

**PERSEPSI PELAKU USAHA OLAHAN TEMPE TERHADAP URGENSI
PENDAFTARAN MEREK PERSPEKTIF UU NO. 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

**(Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan
Kecamatan Blimbing Kota Malang)**

SKRIPSI

Oleh :

Muliya Safitri

NIM 200202110123



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2024**

**PERSEPSI PELAKU USAHA OLAHAN TEMPE TERHADAP URGENSI
PENDAFTARAN MEREK PERSPEKTIF UU NO. 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

**(Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan
Kecamatan Blimbing Kota Malang)**

SKRIPSI

Oleh :

Muliyah Safitri

NIM 200202110123



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50, Malang 65144, Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah SWT,

Dengan kesadaran dan rasa tanggungjawab terhadap pengembangan keilmuan,
Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PERSEPSI PELAKU USAHA OLAHAN TEMPE TERHADAP URGENSI
PENDAFTARAN MEREK PERSPEKTIF UU NO. 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS
(Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan
Kecamatan Blimbing Kota Malang)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang,
2 September 2024




METERAI
TEMPEL
Mulhya Safitri
200202110123
FEAAMX006336056

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Muliya Safitri NIM: 200202110123 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**PERSEPSI PELAKU USAHA OLAHAN TEMPE TERHADAP URGENSI
PENDAFTARAN MEREK PERSPEKTIF UU NO. 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

**(Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan
Kecamatan Blimbing Kota Malang)**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. Fakhruddin, M.HI.
NIP. 197408192000031002

Malang, 2 September 2024
Dosen Pembimbing,



Dr. Musa Takijina, S.HI., M.SI
NIP. 198304202023211012



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50, Malang 65144, Telepon (0341) 559399, Faksimile (0341) 559399

BUKTI KONSULTASI

Nama : Muliya Safitri
NIM : 200202110123
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. MusaTaklima, S.HI., M.SI
Judul Skripsi : Persepsi Pelaku Usaha Olahan Tempe Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Perspektif UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang)

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Rabu, 28 Februari 2024	Konsultasi Proposal	MT
2.	Kamis, 14 Maret 2024	Konsultasi Bab 1-3	MT
3.	Senin, 18 Maret 2024	Revisi Bab 1-3	MT
4.	Kamis, 28 Maret 2024	Acc Bab 1-3 (Sempro)	MT
5.	Senin, 20 Mei 2024	Revisi (ganti) judul & rumusan masalah	MT
6.	Jum'at, 28 Juni 2024	Konsultasi Bab 1-3	MT
7.	Rabu, 24 Juli 2024	Konsultasi Bab 4 dan 5	MT
8.	Jum'at, 2 Agustus 2024	Revisi BAB 1-5, revisi penulisan	MT
9.	Selasa, 20 Agustus 2024	Bimbingan Bab 4, revisi penulisan	MT
10.	Senin, 2 September 2024	Acc skripsi	MT

Malang, 2 September 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Hukum Ekonomi
Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI.
NIP. 197408192000031002

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi saudara Mulia Safitri (200202110123), mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul.

**PERSEPSI PELAKU USAHA OLAHAN TEMPE TERHADAP URGENSI
PENDAFTARAN MEREK PERSPEKTIF UU NO. 20 TAHUN 2016
TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS**

**(Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan
Kecamatan Blimbing Kota Malang)**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian skripsi yang dilaksanakan pada 23 September 2024, dengan Penguji

1. Mahbub Ainur Rofiq, S.HI., M.H.
NIP. 19881130201802012169



Penguji Utama

2. Aditya Prastian Supriyadi, M.H.
NIP. 199304292020121003




Ketua Penguji

3. Dr. Musa Taklima, S.HI., M.SI.
NIP. 198304202023211012




Sekretaris

Malang, 02 Oktober 2024
Dekan Fakultas Syariah



Prof. Dr. Sadorman, M.A., CAPRM
NIP. 195908222005011005



MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اطِيعُوا اللَّهَ وَاطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ
إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ulul amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur’an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat).”

(QS. An-Nisa’ Ayat 59)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamiin, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan penulisan skripsi yang berjudul: **“PERSEPSI PELAKU USAHA OLAHAN TEMPE TERHADAP URGENSI PENDAFTARAN MEREK PERSPEKTIF UU NO. 20 TAHUN 2016 TENTANG MEREK DAN INDIKASI GEOGRAFIS (Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang)”** dapat terselesaikan dengan baik. Tak luput pula mudah-mudahan shalawat serta salam tercurah limpahkan kepada junjungan agung, pemimpin para nabi dan rasul, insan pilihan yakni baginda Nabi Muhammad SAW beserta teruntuk seluruh keluarga beliau, putra putri beliau, cucu-cucu beliau dan para pengikut beliau. Teriring harapan dan do'a mudah-mudahan kita mendapatkan syafaat beliau kelak di akhirat. Aamiin.

Berkat jerih payah berupa bimbingan, pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Sudirman, M.A., CAHRM., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Dr. Fakhruddin, M.H.I, selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Musa Taklima, S.HI., M.SI., sebagai dosen pembimbing skripsi penulis. Terimakasih atas bimbingan, arahan, semangat, ceria dan motivasi yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
5. Bapak Su'ud Fuadi, S.HI., M.EI., sebagai wali dosen perkuliahan penulis selama menempuh studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih banyak telah memberikan arahan, bimbingan serta motivasi selama perkuliahan ini.
6. Segenap jajaran Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mengamalkan ilmunya dengan Ikhlas dan berperan aktif dalam menyumbang ilmunya. Semoga Allah SWT memberikan pahalanya yang sepadan kepada beliau.
7. Dra. Trinil Sri Wahyuni selaku ketua paguyuban sentra industri keripik tempe Sanan, ribuan terima kasih penulis haturkan yang telah membantu dalam memberikan arahan, bimbingan dan saran, serta motivasi selama penulis melakukan penelitian.
8. Para pengrajin tempe di Sanan Kota Malang yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian.
9. Orang tua penulis, Bapak Bambang dan Ibu Nurhayati yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh cinta dan kasih sayang yang

tak pernah henti di setiap langkah saya sehingga saya bisa mencapai titik ini, serta selalu memberikan semangat, dukungan dan doa tulus disetiap sujudnya untuk kebaikan saya, sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi.

