



**PENYULUHAN HUKUM MEREK KOLEKTIF BAGI UMKM ROTE NDAO:
PENINGKATAN PEMAHAMAN DAN KESIAPAN PENDAFTARAN BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI
GEOGRAFIS**

*Legal Counseling on Collective Trademarks for MSMEs in Rote Ndao: Enhancing
Understanding and Readiness for Registration Under Law Number 20 of 2016 on
Trademarks and Geographical Indications*

**Yossie Maria Yulianty Jacob*, Chatryen M Dju Bire, Orpa Juliana Nubatonis,
Juliana S Ndolu, Melinda Ratu Radja, Rini M Kaesmetan, Daud Yaferson Dollu**

Fakultas Hukum Universitas Nusa Cendana

Jln. Adisucipto, Penfui, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur

*Alamat Korespondensi: yossie.jacob@staf.undana.ac.id

(Tanggal Submission: 1 Oktober 2025, Tanggal Accepted : 28 April 2026)



Kata Kunci :

*Merek Kolektif,
Perlindungan
Hukum, Produk
Lokal*

Abstrak :

Kekayaan intelektual, terutama Merek, dijamin perlindungan hukumnya oleh Undang-Undang. Merek Kolektif menjadi instrumen penting untuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Merek Kolektif menawarkan manfaat seperti efisiensi biaya dan peningkatan reputasi daerah, menjadikannya alat pembangunan yang efektif. Kabupaten Rote Ndao memiliki produk lokal potensial seperti olahan rumput laut yang bernilai tinggi. Perlindungan Merek Kolektif sangat penting untuk menjaga keaslian produk dan meningkatkan daya saingnya di pasar. Kegiatan dilakukan di Kelompok Usaha Rumput Laut "Setia Usaha" di desa Oelolot, Kac. Rote Barat, Kabupaten Rote Ndao, pada tanggal 28 Agustus 2025. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini berjumlah 25 orang. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan hukum tentang perlindungan dan tata cara pendaftaran Merek Kolektif kepada masyarakat Kabupaten Rote Ndao, dalam rangka melindungi dan meningkatkan daya saing produk lokal. Metode pelaksanaan kegiatan adalah penyuluhan hukum yang diselenggarakan dalam bentuk ceramah dan diskusi dengan peserta. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan transfer pengetahuan yang efektif dan memberikan ruang bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan spesifik terkait potensi produk lokal mereka. Kegiatan ini sukses meningkatkan pemahaman peserta tentang urgensi dan manfaat Merek Kolektif, termasuk efisiensi biaya dan fungsinya dalam menjaga identitas serta mutu produk lokal. Peserta juga dapat memahami tentang syarat dan prosedur pendaftaran Merek Kolektif. Peningkatan kesadaran ini diharapkan dapat mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan kelompok masyarakat untuk segera

mendaftarkan Merek Kolektif demi memperoleh perlindungan hukum dan meningkatkan daya saing produk unggulan daerah Rote Ndao. Penyuluhan hukum ini efektif meningkatkan pemahaman masyarakat Rote Ndao tentang Merek Kolektif, menjadi langkah awal penting untuk melindungi dan memajukan produk lokal mereka.

Key word :

*Collective Mark,
Legal
Protection, Local
Products*

Abstract :

Intellectual property, particularly trademarks, is legally protected under national law. Collective trademarks serve as an important instrument for empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). They offer benefits such as cost efficiency and enhanced regional reputation, making them an effective tool for local development. Rote Ndao Regency has various high-potential local products, including seaweed-based processed goods. Protecting these products through a Collective Trademark is essential to preserve their authenticity and increase their competitiveness in the market. This activity was conducted with the Seaweed Business Group “Setia Usaha” in Oelolot Village, West Rote District, Rote Ndao Regency, on 28 August 2025, with 25 participants in attendance. The program aimed to provide legal counseling on the protection and registration procedures of Collective Trademarks for the community of Rote Ndao, in order to safeguard and enhance the competitiveness of local products. The method used in this program was legal dissemination delivered through lectures and interactive discussions. This approach was chosen to ensure effective knowledge transfer and to allow participants to raise specific questions related to the potential of their local products. The activity successfully increased participants’ understanding of the urgency and benefits of Collective Trademarks, including cost efficiency and their role in preserving the identity and quality of local products. Participants also gained a clearer understanding of the requirements and procedures for registering a Collective Trademark. This improved awareness is expected to encourage MSME actors and community groups to proceed with Collective Trademark registration, thereby obtaining legal protection and strengthening the competitive value of Rote Ndao’s leading products. Overall, the legal counseling effectively enhanced the community’s understanding of Collective Trademarks, marking an important first step toward protecting and advancing their local products.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Jacob, Y. M. Y., Bire, C. M. D., Nubatonis, O. J., Ndolu, J. S., Radja, M. R., Kaesmetan, R. M., & Dollu, D. Y. (2026). Penyuluhan Hukum Merek Kolektif Bagi UMKM Rote Ndao: Peningkatan Pemahaman Dan Kesiapan Pendaftaran Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Jurnal Abdi Insani*, 13(4), 419-430. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i4.3267>

PENDAHULUAN

Kekayaan intelektual pada hakikatnya merupakan manifestasi dari kemampuan intelektual manusia yang lahir melalui aktivitas berpikir, berkarya, dan bertindak secara kreatif. Produk intelektual tersebut dapat berwujud ide, barang, maupun jasa sebagai hasil dari proses intelektualitas. (David Edyson and Muhammad Rafi, 2024). Secara normatif, berbagai bentuk kekayaan intelektual di Indonesia telah memperoleh landasan hukum yang kokoh melalui beragam peraturan perundang-undangan. Regulasi seperti Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan



