinaan terkait SOP mutu dan kontrol kualitas agar standar produk tetap konsisten. Dengan demikian, perlindungan hukum melalui merek kolektif tidak hanya mencakup aspek kepemilikan, tetapi juga jaminan kualitas produk melalui pengawasan yang terstruktur.

Perlindungan hukum lainnya berkaitan dengan kemampuan kelompok untuk mencegah serta menindak pelanggaran melalui mekanisme hukum yang tersedia. Dalam wawancara, Dinas menegaskan bahwa merek kolektif dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk menindak pihak yang menggunakan merek tanpa izin, baik melalui prosedur administratif di Ditjen KI maupun melalui jalur peradilan jika diperlukan. Hal ini sejalan dengan Pasal 1 ayat 4 UU Merek yang menjelaskan bahwa merek kolektif wajib memiliki pengawasan terhadap karakteristik, sifat, dan mutu barang atau jasa yang digunakan bersama oleh para anggotanya untuk membedakan produk dari barang sejenis lainnya. Dengan demikian, kelompok memperoleh perlindungan hukum yang bersifat preventif (mencegah penyalahgunaan) dan represif (menindak pelanggaran). Secara keseluruhan, pendaftaran Merek Kolektif memberikan perlindungan hukum melalui pengakuan resmi negara, eksklusivitas penggunaan, jaminan identitas produk, serta dasar hukum untuk menjaga dan mempertahankan hak atas merek. Selain itu, kelompok juga mendapatkan pembinaan kelembagaan dan standarisasi mutu dari instansi pemerintah, yang selaras dengan teori bahwa merek kolektif tidak hanya menjadi tanda keanggotaan tetapi juga mencerminkan kualitas produk. Dengan berbagai bentuk perlindungan hukum tersebut, Bangun Sari *Flower Village* memiliki peluang untuk memperkuat kelembagaan, menjaga kualitas produk, serta meningkatkan daya saing di pasar melalui identitas merek yang kuat dan diakui secara hukum.

Pendaftaran Merek Kolektif berkontribusi terhadap Peningkatan Kualitas, Identitas Produk, dan Daya Saing Usaha Tanaman Hias “Bangun Sari *Flower Village*” di Pasar

Pendaftaran Merek Kolektif memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas, identitas, serta daya saing produk tanaman hias yang dihasilkan oleh Bangun Sari Flower

Village. Secara konseptual, merek kolektif berfungsi sebagai penanda asal-usul produk sekaligus menunjukkan bahwa produk tersebut diproduksi oleh anggota kelompok yang menerapkan standar mutu tertentu. Hal ini sejalan dengan pandangan Jeffrey Belson yang menyatakan bahwa merek kolektif bukan sekadar simbol keanggotaan, tetapi juga merepresentasikan kualitas karena setiap anggota wajib mematuhi standar yang sama. Dalam konteks Bangun Sari *Flower Village*, pihak Dinas Koperasi menegaskan bahwa setelah pendaftaran dilakukan, kelompok akan mendapatkan pembinaan rutin terkait SOP mutu dan sistem kontrol kualitas. Dengan demikian, pendaftaran merek kolektif menjadi fondasi awal dalam mewujudkan peningkatan mutu produk secara lebih terstruktur dan konsisten. Dari sisi identitas, keberadaan merek kolektif memberikan karakteristik pembeda yang jelas dari produk tanaman hias sejenis, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Ayat 4 Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa merek kolektif harus mencerminkan karakteristik umum, standar kualitas, dan pengawasan yang dilakukan bersama. Saat ini pemahaman petani terkait konsep merek kolektif masih terbatas, namun jika pendaftaran berhasil dilakukan, Bangun Sari *Flower Village* akan memiliki identitas hukum yang diakui negara. Identitas formal ini sangat penting bagi UMKM yang membutuhkan citra usaha yang kredibel dan mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, merek yang terdaftar juga memberikan perlindungan hukum terhadap penyalahgunaan nama kelompok, sehingga reputasi usaha dapat dijaga dengan lebih baik.