10. Orang yang berjasa dalam hidup saya, Nenek Saudah, yang telah menyayangi, mendoakan, dan berkorban untuk saya tanpa mengenal lelah baik secara moril maupun materil yang sangat bermanfaat sejak saya kecil hingga saat ini saya bisa menyelesaikan pendidikan sampai gelar sarjana. Sehat selalu dan semoga panjang umur.
11. Kedua adik kandung penulis, Pandu Ahmad Shafauzy dan Eshal Maheer Al-‘Asqalani yang telah menjadi penyemangat penulis dalam penyelesaian skripsi ini, semoga kebahagiaan dan kesuksesan selalu menyertai kalian.
12. Teman-teman S1 Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas segala warna-warni yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis.
13. Kepada Siska, Azila, dan Anggi terima kasih telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, serta menjadi tempat berbagi suka dan duka kepada penulis, semoga kebahagiaan selalu menyertai kalian.
14. Diri saya sendiri (Mulya Safitri) terima kasih telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, terima kasih telah percaya pada diri sendiri, terima kasih karena sudah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tetap memutuskan untuk tidak pernah menyerah sesulit apapun

proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis berharap pengetahuan yang diperoleh dari kuliah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Malang dapat bermanfaat bagi semua orang. Penulis sangat menyadari bahwa, karena pengetahuan, kemampuan, wawasan, dan pengalaman penulis yang terbatas, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua orang untuk membantu memperbaikinya.

Malang, 30 Agustus 2024



Penulis,
Muliya Safitri
NIM. 200202110123

PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam penulisan karya ilmiah, penggunaan istilah asing kerap tidak dihindarkan. Secara umum, sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia kata asing ditulis (dicitak) miring. Dalam konteks Bahasa Arab, terdapat pedoman transliterasi khusus yang berlaku internasional. Berikut ini disajikan tabel pedoman transliterasi sebagai acuan penulisan karya ilmiah.

Transliterasi Arab-Indonesia Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah berpedoman pada model Library of Congress (LC) Amerika Serikat sebagai berikut:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
أ	`	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	th	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dh	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sh	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd) maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf, seperti, dan (أ, ي, و). Bunyi hidup dobel Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw” seperti layyinah, lawwamah. Kata yang berakhiran tā’ marbutah dan berfungsi sebagai sifat atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
BUKTI KONSULTASI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
ملخص البحث.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Definisi Operasional.....	10
F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Penelitian Terdahulu	21
B. Kerangka Teori.....	35
1. Persepsi.....	35
2. Usaha Mikro Kecil Menengah.....	42
BAB III	46
METODE PENELITIAN.....	46
A. Jenis Penelitian.....	46

B. Pendekatan Penelitian	47
C. Lokasi Penelitian.....	48
D. Fokus Penelitian	49
E. Jenis dan Sumber Data	49
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Pengolahan Data dan Analisa Data.....	54
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Data.....	57
1. Gambaran Umum Sentra Industri Keripik Tempe Sanan	57
B. Hasil Pembahasan	60
1. Persepsi Pelaku Usaha Olahan Tempe Sanan Kota Malang Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Perspektif UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.....	60
2. Faktor Penghambat Pelaku Usaha Dalam Mendaftarkan Merek	74
BAB V.....	87
PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2. Data Informan	60
Tabel 3. Data Pertanyaan Beserta Jawaban Oleh Informan	68

ABSTRAK

Muliya Safitri, 200202110123, 2024, **Persepsi Pelaku Usaha Olahan Tempe Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Perspektif UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi Pada UMKM Paguyuban Tempe Di Kawasan Sentra Industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang)**, Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Dr. MusaTaklima, S.HI., M.SI.

Kata Kunci: Persepsi, Urgensi, Pendaftaran Merek.

Di kawasan Sentra Industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang, terdapat sebuah komunitas pengusaha yang dikenal dengan UMKM Paguyuban Tempe Sanan. Kegiatan usaha di Sentra Industri Keripik tempe di Jalan Sanan memberikan nama merek yang beragam untuk memasarkan produk keripik tempe para pelaku usaha, tetapi sebagian besar pelaku usaha olahan tempe di sentra industri Sanan Kota Malang ini belum mendaftarkan merek usahanya. Ini menunjukkan bahwa mereka seharusnya sudah menyadari betapa pentingnya untuk melakukan pendaftaran merek. Pendaftaran merek merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam bisnis, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis bagaimana persepsi pelaku usaha olahan tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek dan faktor apa yang menghambat dalam mendaftarkan merek produknya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Selanjutnya data diproses melalui tahap penyederhanaan, penyajian, verifikasi, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang memiliki persepsi penting dalam mendaftarkan merek, terutama untuk melindungi dari tiruan oleh pihak lain. Namun realitasnya tindakan mereka tidak mencerminkan kesadaran tersebut. Mereka lebih mengandalkan NIB, PIRT, dan label halal sebagai bentuk legalitas usaha mereka, yang dianggap sudah cukup untuk menjamin kelangsungan usaha. Selain itu, mereka lebih memfokuskan pada aspek pemasaran produk tempe karena merasa sudah memiliki pasar tersendiri. Faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam pendaftaran merek meliputi anggapan bahwa prosesnya rumit, memakan waktu, dan biayanya cukup tinggi, sehingga mereka memilih untuk tidak melanjutkan ke proses pendaftaran merek.

ABSTRACT

Muliya Safitri, 200202110123, 2024, **Perceptions of Tempeh Processed Business Actors on the Urgency of Trademark Registration in the Perspective of Law No. 20 of 2016 concerning Trademarks and Geographical Indications (Study on Tempeh Association MSMEs in the Sanan Industrial Center Area, Blimbing District, Malang City)**, Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Advisor : Dr. MusaTaklima, S.HI., M.SI.

Keywords: Perception, Urgency, Trademark Registration.

In the Sanan Industrial Center area, Blimbing District, Malang City, there is a community of entrepreneurs known as Paguyuban Tempe Sanan UMKM. Business activities in the Tempe Chips Industry Center on Jalan Sanan provide a variety of brand names to market the tempeh chips products of business actors, but most of the processed tempeh business actors in the Sanan industrial center in Malang City have not registered their business brands. This shows that they should have realized how important it is to do trademark registration. Trademark registration is an important thing that must be done in business, especially Micro, Small and Medium Enterprises.