Indikasi Geografis, serta Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang bukan sekadar kumpulan aturan, tetapi merupakan wujud nyata komitmen negara dalam menghargai jerih payah, kreativitas, dan inovasi masyarakat. Setiap karya dan temuan—mulai dari ciptaan seni dan literasi, invensi teknologi, identitas merek, desain industri, indikasi geografis, hingga rahasia dagang dan desain tata letak sirkuit terpadu—diakui sebagai hasil pemikiran dan kerja keras manusia yang pantas dilindungi. Melalui payung hukum tersebut, negara berupaya memastikan bahwa gagasan dan upaya kreatif tidak hanya memperoleh pengakuan formal, tetapi juga memiliki ruang untuk berkembang, memberikan manfaat ekonomi, membuka peluang baru, serta mendorong lahirnya inovasi berikutnya. Perlindungan ini pada akhirnya tidak hanya berpihak pada para pencipta, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat luas melalui terciptanya iklim yang lebih adil, produktif, dan berkelanjutan.

Karya intelektual yang dihasilkan oleh individu maupun kelompok melahirkan hak kekayaan intelektual yang bersifat eksklusif bagi pemiliknya. Setiap bentuk karya intelektual pada umumnya berada dalam rezim perlindungan hukum tersendiri sesuai dengan karakteristiknya. Salah satu bentuk kekayaan intelektual yang memperoleh perhatian khusus adalah *merek*, yang secara tegas mendapatkan perlindungan hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dalam ketentuan tersebut, merek dipahami sebagai tanda yang dapat diwujudkan secara grafis—mulai dari gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, kombinasi warna, bentuk dua maupun tiga dimensi, hingga elemen suara, hologram, atau gabungan berbagai unsur tersebut. Merek tidak hanya hadir sebagai simbol visual semata; ia merupakan identitas yang melekat pada barang dan/atau jasa, sekaligus menjadi pembeda antarproduk dalam ruang persaingan yang semakin kompleks. Melalui sebuah merek, konsumen dapat menangkap pesan tentang kualitas, reputasi, dan nilai yang ditawarkan suatu produk. Di sisi lain, bagi pelaku usaha, keberadaan merek memberikan rasa aman dalam berusaha, membantu membangun kepercayaan pasar, serta memperkuat daya saing secara berkelanjutan. Dengan demikian, merek berperan bukan hanya sebagai alat penanda, tetapi juga sebagai aset strategis yang menghubungkan kreativitas produsen dengan kebutuhan dan keyakinan konsumen (Fakhry Amin, et al, 2024). Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa merek merupakan sebuah tanda yang berfungsi sebagai identitas pembeda yang membedakan satu produk dari produk lainnya dalam kegiatan perdagangan. Lebih dari sekadar simbol, merek memuat nilai, reputasi, dan karakter yang membentuk citra serta keberadaan sebuah produk di tengah dinamika persaingan pasar. Merek menjadi jembatan antara produsen dan konsumen—menyampaikan pesan tentang kualitas, kepercayaan, dan pengalaman yang dijanjikan. Menyadari besarnya peran merek bagi pelaku usaha maupun konsumen, negara kemudian menghadirkan instrumen hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Regulasi ini tidak hanya menetapkan aturan, tetapi juga mencerminkan komitmen negara untuk menjamin perlindungan serta kepastian hukum bagi setiap pihak yang menciptakan, menggunakan, atau memiliki merek. Dengan adanya payung hukum tersebut, kreativitas, inovasi, dan usaha yang dibangun oleh masyarakat dapat tumbuh dalam lingkungan yang lebih aman, adil, dan berkelanjutan (Nizar, et al., 2025).

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis menegaskan bahwa merek merupakan suatu tanda yang dapat divisualisasikan secara grafis—baik berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, maupun perpaduan warna. Tidak hanya terbatas pada bentuk dua dimensi, tanda tersebut juga dapat diwujudkan dalam bentuk tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari berbagai elemen lainnya. Seluruh unsur ini memiliki fungsi mendasar sebagai identitas yang membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh seseorang maupun badan hukum dalam aktivitas perdagangan. Selanjutnya, Pasal 1 ayat (4) undang-undang yang sama memperjelas konsep mengenai merek kolektif. Merek ini digunakan secara bersama oleh sekelompok pihak pada barang dan/atau jasa yang memiliki karakteristik yang sejenis—baik dari aspek sifat, ciri umum, maupun standar mutunya. Dengan demikian, merek kolektif tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas kelompok, tetapi juga mencerminkan komitmen untuk menghadirkan kualitas yang seragam serta nilai-nilai yang disepakati dan dijaga oleh seluruh anggotanya. Melalui mekanisme ini, merek kolektif menjadi wadah untuk menunjukkan kebersamaan, konsistensi, dan integritas dalam