Kontribusi pendaftaran merek kolektif terhadap daya saing juga sangat signifikan. Merujuk pada teori dalam buku Membangun UMKM Berdaya Saing, daya saing UMKM dibangun melalui tiga pilar utama: kualitas produk, diferensiasi identitas, dan kepercayaan pasar. Pendaftaran merek kolektif secara langsung mendukung ketiga aspek tersebut menciptakan jaminan kualitas melalui SOP, memperkuat diferensiasi identitas kelompok, serta meningkatkan kepercayaan konsumen melalui legitimasi hukum. Pihak Dinas juga menekankan bahwa merek terdaftar memberikan kemudahan dalam penyelesaian sengketa serta perlindungan eksklusif atas penggunaan nama merek, sehingga kelompok dapat berkompetisi di pasar dengan lebih aman dan profesional. Hal ini menjadikan merek kolektif sebagai instrumen penting untuk membangun keunggulan kompetitif kelompok usaha. Meskipun sebagian besar petani belum memahami sepenuhnya manfaat merek kolektif, respon mereka menunjukkan bahwa keberadaan merek yang jelas diyakini akan meningkatkan kepercayaan pembeli. Pandangan ini sejalan dengan teori daya saing UMKM yang menegaskan bahwa kepercayaan konsumen adalah faktor utama peningkatan nilai jual produk dan perluasan pasar. Apabila Bangun Sari *Flower Village* mampu memenuhi persyaratan administrasi serta menyusun SOP yang disepakati bersama, pendaftaran merek kolektif tidak hanya akan meningkatkan kualitas dan memperkuat identitas produk, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas dan memperkuat posisi kompetitif kelompok. Dengan demikian, pendaftaran Merek Kolektif memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas, identitas produk, serta daya saing usaha tanaman hias Bangun Sari *Flower Village* di pasar lokal maupun pasar yang lebih jauh.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Bangun Sari *Flower Village*, penulis menyimpulkan bahwa peluang pendaftaran merek kolektif bagi kelompok usaha tanaman hias ini sebenarnya cukup besar, terutama karena kawasan tersebut telah dikenal sebagai sentra tanaman hias dan memiliki dukungan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Deli Serdang. Namun demikian, hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa kesiapan kelompok baik dari aspek pemahaman hukum, administrasi, maupun sumber daya manusia masih sangat terbatas.

Para pengurus belum memahami konsep merek kolektif, bahkan sebagian besar baru mendengar istilah tersebut. Kondisi ini juga dialami oleh para petani yang secara umum belum mendapatkan sosialisasi terkait manfaat dan mekanisme merek kolektif. Minimnya kesiapan kelembagaan terlihat dari belum tersusunnya dokumen dasar seperti AD/ART, struktur organisasi tertulis, dan SOP mutu yang menjadi persyaratan utama dalam pengajuan pendaftaran secara resmi. Di sisi lain, hasil wawancara dengan pihak dinas menunjukkan bahwa Bangun Sari *Flower Village* sebenarnya memiliki potensi untuk memenuhi seluruh persyaratan tersebut apabila dilakukan pembenahan dan pendampingan berkelanjutan. Dengan demikian, penulis berpendapat bahwa pendaftaran Merek Kolektif bagi Bangun Sari *Flower Village* bukanlah sesuatu yang tidak mungkin, tetapi memerlukan kerja bersama, komitmen kelompok, peningkatan literasi hukum, serta dukungan pemerintah untuk mencapai kesiapan kelembagaan yang layak. Jika proses ini berhasil dilakukan, merek kolektif tidak hanya memberikan perlindungan hukum terhadap produk tanaman hias, tetapi juga akan mampu meningkatkan kualitas, identitas, dan daya saing produk lokal di pasar yang semakin kompetitif.

BIBLIOGRAPHY

- Ambarwati, N. (2016). *Analisis pendapatan pedagang tanaman hias pada daerah sentra dan non-sentra di Kecamatan Tawangmangu* (Skripsi). Universitas Sebelas Maret.
- Ardana, I. K. (2021). Penguatan organisasi petani melalui penyusunan AD/ART sebagai syarat pendaftaran merek kolektif. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 3(1), 30–41.
- Ardiansyah, Atmoko Dwi, and Lestari Melanie Pita. 2024. "Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Hak Merek Yang Sudah Terdaftar." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1(6):231–38. <https://jfh.uniss.ac.id/index.php/home/article/view/26>.
- Bafadhal, Faizah, Evalina Alissa, and Suhermi Suhermi. 2024. "Perlindungan Merek Dalam Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Bidang Ekonomi Kreatif Di Indonesia." *Zaaken: Journal of Civil and Business Law* 5(2):152–68. doi:10.22437/zaaken.v5i2.36075.
- Bela, Shernina Puspita Salsa, Shakira Wandari Putri, Sheila Noor Baity, and Budi Agus Riswandi. 2024. "Pendaftaran Merek Kolektif Sentra Gudeg Wijilan Di Kota Yogyakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." 140–48. <https://visitingjogja.jogjaprovo.go.id/40112/yogyakarta-kota-terbaik-tujuan-wisata-berdasar-survei->
- Camelia, Surokim Yuliana Rakhmawati Catur Suratnoaji Muhtar Wahyudi Tatag Handaka Bani Eka Dartiningsih Dinara Maya Julijanti Farida Nurul Rachmawati Netty Diah Kurniasari Dessy Trisilowaty Nikmah Suryandari H. Achmad Cholil Dewi Quraisyin Bambang Moertijoso Teguh. 2024. *Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*.
- Dalimunthe, Era Reformasi. 2023. *Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias Di Desa Bangunsari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang*. UMA (Unniversitas Medan Area).
- Fauzia Salsabilla, Putri, and Inda Nurdahniar. 2022. "Analisis Yuridis Pendaftaran Merek Yang Memiliki Persamaan Dengan Merek Yang Sudah Terdaftar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." *Wacana Paramarta Jurnal Ilmu Hukum* 21(4):41–52.
- Gayatri, Putra, Made. 2023. "Urgensi Pendaftaran Merek Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berdasarkan Undang-Undang Merek." *Jurnal Kertha Desa* 11(3):2042–50. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthadesa/article/download/95487/49218>.
- Hadi, Moh Ainur Rofiq, and Yunita Reykasari. 2025. "Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Dalam Pemberdayaan UMKM Di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang." *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2):58–65. doi:10.55537/gabdimas.v3i2.1097.