The purpose of this study is to analyze how the perception of processed tempeh business actors Sanan Malang City against the urgency of trademark registration and what factors hinder in registering trademark products. This research uses empirical juridical research method with sociological juridical approach. Data collection method is done by observation, interview, documentation. Furthermore, the data is processed through the stages of simplification, presentation, verification, and conclusion drawing.

The results showed that tempe businesses in Sanan Malang City have a perception of the importance of registering a brand, especially to protect against imitation by other parties. However, in reality, their actions do not reflect this awareness. They rely more on NIB, PIRT, and halal labeling as a form of legality for their business, which is considered sufficient to ensure business continuity. In addition, they focus more on the marketing aspect of tempeh products because they feel they already have their own market. Factors that hinder brand registration include the assumption that the process is complicated, time-consuming, and the cost is quite high, so they choose not to proceed to the brand registration process.

ملخص البحث

موليا سافيتري، ٢٠٢٣، ٢٠٢٤، ٢٠٠٢، ١١٠١٢٣، تصورات الجهات الفاعلة في مجال الأعمال التجارية في تيمبي فيما يتعلق بالحاجة الملحة لتسجيل العلامة التجارية، منظور القانون رقم ٢٠ لعام ٢٠١٦ بشأن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية (دراسة للشركات الصغيرة والمتوسطة متناهية الصغر التابعة لجمعية تيمبي في منطقة مركز سانان الصناعي، منطقة بليمينج، مدينة مالانج)، أطروحة، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف: د. موسى تكليما، M.SI، S.HI.

الكلمات الدالة: الإدراك، والإلحاح، وتسجيل العلامات التجارية

في منطقة مركز سانان الصناعي، منطقة بليمينج، مدينة مالانج، يوجد مجتمع من رواد الأعمال المعروفين باسم جمعية UMKM في تيمبي سانان. توفر الأنشطة التجارية في مركز رقائقي تيمبي الصناعي في جالان سانان أسماء تجارية مختلفة لتسويق منتجات رقائقي تيمبي للجهات الفاعلة في مجال الأعمال، ولكن معظم الجهات الفاعلة التجارية في رقائقي تيمبي في مركز سانان الصناعي، مدينة مالانج، لم تسجل علاماتها التجارية التجارية. وهذا يدل على أنه يجب عليهم أن يدركوا بالفعل مدى أهمية إجراء تسجيل العلامة التجارية. يعد تسجيل العلامة التجارية أمرا مهما يجب القيام به في الأعمال التجارية، خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والصغيرة والمتوسطة.

الهدف من هذا البحث هو تحليل تصورات شركات تجهيز تيمبي سانان في مدينة مالانج فيما يتعلق بالحاجة الملحة لتسجيل العلامة التجارية والعوامل التي تعيقهم في تسجيل العلامات التجارية لمنتجاتهم. يستخدم هذا البحث أساليب البحث القانوني التجريبي النهج القانوني الاجتماعي. يتم تنفيذ طرق جمع البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلات والتوثيق. بعد ذلك، تتم معالجة البيانات عبر مراحل التبسيط والعرض والتحقق واستخلاص النتائج.

تظهر نتائج البحث أن الجهات الفاعلة التجارية في مدينة سانان تيمبي في مدينة مالانج لديها تصور مهم في تسجيل العلامة التجارية، وخاصة لحمايتها من التقليد من قبل أطراف أخرى. إلا أن أغلبيتهم في الواقع لا تعكس هذا الوعي. إنهم يعتمدون أكثر على ملصقات NIB و PIRT والحلال كأشكال من شرعية أعمالهم، والتي تعتبر كافية لضمان استمرارية العمل. وبصرف النظر عن

ذلك، فإنهم يركزون أكثر على الجانب التسويقي لمنتجات تيمبي لأنهم يشعرون أن لديهم بالفعل سوقهم الخاصة. وتشمل العوامل التي تمنع تسجيل العلامات التجارية التصور بأن العملية معقدة وتستغرق وقتاً طويلاً وتكاليفها مرتفعة للغاية، لذلك يختارون عدم المضي قدماً في عملية تسجيل العلامة التجارية.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau biasa orang-orang menyebutnya UMKM sering disebut sebagai pilar penting dalam perekonomian daerah. UMKM memiliki makna usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Keunggulan mereka dibandingkan dengan usaha besar adalah fleksibilitas dan kemampuan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. UMKM bisa cepat beradaptasi, jadi gampang buat ngikutin tren dan perubahan pasar yang selalu berubah-ubah, ini memberikan keunggulan tersendiri dibandingkan perusahaan besar yang sering kali mengalami kesulitan dalam mengikuti perubahan tersebut.¹ UMKM memberikan kontribusi penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan merupakan sumber utama penciptaan lapangan kerja.

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% dari total PDB dan menyerap hampir 97% tenaga kerja di Indonesia.² Dengan kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan kondisi ekonomi, UMKM menjadi motor penggerak utama dalam pemberdayaan ekonomi lokal.

¹ Tiktik Sartika dan Rachman, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, (Jakarta Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 13

² Dian Erika Nugraheny, "Jokowi: Jumlah UMKM Kita 65 Juta dan Penyerapan Tenaga Kerja 97 Persen" KOMPAS.com, Maret 7, 2024, <https://nasional.kompas.com/read/2024/03/07/16040301/jokowi-jumlah-umkm-kita-65-juta-dan-penyerapan-tenaga-kerja-97-persen>

Di Indonesia, UMKM tidak hanya memainkan peran dalam ekonomi makro tetapi juga menjadi pondasi bagi banyak keluarga untuk mencari nafkah dan meningkatkan kesejahteraan. Dengan berbagai skala operasi dari usaha mikro yang dikelola hingga usaha menengah yang lebih terstruktur, UMKM memegang peran krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang kerja.

Disisi lain, UMKM memiliki kaitan penting dengan kekayaan intelektual. Kekayaan intelektual adalah landasan transaksi bisnis utama yang menjamin nilai ekonomi dan mendorong pertumbuhan industri dengan konsep yang mengacu pada kepemilikan ide, inovasi, dan kreasi yang dihasilkan oleh pikiran manusia. Kekayaan Intelektual mencakup hak-hak eksklusif yang diberikan kepada seseorang atau perusahaan atas hasil karya intelektualnya, seperti penemuan, karya seni, desain, dan merek dagang. Dengan memahami dan memanfaatkan hak kekayaan intelektual, UMKM dapat memperkuat posisi mereka di pasar, mendorong inovasi, dan mempersiapkan diri untuk pertumbuhan dan ekspansi yang lebih besar atau meningkat.