menghasilkan produk atau jasa yang layak dipercaya oleh Masyarakat (Sari, et al., 2025). Secara umum, merek dapat dibedakan menjadi tiga kategori utama. Pertama, Merek Dagang, yaitu merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh individu, kelompok, ataupun badan hukum. Merek ini berfungsi sebagai penanda identitas sehingga konsumen dapat membedakan suatu produk dari produk lain yang sejenis di pasar. Kedua, Merek Jasa, yaitu merek yang melekat pada jasa yang ditawarkan dalam kegiatan perdagangan. Melalui merek ini, konsumen dapat mengenali karakter, kualitas, atau pengalaman layanan yang diberikan oleh satu pelaku usaha dibandingkan dengan penyedia jasa lainnya. Dengan demikian, merek jasa membantu membangun kepercayaan sekaligus memperkuat citra profesional penyedia layanan. Ketiga, Merek Kolektif, yaitu merek yang digunakan secara bersama oleh beberapa orang atau badan hukum pada barang dan/atau jasa yang memiliki kesamaan sifat, ciri umum, atau standar mutu tertentu. Penggunaan merek kolektif biasanya dilengkapi dengan aturan dan mekanisme pengawasan internal untuk memastikan bahwa kualitas produk atau jasa tetap terjaga dan konsisten di antara para anggotanya. Dengan demikian, merek kolektif tidak hanya menjadi penanda identitas bersama, tetapi juga mencerminkan komitmen kolektif terhadap mutu dan reputasi yang diusung oleh kelompok tersebut. Klasifikasi tersebut, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, menegaskan bahwa setiap jenis merek memiliki fungsi dan karakteristik yang berbeda. Melalui pengaturan yang terstruktur ini, negara memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk memilih bentuk perlindungan merek yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, termasuk dengan model usaha yang dijalankan. Dengan demikian, regulasi ini tidak hanya menyediakan kepastian hukum, tetapi juga mendukung berkembangnya praktik usaha yang lebih adaptif dan berdaya saing (Ahmadi, 2005).

Berbeda dengan merek pada umumnya, pendaftaran *Merek Kolektif* memberikan sejumlah manfaat, antara lain efisiensi biaya pendaftaran karena ditanggung secara bersama oleh para anggota kelompok, penghematan biaya promosi, peningkatan reputasi daerah, perluasan peluang kerja sama, serta berfungsi sebagai instrumen pembangunan daerah. Namun demikian, kelemahan yang melekat pada *Merek Kolektif* adalah keterbatasannya untuk tidak dapat dilisensikan kepada pihak lain (R. W. T. Manurung & W Silalahi, 2025).

Merek kolektif umumnya dimiliki oleh suatu asosiasi, koperasi, atau bentuk perkumpulan lain, di mana setiap anggotanya memperoleh hak untuk menggunakan merek tersebut sebagai identitas bersama dalam memasarkan produk atau jasa mereka. Dengan demikian, esensi utama dari merek kolektif terletak pada ikatan keanggotaan—hanya pihak yang tergabung dalam organisasi atau kelompok tersebut yang berwenang memakai merek dimaksud. Identitas kolektif ini bukan hanya menandai asal produk, tetapi juga mencerminkan nilai, komitmen, dan standar mutu yang dijaga secara bersama oleh para anggotanya. Proses pendaftaran merek kolektif pada prinsipnya mengikuti alur pendaftaran merek biasa. Namun, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, khususnya Pasal 46, menetapkan beberapa ketentuan tambahan. Pemohon diwajibkan menyampaikan pernyataan bahwa merek yang diajukan akan digunakan sebagai merek kolektif, serta melampirkan dokumen yang mengatur tata cara penggunaan merek oleh para anggota. Dokumen ini biasanya memuat aturan internal mengenai standar kualitas, mekanisme pengawasan, dan prosedur penggunaan merek, sehingga keberadaannya menjadi penting untuk menjaga konsistensi dan kredibilitas merek kolektif dalam praktik perdagangan (Oktavianto Setyo Nugroho, 2024). Meskipun terdapat beberapa kelengkapan administrasi khusus, proses pemeriksaan substantif terhadap merek kolektif tetap dilakukan dengan standar yang sama sebagaimana berlaku pada merek lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan merek kolektif bukan hanya memberikan identitas bersama bagi para anggotanya, tetapi juga tetap tunduk pada prinsip-prinsip perlindungan hukum merek secara umum.

Dalam rangka memperkuat pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemerintah diberikan kewenangan untuk mendaftarkan merek kolektif sebagai salah satu instrumen yang dapat mendorong pengembangan usaha. Merek kolektif memiliki peran strategis, karena mampu menjadi identitas bersama yang memperkuat nilai tambah dan meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM. Melalui identitas kolektif ini, kelompok usaha dapat tampil lebih solid, dipercaya, dan mudah dikenali oleh konsumen. Permohonan pendaftaran suatu merek sebagai

merek kolektif hanya dapat diproses apabila pemohon secara jelas menyatakan bahwa merek tersebut memang ditujukan sebagai merek kolektif. Di samping itu, pemohon diwajibkan melampirkan dokumen berisi ketentuan mengenai tata cara penggunaan merek, sehingga seluruh anggota yang menggunakan merek memiliki pedoman yang seragam. Dokumen tersebut biasanya mencakup standar mutu, mekanisme penggunaan, serta sistem pengawasan internal yang harus dipatuhi. Ketentuan ini memastikan bahwa penggunaan merek kolektif dilakukan secara tertib dan konsisten, sekaligus menjaga kualitas dan reputasi produk yang bernaung di bawahnya. Dengan demikian, merek kolektif tidak hanya berfungsi sebagai alat identifikasi, tetapi juga sebagai pilar yang mendukung profesionalitas, kepercayaan, dan keberlanjutan usaha para anggotanya (Hafid Zakariya, Findi Yuni Afsari, and Margaretha Nisa Arum, 2024). Adapun Tujuan dan Manfaat dari pendaftaran Merek Kolektif adalah (Ni Made Trisna Dewi, Ida Bagus Bayu Brahmantya, and Kadek Yoga Artha Diputra, 2024):

1. Membedakan barang/jasa anggota dari barang/jasa pihak lainnya yang bukan anggota, baik mengenai:
 - a. Ciri;
 - b. Kualitas/mutu;
 - c. Asal daerah.
2. Sebagai sarana untuk menginformasikan keanggotaan perkumpulan dimaksud (identitas anggota);
3. Menjaga identitas lokal dan keaslian produk;
4. Menekan biaya pendaftaran;
5. Menekan biaya promosi;
6. Menekan biaya penegakan hukum;
7. Tidak memerlukan biaya lisensi, cukup bergabung menjadi anggota;
8. Penguatan kualitas yang berstandar;
9. Peluang kerjasama dengan sesama anggota;
10. Alat pembangunan daerah.