- Indrawati, Septi. 2023. "Perlindungan Hukum Produk Barang Dan Jasa Melalui Pendaftaran Merek." *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 5(2):289-98.
- Lubis, A., & Nurhayati, S. (2023). Strategi pengembangan usaha tanaman hias dalam meningkatkan nilai tambah produk pertanian. *Mimbar Agribisnis*, 9(1), 45-57.
- Lubis, S. H., Manurung, R., & Gultom, A. (2023). Analisis pendapatan dan strategi pengembangan usaha tanaman hias di Desa Bangun Sari. *Jurnal Agribisnis Terapan*, 6(2), 134-145.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru*. Universitas Indonesia Press.
- Muhammad Rijal Fadli. 2021. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21(1):33-54. doi:10.21831/hum.v21i1.
- Mulyadi M. 2022. "Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian." *Studi Komunikasi Dan Media* 16(1):71-80.
- Nugroho, Oktavianto Setyo. 2024. "Penggunaan Merek Kolektif Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Produk Makanan Pelaku UMKM Di Kota Semarang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4(3):14099-120. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11934>.
- Purnamasari, L., & Hidayat, R. (2022). Perlindungan hukum terhadap merek kolektif dalam peningkatan daya saing produk lokal. *Jurnal Hukum IUS*, 10(3), 378-389.
- Riswandi, B. A. (2020). *Hukum merek kolektif: Teori dan praktik di Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Press.
- Saebani, Widelia Andiani Nadiffa, Beni Ahmad. 2024. "Perbandingan Yuridis Empiris Dengan Yuridis Normatif Dalam Ilmu Sosiologi." *Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan* 9(2).
- Sembiring, R., & Hutagalung, T. (2024). Pendaftaran merek sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif*, 2(1), 90-98.
- Silalahi, U. (2009). *Metode penelitian sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarna, Dadang, and Ayyub Kadriah. 2023. "Penelitian Kualitatif Terhadap Hukum Empiris." *Jurnal Penelitian Serambi Hukum* 16(02):101-13. doi:10.59582/sh.v16i02.730.
- Susilowati, Ajeng, and Liza Marina. 2025. "Produk Kerajinan Umkm Dalam Memanfaatkan Hukum Merek Kolektif Di Kabupaten Sukoharjo." *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 4(April):1034-40.
- Thorieq, Muh, Erzulsyah Mahmud, Miranda Risang, Ayu Palar, and Laina Rafianti. 2024. "Perlindungan Songkok Recca To Bone Sebagai Upaya Mendorong." 2(4):988-1000.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman.
- Utami, Mianisa, Yuhelson, and Felicitas Sri Marniati. 2024. "Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Hukum Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Pulau Pasaran." *Jurnal Kritis Studi Hukum* 9(2):14-27.
- Widjaja, Gunawan. 2024. "Meningkatkan Daya Saing Umkm Melalui Pendaftaran Merek: Studi Kasus Desa Pantai Sederhana, Kecamatan Muara Gembong, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat." *Journal of Community Dedication* 4(4):841-56.
- Wulandari, Dewi, and Muhammad Al Habsy Ahmad. 2023. "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Tentang Merek." *JULIA: Jurnal Litigasi Amsir* 10(4):54-59.
- Yolanda Pusvita Sari, Saidin dan Hasim Purba. 2025. "Analisis Sistem Pendaftaran Merek Dalam Kasus Pembatalan Merek Zhe Nung Zhu (Studi Putusan Mahkamah Agung Nomor 704K/PDT.SUS-HKI/2021)." 6(4):1-18.