Dengan melindungi inovasi dan produk mereka melalui hak kekayaan intelektual, UMKM bisa mencegah pesaing untuk meniru atau menjiplak produk mereka. Ini membantu menjaga orisinalitas dan keunikan produk mereka di pasar dikarenakan UMKM sering kali rentan terhadap peniruan oleh pesaing atau oknum yang tidak bertanggungjawab.

Dalam perkembangan ekonomi dan industri yang sudah demikian modern, dapat dipastikan bahwa setiap perusahaan atau industri barang atau

jasa itu akan memiliki nama perusahaan sebagai identitas usahanya. Nama perusahaan itu selanjutnya disebut sebagai merek yang mana akan menjadi identitas bagi barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Merek merupakan tanda atau simbol hasil dari kreativitas intelektual yang memiliki peran tak terpisahkan dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan.

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, merek memiliki peranan penting sebagai salah satu aset berharga bagi pelaku usaha. Merek tidak hanya sekedar tanda pengenal produk, tetapi juga merupakan cerminan dari identitas dan kualitas yang ingin disampaikan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Merek yang terdaftar memberikan perlindungan hukum kepada pemiliknya, mencegah penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain, dan dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Selain itu, merek yang terdaftar juga memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas pasar dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih percaya diri.

Pengusaha di negara-negara maju menganggap merek sebagai bagian penting dari strategi bisnis usaha mereka. Mereka mempunyai divisi khusus yang menangani kekayaan intelektual, bukan hanya fokus mengurus paten tapi juga pendaftaran merek. Strategi bisnis mereka bukan lagi hanya soal bagaimana memasarkan produk atau menjaga kualitas, tapi juga bagaimana melindungi merek mereka dari pesaing. Jadi, setiap kali mereka membuat

produk atau layanan baru, mereka langsung mendaftarkan mereknya supaya aman dari kompetitor.³

Perkembangan UMKM di Kota Malang tergolong sangat signifikan, hal ini dikarenakan Kota Malang melambangkan salah satu kota di Indonesia yang memiliki UMKM di beragam sektor usahanya.

Di kawasan Sentra Industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang, terdapat sebuah komunitas pengusaha yang dikenal dengan Paguyuban Keripik Tempe. Paguyuban ini tidak hanya terkenal karena produk tempe dan keripik tempe yang berkualitas, tetapi juga karena menjadi salah satu pusat industri tempe terbesar di Malang. Produk tempe yang dihasilkan beraneka ragam. Mulai dari tempe mentah hingga yang berbentuk olahan, seperti keripik tempe, brownies tempe, stik tempe, coklat tempe, burger tempe, sate tempe, dan masih banyak lagi. Para pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang di sini sebagian besar adalah produsen skala kecil dan menengah yang mengandalkan keahlian turun-temurun dalam mengolah tempe menjadi produk bernilai tinggi. Produk-produk mereka telah menjadi bagian integral dari kebudayaan kuliner lokal dan memiliki pasar yang cukup luas, baik di dalam maupun di luar kota Malang.

Aktivitas usaha di Sentra Industri Keripik tempe di Jalan Sanan Kota Malang memberikan nama merek yang beragam untuk memasarkan produk tempe mereka. Ini menunjukkan bahwa mereka seharusnya sudah menyadari betapa pentingnya memiliki merek untuk produk usaha mereka. Dengan cara

³ Yoshihiro Sumida, Insan Budi Maulana, *Perlindungan Bisnis Merek Indonesia-Jepang*, Pustaka Sinar Harapan, 1994, hal 28

ini, mereka bisa memberikan identitas untuk produk mereka dan membedakannya dari pesaing di bisnis yang sama. Tanpa perlindungan merek yang resmi, produk-produk usaha mereka rentan terhadap penjiplakan oleh pihak lain yang dapat merugikan usaha mereka. Sebagai contoh, sebuah produk tempe dengan kualitas tinggi dari Sanan Kota Malang yang belum didaftarkan mereknya bisa saja ditiru dan dijual oleh pihak lain dengan menggunakan nama atau kemasan serupa, sehingga menimbulkan kerugian bagi produsen aslinya. Di sisi lain, pendaftaran merek juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut, karena konsumen cenderung lebih percaya kepada produk yang memiliki identitas merek yang jelas dan diakui secara hukum.

Meski memiliki potensi pasar yang besar, banyak pelaku usaha di Paguyuban Olahan Tempe Sanan Kota Malang ini mengabaikan pentingnya perlindungan hukum kekayaan intelektual dan kurangnya akan pentingnya kesadaran hukum.

Paguyuban Tempe di industri Sanan Kota Malang merupakan sebuah komunitas yang terdiri dari para pengrajin tempe di kawasan Sanan, Kecamatan Blimbing Kota Malang. Sanan dikenal sebagai salah satu sentra industri tempe terbesar di Indonesia, dengan sebagian besar warganya bekerja pada produksi tempe. Selain keripik tempe, kawasan ini juga memproduksi keripik buah, namun dalam penelitian ini fokus hanya diberikan pada industri keripik tempe karena produk ini lebih dominan dan memiliki keterkaitan langsung dengan identitas kawasan Sanan sebagai sentra tempe.

Peneliti memilih Paguyuban Olahan Tempe Sanan Kota Malang sebagai lokasi penelitian karena kawasan ini merupakan salah satu sentra produksi tempe yang terkenal di Jawa Timur khususnya Kota Malang, dengan pelaku usaha yang telah memiliki pengalaman bertahun-tahun dan dilakukan turun-temurun dalam industri tempe. Ini memberikan peneliti akses untuk mengeksplorasi persepsi para pelaku usaha yang memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi terhadap aktivitas bisnis mereka, termasuk dalam hal pendaftaran merek. Sanan juga telah dikenal luas karena produknya yang telah memiliki pasar yang jelas, sehingga penelitian ini dapat menggali lebih dalam mengenai pandangan pengusaha terkait urgensi pendaftaran merek, terutama dalam kaitannya dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan begitu, hasil penelitian ini diharapkan dapat merepresentasikan persepsi pelaku usaha tempe di sentra industri skala nasional, yang relevan dengan kebijakan hukum yang ada.