Ketentuan mengenai syarat, tata cara, serta mekanisme permohonan pendaftaran, pemeriksaan, dan penerbitan sertifikat merek berlaku pula bagi merek kolektif. Hal yang sama juga diterapkan terhadap permohonan yang diajukan setelah merek kolektif memperoleh perlindungan hukum, seperti permohonan perbaikan sertifikat merek terdaftar, perpanjangan masa perlindungan, pencatatan perubahan nama dan/atau alamat, serta pencatatan pengalihan hak atas merek.

Potensi Produk Lokal di Kabupaten Rote Ndao berupa:

- a) Kabupaten Rote Ndao memiliki kekayaan produk lokal yang potensial, seperti olahan rumput laut (dodol, keripik), *Virgin Coconut Oil (VCO)*, gula air, gula semut, gula lempeng, susu kerbau, dan tenteng kacang.
- b) Produk-produk ini memiliki nilai budaya dan ekonomi yang tinggi, serta berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Pentingnya Perlindungan Merek Kolektif diantaranya:

- 1) Perlindungan Merek Kolektif sangat penting untuk melindungi produk-produk lokal dari pemalsuan dan penyalahgunaan.
- 2) Merek Kolektif juga dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional maupun internasional.
- 3) Merek kolektif dapat menjadi sarana yang efektif untuk menumbuhkan ekonomi daerah, karena sifat masyarakat Indonesia yang suka berbagi dan berkomunal.

Adapun yang menjadi permasalahan mitra terkait pendaftaran merek kolektif, yaitu:

- 1) Kesadaran akan Pentingnya Merek Kolektif
 - a) Masih rendahnya kesadaran masyarakat dan pelaku UMKM tentang pentingnya perlindungan Merek Kolektif.
 - b) Kurangnya pemahaman tentang prosedur pendaftaran dan manfaat Merek Kolektif.

2) Keterbatasan Sumber Daya

- a) Keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun sumber daya manusia, untuk melakukan pendaftaran dan pengelolaan Merek Kolektif.
- b) Keterbatasan akses informasi dan pendampingan dalam proses pendaftaran Merek Kolektif.

Permasalahan yang ditemukan oleh Tim PKM adalah kurangnya pengetahuan tentang hak kekayaan intelektual terkait Perlindungan Merek Kolektif Terhadap Peningkatan Produk Lokal Menurut Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2016, tentang Merek dan Indikasi Geografis. Adapun solusi yang ditawarkan dalam PKM ini untuk menjelaskan terkait Pelindungan Merek Kolektif Terhadap Peningkatan Produk Lokal di Kabupaten Rote Ndao diantaranya:

1) Peningkatan Sosialisasi dan Edukasi

- a) Pemerintah daerah perlu meningkatkan sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya Merek Kolektif kepada masyarakat dan pelaku UMKM.
- b) Penyediaan informasi dan pendampingan yang mudah diakses tentang prosedur pendaftaran Merek Kolektif.

2) Pemberian Bantuan dan Dukungan

- a) Pemerintah daerah dapat memberikan bantuan finansial dan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam proses pendaftaran Merek Kolektif.
- b) Peningkatan SDM bagi pengolah produk olahan lokal.

3) Penguatan Koordinasi Antar Pihak

- a) Peningkatan koordinasi antar pihak terkait melalui pembentukan forum atau kelompok kerja.
- b) Peningkatan kebijakan pemerintah daerah mengenai perlindungan merek bagi pelaku UMKM melalui regulasi yang lebih tegas.

4) Pengembangan Strategi Pemasaran

- a) Membuka akses terhadap pasar melalui promosi yang dilakukan secara intens.
- b) Pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk lokal.

Dengan upaya yang terkoordinasi dan berkelanjutan, diharapkan perlindungan Merek Kolektif dapat meningkatkan nilai tambah produk lokal dan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Rote Ndao.

METODE KEGIATAN

Kegiatan dilakukan di Kelompok Usaha Rumput Laut “Setia Usaha” di desa Oelolot, Kac. Rote Barat, Kabupaten Rote Ndao, pada tanggal 28 Agustus 2025. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini adalah Kelompok Usaha Rumput Laut “Setia Usaha” yang berjumlah 25 orang. Adapun tujuan kegiatan ini yaitu: (1) Meningkatkan Pengetahuan Hukum. Memberikan pemahaman mendalam tentang konsep merek kolektif, fungsinya, serta prosedur pendaftarannya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Tujuannya adalah agar masyarakat, khususnya pelaku UMKM, bisa membedakan merek kolektif dengan jenis merek lainnya dan mengetahui manfaatnya; (2) Mendorong Pemanfaatan Merek Kolektif. Mendorong masyarakat dan kelompok-kelompok usaha (khususnya kelompok usaha rumpu laut) untuk mendaftarkan merek kolektif. Dengan demikian, mereka dapat melindungi identitas produk khas Rote Ndao dari penyalahgunaan pihak lain; (3) Mendukung Peningkatan Ekonomi Lokal. Perlindungan hukum terhadap merek kolektif bisa meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Merek yang terdaftar secara legal akan memberikan jaminan kualitas dan keaslian, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai jual dan pendapatan masyarakat Rote Ndao; (4) Mencegah Konflik Hukum. Dengan adanya pemahaman yang baik, masyarakat bisa menghindari sengketa hukum terkait kepemilikan merek. Ini akan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih stabil dan kondusif bagi pertumbuhan ekonomi lokal; serta (5) Memperkuat Identitas Budaya Lokal. Merek kolektif bisa menjadi sarana untuk melestarikan dan mempromosikan produk-produk tradisional yang merupakan bagian dari kekayaan budaya Rote Ndao. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup dua pendekatan utama. Pertama, metode ceramah, di mana narasumber memberikan pemaparan secara