Tujuan dilakukannya pendaftaran merek untuk memberikan hak atas merek tersebut. Hak ini merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang sudah terdaftar. Dengan hak ini, pemilik bisa menggunakan merek tersebut sendiri atau memberikan izin kepada orang lain untuk memakainya. Hak ini hanya bisa diperoleh setelah merek didaftarkan resmi.⁴ Siapa saja bebas menggunakan merek dengan nama apa pun, didaftar ataupun tidak didaftar asalkan tidak sama dengan merek terdaftar milik orang lain untuk produk atau jasa yang sejenis. Pemilik merek dagang yang sudah

⁴ Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 angka (5) & Pasal 3

terdaftar memiliki hak eksklusif untuk mencegah pihak lain tanpa izin dari memakai merek tersebut dalam aktivitas perdagangan.⁵

Dibandingkan dengan usaha di sektor lain, olahan tempe sebagai produk khas Sanan Kota Malang memiliki keunikan tersendiri yang belum banyak dikaji, terutama dalam kaitannya dengan aspek hukum merek. Hal ini memberikan peluang bagi penelitian untuk memberikan kontribusi yang lebih spesifik dan mendalam dalam konteks industri tempe, yang merupakan salah satu produk UMKM unggulan lokal.

Persepsi pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, pengetahuan tentang hak kekayaan intelektual, dan prioritas dalam usaha. Dalam penelitian ini, persepsi pelaku usaha keripik tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek akan dianalisis untuk memahami sejauh mana mereka menyadari pentingnya aspek ini dan faktor yang menghambat pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang dalam mendaftarkan merek produk.

Dari uraian latar belakang diatas, penulis merasa memiliki alasan yang cukup untuk melakukan penelitian dan menuliskannya dalam bentuk skripsi dengan judul **“Persepsi Pelaku Usaha Olahan Tempe Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Perspektif UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi pada UMKM Paguyuban Tempe di Kawasan Sentra Industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang).”**

⁵ Rahmi Jened, 2015, Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi, Jakarta, Prenamedia Group, hlm 6

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut.

1. Bagaimana persepsi pelaku usaha olahan tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek?
2. Apa saja faktor yang menghambat pelaku usaha olahan tempe Sanan Kota Malang dalam mendaftarkan merek?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis persepsi pelaku usaha olahan tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek.
2. Untuk menganalisis faktor penghambat pelaku usaha olahan tempe Sanan Kota Malang dalam mendaftarkan merek.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Dengan disusunnya penelitian ini, diharapkan berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai pentingnya dalam pendaftaran merek dagang, terkhusus dibidang ilmu Hukum yang terkait dengan hak kekayaan intelektual.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini menyadarkan pelaku usaha akan pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan hukum atas merek

mereka. Dengan merek yang terdaftar, pelaku usaha dapat melindungi identitas dan reputasi bisnis mereka dari pemalsuan atau penggunaan yang tidak sah oleh pihak lain. Selain itu, pelaku usaha juga dapat memanfaatkan merek terdaftar sebagai alat untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan memperkuat posisi produk di mata konsumen. Penelitian ini juga mengidentifikasi kendala yang dirasakan oleh pengusaha dalam mendaftarkan merek, sehingga diharapkan dapat memotivasi pelaku usaha untuk lebih aktif dalam memahami dan mengikuti prosedur pendaftaran merek.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pendaftaran merek bagi produk-produk lokal. Dengan adanya perlindungan merek, konsumen akan lebih percaya terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM, karena merek yang terdaftar menunjukkan adanya pengakuan legal dan jaminan keaslian produk. Ini dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih tepat dalam memilih produk yang berkualitas, serta melindungi mereka dari produk palsu yang mungkin beredar di pasaran.

c. Bagi penulis

Sebagai mahasiswi Hukum Ekonomi Syariah, penelitian ini tentunya meningkatkan kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan tentang Hak Kekayaan Intelektual (HKI) khususnya

mengenai merek dilindungi masyarakat. Selain itu, untuk memperluas pengetahuan penulis mengenai kesadaran akan pentingnya pendaftaran merek atas sebuah produk, dari penelitian ini juga penulis dapat menggali beragam sumber literatur, data, dan informasi yang relevan, dengan tujuan untuk memperdalam pemahaman dan pengetahuan terkait topik penulis.

E. Definisi Operasional

1. Merek

Merek merupakan lambang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur tersebut yang diproduksi oleh seseorang atau badan hukum yang mana merek tersebut memiliki kemampuan untuk membedakan dalam perdagangan barang atau jasa.⁶

Sebagaimana dalam Pasal 1 ayat 1 undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Merek adalah Merek adalah tanda yang bisa ditampilkan secara grafis seperti gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi dan/atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih elemen tersebut, yang digunakan untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh seorang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Kemudian yang dimaksud dengan Merek dagang Menurut Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan

⁶ “Hukum hak kekayaan intelektual / Khoirul Hidayah, S.H., M.H. | OPAC Perpustakaan Nasional RI,” 6, diakses 11 September 2023, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1198740>.

Indikasi Geografis, yang dimaksud dengan merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh individu, sekelompok individu, atau badan hukum untuk membedakan barang tersebut dari barang sejenis lainnya.

Menurut Mr. Tirtaamidjaya yang mengutip pendapat Profesor Vollmar, sebuah merek pabrik atau bisnis merupakan tanda yang ditempatkan pada barang atau kemasannya, dengan tujuan untuk membedakan barang tersebut dari barang sejenis lainnya.⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi kedua dari departemen pendidikan dan kebudayaan memberikan⁸ pengertian merek. Merek adalah tanda yang dikenal oleh pengusaha seperti pabrik atau produsen pada produk yang dihasilkan sebagai penanda identitas; cap atau tanda yang digunakan sebagai pengenalan untuk menyatakan nama atau lainnya.⁹ Identitas merek dalam sebuah produk sangat penting, ini diperlukan agar produk tersebut memiliki perbedaan yang membedakan dari produk lainnya.

Perlindungan merek bertujuan sebagai perlindungan masyarakat khususnya konsumen, agar tidak salah pilih dalam membeli produk yang kualitasnya tidak memenuhi standar dari produk asli. Selain itu, pengaturan merek juga bertujuan untuk melindungi produsen sebagai pemegang hak milik yang sah. Peranan penting merek dalam kegiatan

⁷ Mr. Tirtaamidjaya, 1962, *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*, Djambatan, Jakarta, hlm.80

⁸ Diakses dari <https://kbbi.web.id/Merek> Pada tanggal 18 Juli 2024

⁹ Muhammad Aryadu Shiyam. "Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Tahu Randu Dongkal di Kabupaten Pemalang, Skripsi Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang", (2020)

perdagangan sering kali menimbulkan masalah, seperti peniruan, pemalsuan, dan penyalahgunaan oleh pihak lain, dapat menyebabkan kerugian bagi keberlangsungan bisnis para pelaku usaha. Oleh karena itu, merek perlu dilindungi secara hukum untuk memberikan kepastian hukum bagi masyarakat.

2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang.¹⁰ UMKM dalam definisinya terdiri dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah dengan penjelasan sebagai berikut.

a. Usaha Mikro

Sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini"

b. Usaha Kecil

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, ditetapkan bahwa: Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang mandiri, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan

¹⁰ Hamdani SE., M.Si, *MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LEBIH DEKAT* (uwais inspirasi indonesia, t.t.), 1.

merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, sesuai dengan kriteria Usaha Kecil yang disebutkan dalam Undang-Undang ini.

c. Usaha Menengah

Menurut ketentuan Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau pendapatan tahunan sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang ini.

Kriteria yang mengategorikan usaha mikro, kecil, dan menengah ditetapkan dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut.
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

3. Urgensi

a. Pengertian Urgensi

Urgensi dari bahasa latin “*urgere*” artinya kata kerja yang bermakna menekan; mendorong. Dilihat dari bahasa Inggris “*urgent*”

artinya kata sifat dan dalam bahasa Indonesia “*urgensi*” (kata benda). Istilah urgensi merujuk pada hal yang dorong mendorong, yang memaksa untuk diselesaikan. Dengan demikian mengandaikan ada masalah dan harus segera ditindaklanjuti. Sedangkan Abdurrahman memberikan pengertian urgensi yaitu kata dasar dari “*urgen*” yang mendapat akhiran “*i*” berarti sesuatu yang menjadi bagian atau memegang pimpinan terutama atau unsur penting.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), urgensi adalah suatu keharusan yang mendesak;¹¹ hal sangat penting. Dari definisi ini, urgensi dapat diartikan sebagai situasi dimana suatu hal harus diprioritaskan karena memerlukan tindakan segera.¹² Dengan demikian, urgensi menunjukkan tingkat kepentingan dan kebutuhan yang harus diutamakan.

b. Cara mengatasi situasi urgen antara lain:

1) Memiliki sikap aktif

Mencoba mengikuti sosialisasi dengan masyarakat dengan mengikuti berbagai kegiatan yang memang menuntut seseorang untuk bersifat aktif. Kecakapan seseorang pada kegiatan tersebut akan sangat berguna jika suatu saat nanti dihadapkan pada kondisi yang urgen. Seseorang jadi bisa menganalisis masalah yang terjadi dan menemukan solusi untuk mengatasinya.

2) Memiliki sikap cepat

¹¹ ‘Urgensi’, 2024 <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/urgensi>.

¹² Ernawati, *Berhenti Sesaat Untuk Melesat*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2021), 133

Mengatasi masalah yang mendesak memang harus cepat tanggap. Apalagi jika seseorang berada di situasi yang cukup genting. Dengan memiliki sikap yang cepat tanggap, seseorang pun akan bisa menyelesaikan masalah dengan mudah.

3) Memiliki kefokuskan terhadap capaian

Menghadapi suatu masalah pasti harus ada tujuan yang dicapai. Sama halnya dengan menyelesaikan tugas harus ada hasilnya. Dalam kondisi ini, seseorang harus tetap fokus untuk mengatasi situasi urgensi supaya tujuan yang diinginkan bisa tercapai.

4) Memiliki sikap penilai

Sikap penilai ini akan membantu seseorang untuk menuju hasil. Peralnya, melakukan penilaian dalam suatu masalah memang diperlukan untuk menentukan kondisi mana yang harus diselesaikan terlebih dahulu.

Urgensi adalah keharusan yang mendesak. Urgensi adalah hal sangat penting. Sementara itu, urgensi adalah istilah yang berasal dari kata urgen, yang memiliki arti mendesak sekali pelaksanaannya atau sangat penting (gawat, mendesak, memerlukan tindakan segera). Urgensi adalah sesuatu hal yang sangat penting dan membutuhkan perhatian segera.¹³

4. Persepsi

Secara etimologis, persepsi berasal dari kata dalam bahasa Inggris, “*perception*,” atau bahasa Latin, “*perceptio*,” yang berasal dari kata

¹³ <https://hot.liputan6.com/read/4709310/urgensi-adalah-kepentingan-yang-mendesak-ketahui-artinya-dalam-pendidikan> diakses pada 26 Juli 2024

“*percipare*,” yang berarti menerima atau mengambil. Menurut Leavit dalam Sobur, persepsi dalam arti sempit merujuk pada cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas, persepsi mengacu pada pandangan atau pemahaman, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Sementara itu, M. Husaini dan M. Noor menyatakan bahwa persepsi adalah objek di sekitar kita yang ditangkap dan diproyeksikan ke dalam otak, memungkinkan kita untuk mengamati objek tersebut.

Dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pegamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungannya. Persepsi meliputi seluruh respon indra yang diartikan dan dianalisis berdasarkan penafsiran individu, erat kaitannya dengan komunikasi sebagai proses interaksi antarindividu.¹⁴

Jack L Plano¹⁵ dan kawan-kawan mengatakan bahwa persepsi mencakup dua proses kerja yang saling berkaitan, pertama menerima kesan melalui penglihatan, sentuhan dan indera lainnya; dan kedua menafsirkan atau menetapkan arti atas kesan-kesan dengan struktur pengertian (keyakinan relevan yang muncul dari pengalaman masa lalu) seseorang dengan struktur evaluatif (nilai-nilai yang dipegang seseorang).

¹⁴ Dzul Fahmi, *Persepsi: Bagaimana Sejatinnya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita* (Anak Hebat Indonesia, 2020), 11–12.

¹⁵ Chandler, Ralph and Jack C. Plano, 1982. *The Public Administration Dictionary*, JhonWiley and Sons, New York.