langsung kepada masyarakat mengenai pentingnya Pelindungan Merek Kolektif dalam upaya meningkatkan kualitas dan nilai produk lokal. Pendekatan ini memungkinkan peserta memperoleh pemahaman yang komprehensif dan terarah. Kedua, metode tanya jawab, yang berfungsi untuk menggali lebih jauh tingkat pengetahuan masyarakat sekaligus memberikan ruang dialog agar peserta dapat mengklarifikasi hal-hal yang belum dipahami dari materi yang diberikan. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Pada tahap persiapan, tim melakukan survei awal, menetapkan lokasi dan kelompok sasaran, serta menyusun materi sosialisasi yang relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat desa mitra. Persiapan ini penting untuk memastikan tahap pelaksanaan bahwa kegiatan dapat berjalan efektif dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai Pelindungan Merek Kolektif dalam konteks peningkatan produk lokal, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Sesi ini tidak hanya menyajikan penjelasan hukum, tetapi juga menekankan aspek edukatif agar masyarakat memahami bagaimana merek kolektif dapat menjadi alat strategis dalam pengembangan usaha lokal. Tahap pelaksanaan kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi lapangan, yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dari perguruan tinggi dengan melibatkan mahasiswa. Kehadiran mahasiswa memberikan dinamika yang lebih interaktif, sekaligus membantu mendekatkan proses edukasi kepada masyarakat melalui pendekatan yang lebih komunikatif dan partisipatif. Kegiatan ini menjadi sarana penting untuk membangun kesadaran, pemahaman, dan motivasi masyarakat dalam memanfaatkan merek kolektif sebagai bagian dari penguatan produk lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilakukan 1 (satu) hari yaitu pada tanggal 28 Agustus 2025 bertempat di di Kelompok Usaha Rumput Laut “Setia Usaha” di desa Oelolot, Kac. Rote Barat, Kabupaten Rote Ndao. Kegiatan ini diikuti oleh Kelompok Usaha Rumput laut yang ada desa Oelolot, Kac. Rote Barat, Kabupaten Rote Ndao berjumlah 25 orang. Pada kegiatan tersebut turut hadir juga Ketua Kelompok Pelita Kasih dan Pengawas Pelita Kasih.



Gambar 1. Foto Bersama Kelompok Usaha Rumput Laut dan Tim PKM

Merek kolektif tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenal produk, tetapi juga sebagai instrumen hukum yang mengatur keterikatan kelompok terhadap standar kualitas, keseragaman ciri, serta tata cara pengawasan dalam pemakaiannya. Esensi merek kolektif terletak pada semangat kebersamaan, jaminan mutu, dan fungsi pembeda, sehingga membedakannya dari merek dagang atau merek jasa yang biasanya dimiliki secara individual. Lebih jauh, keberadaan merek kolektif memiliki arti penting, baik dari sisi hukum maupun ekonomi, karena tidak hanya memberikan perlindungan

hukum atas hak eksklusif kelompok pemiliknya, tetapi juga berperan dalam menjaga reputasi produk, meningkatkan daya saing, serta memperkuat posisi hukum asosiasi, koperasi, maupun pelaku usaha kecil dalam perdagangan barang dan/atau jasa.

Pengaturan mengenai merek kolektif pertama kali mendapat dasar hukum dalam Pasal 7 Konvensi Paris tentang Perlindungan Hak Kekayaan Industri. Aturan ini menegaskan bahwa negara-negara anggota wajib memberikan kesempatan kepada asosiasi atau perkumpulan untuk mendaftarkan merek kolektif, selama keberadaan asosiasi tersebut tidak bertentangan dengan hukum di negara asalnya. Ketentuan ini berlaku meskipun asosiasi tersebut tidak memiliki perusahaan komersial di negara tempat merek didaftarkan, sehingga menunjukkan adanya prinsip perlindungan merek kolektif yang berlaku secara universal dalam hukum internasional. Meski demikian, Konvensi Paris juga memberi ruang bagi setiap negara anggota untuk menentukan syarat-syarat khusus terkait pendaftaran dan perlindungan merek kolektif sesuai dengan hukum nasionalnya. Bahkan, negara memiliki kewenangan untuk menolak pendaftaran merek kolektif apabila penggunaannya dianggap bertentangan dengan kepentingan umum (*public interest*). Oleh karena itu, Pasal 7 Konvensi Paris bukan hanya menjadi landasan utama perlindungan merek kolektif di tingkat internasional, tetapi juga menegaskan adanya keseimbangan antara pengakuan terhadap hak asosiasi dan kedaulatan negara dalam mengatur hukum domestik. Hal ini menunjukkan bahwa rezim hukum merek kolektif bersifat hibrid, karena memadukan prinsip-prinsip internasional yang mengikat dengan aturan nasional yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan masing-masing negara (O. S Nugroho, 2024). Konvensi Paris memberikan batasan mengenai merek kolektif dengan menjelaskannya sebagai salah satu bentuk merek dagang yang dipakai pada barang hasil produksi suatu usaha, namun dengan fungsi yang lebih luas daripada sekadar penanda asal-usul barang. Merek kolektif berperan sebagai jaminan mutu (*hallmark*) bagi barang yang diproduksi atau dipasarkan oleh kelompok usaha, asosiasi, atau entitas sejenis. Artinya, keberadaan merek kolektif tidak hanya ditujukan untuk membedakan produk dari produk lain yang sejenis, tetapi juga untuk memastikan adanya konsistensi mutu, standar kualitas, dan ciri khas tertentu pada barang-barang yang dikelola secara kolektif (OK. Saidin, 2004). Batasan tersebut menunjukkan bahwa merek kolektif memiliki dua dimensi penting. Pertama, dimensi normatif, yaitu kedudukannya sebagai instrumen hukum yang mengikat anggota asosiasi atau kelompok agar menjaga standar mutu produk. Kedua, dimensi ekonomis, yakni peran merek kolektif sebagai sarana strategis untuk meningkatkan daya saing produk, memperkuat reputasi kelompok usaha, sekaligus memberikan perlindungan bagi konsumen dengan menghadirkan jaminan kualitas yang konsisten. Dengan demikian, dalam perspektif Konvensi Paris, merek kolektif bukan hanya tanda pembeda, tetapi juga instrumen regulasi internal dan perlindungan eksternal yang mempertemukan kepentingan produsen, asosiasi, dan konsumen dalam satu kerangka hukum yang terpadu.

Jeffrey Belson menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan merek kolektif adalah *“Collective marks are generally understood as signals that tell us something about where a product or service comes from. Most importantly, they indicate that the goods or services are provided by a member of a specific association, making the mark a symbol of that membership. At the same time, because many associations set certain quality standards that their members must follow, a collective mark can also be seen—though indirectly—as suggesting that the products meet a particular level of quality.”* (Belson, 2017).

Pengaturan tentang merek kolektif dijelaskan secara lengkap dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU MIG). Undang-undang ini memberikan kepastian hukum bagi siapa pun yang ingin mendaftarkan, melindungi, dan memanfaatkan merek kolektif di Indonesia. Aturan yang disusun dengan mekanisme yang sederhana, prosedur yang jelas, dan biaya yang lebih ringan ini pada dasarnya dibuat untuk mempermudah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam melindungi identitas produk mereka dan meningkatkan daya saingnya. Kehadiran merek kolektif dalam UU MIG bukan hanya menghadirkan kepastian hukum, tetapi juga membuka peluang lebih luas bagi kelompok usaha kecil untuk memperoleh perlindungan terhadap produk mereka dalam kerangka Hak Kekayaan Intelektual (HKI) (Fauza dan Santika, 2021). Perlindungan hukum atas merek kolektif memiliki arti penting dan strategis, terutama jika dikaitkan dengan peran UMKM dalam perekonomian nasional. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak

kegiatan ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi pilar utama pembangunan, karena kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan, serta pemerataan distribusi ekonomi. Dalam konteks ini, merek kolektif berperan ganda: di satu sisi memberikan perlindungan eksklusif terhadap identitas produk UMKM, dan di sisi lain membantu meningkatkan daya saing, reputasi, dan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, pengaturan merek kolektif dalam UU MIG tidak hanya berorientasi pada aspek hukum sebagai bagian dari rezim HKI, tetapi juga memiliki dimensi ekonomi dan sosial yang lebih luas. Regulasi ini dapat dipahami sebagai bentuk kebijakan publik yang bertujuan memperkuat posisi UMKM dalam persaingan perdagangan, baik di tingkat nasional maupun global, sekaligus menegaskan peran UMKM sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi Indonesia yang inklusif dan berkelanjutan.

Merek kolektif kerap dimanfaatkan sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif, terutama untuk produk-produk yang ingin menonjolkan identitas budaya, nilai lokal, atau karakteristik khas suatu daerah. Melalui penggunaan merek kolektif, suatu komunitas atau kelompok produsen dapat membangun citra bersama yang memperkuat posisi produk mereka di tengah persaingan pasar. Adapun manfaat merek kolektif menurut Arifin (2023) antara lain:

1. Promosi Pasar

Merek kolektif berperan penting dalam memperluas jangkauan promosi, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan identitas bersama yang kuat, produk lokal dapat lebih mudah dikenali dan memperoleh kepercayaan konsumen, sehingga peluang penetrasi ke pasar yang lebih luas semakin besar.

2. Peningkatan Daya Saing

Merek kolektif menjadi sarana kolaboratif bagi para pelaku usaha di suatu daerah untuk bersinergi dalam aspek pemasaran. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat posisi mereka di pasar domestik, tetapi juga meningkatkan kapasitas bersaing di pasar global, karena produk ditampilkan dengan standar kualitas yang konsisten dan identitas yang terpadu.

Untuk efektif, pengembangan merek kolektif harus diiringi dengan penetapan standar mutu, kriteria, dan strategi pemasaran bersama yang jelas. Singkatnya, merek kolektif merupakan alat yang ampuh untuk mendorong pertumbuhan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendaftaran merek kolektif adalah tindakan yang strategis. Tujuannya adalah untuk dua hal (Gayatri et al., 2023):

1. Memberikan perlindungan hukum resmi terhadap produk-produk UMKM.
2. Secara bersamaan, meningkatkan nilai jual (nilai tambah) dari produk-produk UMKM tersebut.