Persepsi bukanlah suatu proses yang sama sekali tersirat, karena sambutan terhadap penilaian berbagai isyarat indera dapat terjadi dibawah ambang kesadaran. Menurut Jalaluddin Rakhmat persepsi adalah suatu proses yang terjadi ketika menyentuh alat sehingga menimbulkan stimuli.

Oleh alat penerima atau alat indera, stimuli ini akan dirubah menjadi energi syaraf untuk disampaikan ke otak. Stimuli akan diproses, sehingga individu dapat memahami dan menafsirkan pesan atau yang telah diterimanya maka pada tahap ini terjadi persepsi.

Berdasarkan beberapa pengertian persepsi yang dikemukakan beberapa ahli di atas, Peneliti memilih pengertian persepsi yang dikemukakan Stephen P. Robbins, menjelaskan persepsi sebagai suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan atau menginterpretasikan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka.¹⁶ Sesuai dengan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tanggapan yang didapat dari pengamatan oleh panca indera manusia, yang juga berhubungan dengan nilai-nilai kebenaran yang dianut oleh seseorang serta berpengaruh pada sikap yang nantinya akan diambil olehnya.

Pada penelitian ini akan dianalisis mengenai persepsi pelaku usaha tempe terhadap urgensi pendaftaran merek studi pada kawasan sentra industri tempe Sanan Kota Malang.

F. Sistematika Pembahasan

¹⁶ Sabarini, Sri Santoso dkk. 2021. *Persepsi dan Pengalaman Akademik Dosen Keolahragaan*. Yogyakarta. Deepublish

Untuk mempermudah dalam melakukan analisis, pada penulisan skripsi ini penulis berpedoman pada sistematika yang berlaku. Penelitian ini disusun dalam format lima bab, yang diperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai apa yang akan dijelaskan penulis dalam penelitian ini. Adapun sistematika penulisannya diuraikan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini dijelaskan penelitian yang relevan dengan inti permasalahan penelitian sehingga dapat mendukung serta menganalisis atau menginterpretasikan data yang diperoleh di lapangan dan kerangka teori.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini dijelaskan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian, terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber dan jenis data yang digunakan (baik primer, sekunder, maupun tersier), teknik pengumpulan data, serta teknik pengolahan data.

BAB IV Hasil Pembahasan

Bagian ini menjelaskan gambaran umum yang mencakup pembahasan yang diperoleh selama penelitian. Penyajian data umum menggambarkan lokasi penelitian yang diatur sesuai dengan kebutuhan penilaian, serta penyajian data fokus yang disesuaikan dengan tujuan penelitian sebelum dilakukan pembahasan. Pembaca akan mendapatkan jawaban atas rumusan

masalah yaitu mengenai persepsi pelaku usaha tempe di kawasan sentra industri Sanan Kota Malang serta faktor penghambat dalam mendaftarkan merek produk.

BAB V Penutup

Pada bagian akhir ini dijelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran-saran yang diberikan terhadap masalah-masalah yang ada selama penelitian dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menjelaskan perbandingan antara kajian yang diteliti oleh peneliti dengan yang telah diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Berikut ini ada beberapa kajian yang digunakan peneliti sebagai tinjauan penelitian ini dan berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti sebagai berikut.

Pertama, Fahrunnisa, Saripah Muhammad Ahmad Alkasadi, Ridho Ahmad Bukhori, Cevhyra Lusiana, Herli Antoni¹⁷, “Strategi Pengamanan Hukum Terhadap Merek Produk Hasil Industri UMKM di Indonesia Ditinjau dari UU Hak Cipta” penelitian ini merupakan menggunakan metode berpikir induktif dimana penulis berpikir mendasari hal-hal yang bersifat khusus kemudian pada akhirnya dibuat suatu kesimpulan yang bersifat umum dengan tetap memperhatikan berbagai asas dan kaidah hukum yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan Upaya utama yang perlu dilakukan adalah meningkatkan edukasi dan sosialisasi hukum untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM dalam melindungi merek dagang sebagai hak kekayaan intelektual. Hal ini penting agar mereka dapat bersaing

¹⁷ Fahrunnisa, Saripah Muhammad Ahmad Alkasadi, Ridho Ahmad Bukhori, Cevhyra Lusiana, Herli Antoni. *Strategi Pengamanan Hukum Terhadap Merek Produk Hasil Industri UMKM di Indonesia Ditinjau dari UU Hak Cipta*, Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora, Volume I, Nomor 2, April (2023) [View of Legal Security Strategy for MSME Industrial Product Brands in Indonesia Reviewed from the Copyright Law \(stisnq.ac.id\)](https://stisnq.ac.id)

di ranah bisnis yang lebih besar, serta meningkatkan motivasi dan kinerja untuk menciptakan persaingan yang sehat. Mengingat banyak keterbatasan yang dimiliki pelaku UMKM, pemerintah memberikan berbagai kemudahan untuk mendorong mereka mendaftarkan merek dagang agar terlindungi secara hukum.

Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada mekanisme hukum yang ada untuk melindungi merek, terutama dalam konteks undang-undang hak cipta dengan tujuan menganalisis bagaimana pelaku usaha dapat melindungi merek mereka melalui kerangka hukum yang berlaku. Sementara itu, penelitian sekarang lebih berfokus pada persepsi pelaku usaha terhadap pendaftaran merek perspektif Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang mengarah pada pemahaman dan sikap pelaku usaha terkait pentingnya pendaftaran merek. Pendekatan penelitian juga berbeda; penelitian pengamanan hukum cenderung normatif sedangkan penelitian sekarang empiris, dengan menggali pengalaman nyata pelaku usaha tempe di Sanan Kota Malang dengan persepsi mereka terhadap urgensi pendaftaran merek. Meskipun keduanya berhubungan dengan merek, konteks perlindungan hukum dalam kajian tersebut tidak mencakup aspek pendaftaran merek yang menjadi fokus utama penelitian sekarang.