Melinda Ratu Radja, S.H., LL.M., selaku narasumber, memaparkan bahwa pendaftaran merek kolektif diatur melalui sejumlah ketentuan yang perlu dipahami dan dipenuhi oleh para pelaku usaha maupun organisasi yang mengajukan permohonan. Ketentuan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa merek kolektif tidak hanya berfungsi sebagai identitas bersama, tetapi juga sebagai instrumen yang menjamin kualitas, konsistensi, serta kepercayaan publik terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya. Adapun ketentuan-ketentuan tersebut meliputi:

1. Pernyataan Penggunaan sebagai Merek Kolektif

Dalam permohonan harus terdapat pernyataan yang secara tegas menyebutkan bahwa merek yang diajukan akan digunakan sebagai merek kolektif. Kejelasan ini menjadi dasar pengakuan hukum terhadap fungsi merek sebagai identitas bersama bagi kelompok produsen atau anggota organisasi.

2. Kewajiban Melampirkan Salinan Ketentuan Penggunaan Merek Kolektif

Pemohon juga wajib menyertakan dokumen yang berisi ketentuan penggunaan merek kolektif. Dokumen ini berfungsi sebagai pedoman bagi seluruh anggota agar penggunaan merek

berlangsung secara tertib, konsisten, dan sesuai standar yang telah disepakati. Setidaknya, ketentuan penggunaan tersebut memuat beberapa aspek berikut:

a. Sifat, Ciri Umum, atau Mutu Barang dan/atau Jasa

Dokumen harus menggambarkan karakteristik dan standar kualitas produk atau layanan yang menggunakan merek kolektif, sehingga publik memperoleh jaminan bahwa setiap barang atau jasa yang beredar memenuhi mutu yang sama.

b. Pengawasan atas Penggunaan Merek Kolektif

Perlu diatur mekanisme pengawasan untuk memastikan bahwa anggota mematuhi standar dan aturan yang telah ditetapkan. Pengawasan ini menjadi kunci untuk menjaga konsistensi kualitas sekaligus melindungi reputasi merek.

c. Sanksi atas Pelanggaran Ketentuan Penggunaan

Dokumen juga harus mencantumkan bentuk sanksi atau konsekuensi bagi anggota yang melanggar ketentuan penggunaan merek. Kehadiran sanksi ini bersifat preventif sekaligus korektif, guna menjaga disiplin dan integritas kolektif dalam pemanfaatan merek bersama.



Gambar 2. Pemaparan Materi Oleh Narasumber

Adapun hasil yang diperoleh dalam kegiatan PKM ini adalah:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Hukum

- a) Pemahaman Konsep: Masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan kelompok pengrajin, mulai memahami konsep dasar merek kolektif, fungsinya, serta perbedaannya dengan merek pribadi. Mereka tidak lagi melihat merek hanya sebagai logo, tetapi sebagai aset hukum yang bisa melindungi identitas produk mereka.
- b) Kesadaran Pentingnya Perlindungan: Peserta kegiatan menyadari bahwa perlindungan merek, khususnya merek kolektif, sangat penting untuk mencegah penjiplakan produk dan pencurian kekayaan intelektual khas Rote Ndao.

2. Terbentuknya Minat dan Inisiatif Kolektif

- a) Munculnya Inisiatif Pendaftaran: Setelah mendapatkan informasi yang jelas, beberapa kelompok usaha yang sebelumnya tidak terpikirkan, mulai menunjukkan minat untuk mendaftarkan merek kolektif. Contohnya, kelompok rumpu laut, yang menyadari bahwa merek kolektif bisa menjadi identitas bersama untuk meningkatkan nilai jual produk mereka.
- b) Pembentukan Komitmen Bersama: Adanya penyuluhan mendorong terbentuknya komitmen di antara anggota kelompok untuk menyusun tata kelola penggunaan merek bersama, seperti standar kualitas dan prosedur produksi.

3. Peningkatan Potensi Ekonomi Lokal

- a) Peningkatan Daya Saing: Dengan adanya merek kolektif yang terdaftar, produk lokal memiliki kredibilitas dan keaslian yang diakui secara hukum. Ini membantu mereka bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
- b) Peningkatan Nilai Jual Produk: Merek yang terdaftar seringkali memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan produk tanpa merek, karena konsumen percaya akan kualitas dan keasliannya. Hasil ini berpotensi meningkatkan pendapatan para pelaku usaha di Rote Ndao.

Disamping itu harapan kedepannya setelah dilaksanakannya kegiatan PKM ini adalah:

1. Pendaftaran Merek Kolektif yang Terealisasi

Harapan utama adalah adanya tindak lanjut nyata dari kelompok-kelompok usaha atau masyarakat di Rote Ndao untuk mulai memproses pendaftaran merek kolektif. Ini bisa berupa:

- a) Pembentukan Tim Khusus: Kelompok masyarakat membentuk tim kecil yang bertugas mengumpulkan data, menyusun "ketentuan penggunaan merek kolektif," dan berkoordinasi dengan pihak terkait.
- b) Pendaftar Merek Kolektif: Merek untuk produk-produk khas Rote Ndao, khususnya rumput laut, benar-benar terdaftar secara legal di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).

2. Peningkatan Nilai Ekonomi Produk Lokal

Pada akhirnya, perlindungan merek kolektif diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat.

- a) Daya Saing Produk Meningkat: Dengan adanya merek kolektif yang terdaftar, produk-produk Rote Ndao akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar.
- b) Akses Pasar Lebih Luas: Merek yang sudah legal akan mempermudah produk untuk masuk ke pasar yang lebih besar, baik di tingkat nasional maupun internasional. Ini dapat meningkatkan volume penjualan dan keuntungan.

Perlindungan Hukum yang Kuat: Masyarakat memiliki alat hukum yang kuat untuk melawan pihak-pihak yang mencoba meniru atau memalsukan produk khas mereka, sehingga melindungi sumber pendapatan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini peserta yang mengikuti kegiatan ini dapat memperoleh informasi dan pemahaman mengenai perlindungan merek kolektif terhadap peningkatan produk lokal. Hasil pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa, sebelum pelaksanaan kegiatan, peserta belum banyak yang memahami dan mengerti tentang perlindungan merek kolektif terhadap peningkatan produk lokal namun setelah dilakukan penyuluhan dilakukan peserta bertambah pengetahuan dan pemahaman tentang perlindungan merek kolektif terhadap peningkatan produk lokal, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat dalam hal ini kepada masyarakat di Kelompok Usaha Rumput Laut "Setia Usaha" di desa Oelolot, Kac. Rote Barat, Kabupaten Rote Ndao dapat berjalan dengan baik. Dengan adanya kegiatan ini didukung respon dari peserta yang hadir, maka diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat perlindungan merek kolektif terhadap peningkatan produk lokal. Disamping hal tersebut juga perlu adanya sosialisasi secara berkelanjutan mengenai untuk dapat lebih memperdalam dan mempertajam lagi pengetahuan yang sudah ada di masyarakat terkait perlindungan merek kolektif terhadap peningkatan produk lokal. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan saran untuk pengembangan ke depan. Pertama, diperlukan adanya pendampingan lanjutan bagi kelompok usaha dalam memahami proses pendaftaran dan penggunaan Merek Kolektif, sehingga pengetahuan yang telah diperoleh tidak berhenti pada tataran konsep, tetapi dapat diterapkan secara nyata untuk melindungi dan menguatkan produk lokal mereka. Kedua, penting untuk dilakukan sosialisasi berkelanjutan mengenai perlindungan Merek Kolektif, baik melalui kegiatan pelatihan rutin, diskusi kelompok, maupun penyediaan materi edukasi yang mudah diakses. Sosialisasi berkelanjutan ini akan membantu memperdalam dan mempertajam pemahaman masyarakat,

sekaligus memastikan bahwa informasi yang diterima tetap relevan dengan perkembangan kebijakan dan kebutuhan pasar. Ketiga, disarankan agar masyarakat, khususnya pelaku usaha di Kelompok Usaha Rumput Laut “Setia Usaha”, mulai membangun komitmen kolektif untuk menata kualitas produk, memperkuat identitas kelompok, dan mempersiapkan persyaratan administratif yang diperlukan untuk pendaftaran Merek Kolektif. Komitmen ini penting agar perlindungan hukum dapat diperoleh secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi. (2005). *Hukum merek: Cara mudah mempelajari undang-undang merek*. PT RajaGrafindo Persada.
- Amin, F., et al. (2024). *Hukum kekayaan intelektual*. Sada Kurnia Pustaka.
- Arifin, Z., Sudarmanto, K., & Sediati, D. S. R. (2023). Peningkatan pemahaman hak atas kekayaan intelektual bagi pelaku UMK di Kelurahan Sendangmulyo. *Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi (Jurnal Pedati)*, 1(1), 1–11. <https://orcid.org/0000-0002-4857-376X>
- Belson, J. (2017). *Certification and collective marks: Law and practice*. Edward Elgar Publishing.
- Dewi, N. M. T., Brahmantya, I. B. B., & Diputra, K. Y. A. (2024). Pengaturan hukum penggunaan merek kolektif terdaftar berdasarkan Pasal 79 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis. *Kerta Dyatmika*, 21(2), 1–11. <https://doi.org/10.46650/kd.v21i2.1540>
- Edyson, D., & Rafi, M. (2024). Perlindungan hukum mengenai hak atas kekayaan intelektual. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 930–939. <https://doi.org/10.31316/jk.v8i1.6438>
- Hadi, M. A. R., & Reykasari, Y. (2025). Urgensi pendaftaran merek kolektif dalam pemberdayaan UMKM di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang. *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 58–65. <https://doi.org/10.55537/gabdimas.v3i2.1097>
- Manurung, R. W. T., & Silalahi, W. (2025). Perlindungan hukum terhadap suatu merek terdaftar di Indonesia. *USRAH: Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 6(1), 183–198.
- Nizar, R., Khairani, Z., & Ihsan, F. (2025). Pelatihan dan pendampingan pendaftaran merek dagang bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (KUB Sejahtera) di Pekanbaru. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Pelatihan*, 9(1), 30–35.
- Nugroho, O. S. (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), 14099–14120. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11934>
- Ranti Fauza, & Santika, T. (2021). *Hukum merek*. PT Refika Aditama.
- Saidin, O. K. (2004). *Aspek hukum kekayaan intelektual*. PT RajaGrafindo Persada.
- Sari, M. Y. A. R., Hermono, B., Serfiyani, C. Y., Sulistyowati, E., Muniroh, B., Idzihaar, D. A., & Sidauruk, K. (2025). Edukasi urgensi merek kolektif dalam penguatan branding produk UMKM Desa Nglanggeran. *Jurnal Darma Loka*, 1(2), 117–134.
- Zakariya, H., Afsari, F. Y., & Arum, M. N. (2024). Perlindungan hukum terhadap hak atas merek kolektif menurut undang-undang merek. *Sultan Adam: Jurnal Hukum dan Sosial*, 2(1), 115–119.