Kedua, Anthon Fathanudien¹⁸, “Alternatif Perlindungan Hukum Atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi Guna Mengurangi Persaingan Usaha di Kabupaten Majalengka” penelitian ini menggunakan metode yuridis

¹⁸ Anthon Fathanudien. *Alternatif Perlindungan Hukum Atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi Guna Mengurangi Persaingan Usaha di Kabupaten Majalengka*, Jurnal Unifikasi, Vol. 3 No. 2, Juli (2016) [403-816-1-SM.pdf](#)

empiris dan spesifikasi deskriptif analitis. Hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa Alternatif Perlindungan Hukum Atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi Guna Mengurangi Persaingan Usaha yang sebagian besar dimiliki Unit Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Dengan menggunakan merek kolektif dan pemasaran bersama dapat mengurangi tingkat persaingan usaha tidak sehat di antara para pemilik industri genteng Jatiwangi. Industri genteng Jatiwangi mempunyai kontribusi yang besar terhadap perekonomian masyarakat sekitarnya karena banyak menyerap tenaga kerja dan memiliki investasi yang besar dan menjadi industri andalan Majalengka. Oleh karena itu, Pemerintah Daerah Majalengka harus ikut berperan agar keberadaan genteng Jatiwangi selalu eksis, Pemerintah Daerah Majalengka berperan agar industri genteng Jatiwangi mendapat perlindungan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Pemerintah Daerah Majalengka dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan mendukung penggunaan merek kolektif untuk perlindungan hukum atas merek genteng Jatiwangi. Pemerintah Daerah Majalengka lebih memperbanyak sosialisasi tentang pentingnya perlindungan hukum atas merek sehingga para pemilik industri genteng Jatiwangi memahami akan pentingnya perlindungan hukum atas merek.

Fokus penelitian pada penelitian terdahulu terletak pada perlindungan hukum hak merek kolektif yang lebih spesifik mengkaji bagaimana merek kolektif dapat dikelola untuk mengurangi persaingan usaha di suatu daerah. Penelitian ini cenderung membahas strategi hukum dan kebijakan terkait

perlindungan merek kolektif, serta dampaknya terhadap dinamika pasar lokal. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini lebih bersifat normatif, berfokus pada kebijakan hukum yang ada dan alternatif perlindungan yang dapat diambil untuk merek kolektif. Sedangkan penelitian sekarang lebih menekankan pada persepsi pelaku usaha mengenai urgensi pendaftaran merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. menggunakan metode penelitian yuridis empiris dengan metode pendekatan yuridis sosiologis, fokus menggali persepsi pelaku usaha tempe di industri Sanan Kota Malang terhadap pendaftaran merek dan pengalaman nyata pelaku usaha olahan tempe, dalam hal ini memberikan perspektif yang berbeda mengenai masalah yang sama, yaitu perlindungan merek.

Ketiga, T. Fairuz Jasmine¹⁹, “Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku UMKM (Studi Putusan Nomor 646K/Pst.Sus-HKI/2021)” Penelitian ini merupakan penelitian hukum yuridis normatif dengan menggunakan metode pendekatan perundang-undangan. Sifat dari penelitian ini deskriptif analitis, data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer berupa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis; Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; Putusan Mahkamah Agung; Peraturan hukum lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan urgensi pendaftaran merek bagi UMKM masih rendah karena kurangnya pemahaman dan kekhawatiran biaya.

¹⁹ T. Fairuz Jasmine. *Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku UMKM (Studi Putusan Nomor 646K/Pst.Sus-HKI/2021)*, Jurnal Kajian Hukum, Volume II, Nomor III, Oktober (2021)

Pelaku UMKM kurang memahami arti pentingnya pendaftaran merek, mereka tidak memikirkan ketahanan usaha dan kerugian yang akan mereka hadapi secara jangka panjang. Sistem *first to file* memberikan hak atas merek kepada yang pertama mendaftarkan, bukan yang pertama menggunakan, sehingga UMKM berisiko jika pihak lain mendaftarkan merek mereka terlebih dahulu. Sengketa merek "*Bodyguard*" nomor 646 K/Pst.Sus-HKI/2021 yang melibatkan UMKM menunjukkan pentingnya sosialisasi dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dan Pemerintah mengenai pendaftaran merek agar Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 dapat melindungi pelaku UMKM.

Kedua penelitian ini sama-sama membahas urgensi pendaftaran merek bagi pelaku UMKM, namun terdapat perbedaan signifikan dalam pendekatan dan fokus penelitiannya. Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan yuridis dengan menganalisis putusan pengadilan terkait kasus sengketa merek, sehingga lebih berfokus pada analisis hukum formal dalam konteks pelanggaran merek. Sementara itu, penelitian saya lebih menekankan pada aspek yuridis sosiologis-empiris, dengan menggali persepsi para pelaku usaha olahan tempe di Sanan Kota Malang terhadap pentingnya pendaftaran merek. Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk menunjukkan urgensi pendaftaran merek dalam konteks sengketa hukum, sedangkan penelitian saya bertujuan untuk memahami bagaimana para pelaku usaha memandang pendaftaran merek secara praktis dan alasan di balik kurangnya tindakan mereka dalam melakukan pendaftaran.

Keempat, Eli Widiastuti²⁰, “Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia.” Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penggunaan merek kolektif oleh UMKM sangat diperlukan seiring meluasnya pasar global, rendahnya penggunaan merek kolektif oleh pelaku UMKM disebabkan para pelaku UMKM masih bersifat individualis dan kompleksnya prosedur pendaftaran merek. Pentingnya *brand awarnes* sebagai identitas produk UMKM dalam persaingan global.

Penelitian terdahulu lebih berfokus pada konsep merek kolektif sebagai alternatif perlindungan merek bersama yang dapat digunakan oleh kelompok UMKM di Indonesia secara luas. Penelitian ini lebih bersifat normatif dan bertujuan untuk mengusulkan solusi dalam bentuk merek kolektif yang bisa dimanfaatkan oleh UMKM. Sementara itu, penelitian sekarang lebih menitikberatkan pada persepsi pelaku usaha tempe di kawasan Sanan Kota Malang mengenai pentingnya pendaftaran merek sesuai dengan regulasi yang ada, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, objek penelitian pada penelitian terdahulu meneliti UMKM secara umum tanpa spesifikasi pada satu sektor industri, sedangkan penelitian sekarang lebih spesifik pada pelaku usaha olahan tempe di kawasan sentra industri Sanan Kota Malang. Penelitian sekarang bersifat empiris, menganalisis persepsi pelaku usaha tempe di Sanan

²⁰ Eli Widiastuti, “*Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*,” Skripsi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, Juli 20, 2020), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/56302/1/ELI%20WIDIASTUTI%20-%20FSH.pdf>

Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek serta faktor penghambat mereka dalam menghadapi proses pendaftaran merek. Tujuan penelitian terdahulu untuk menawarkan solusi sistematis berupa merek kolektif sebagai perlindungan hukum bagi UMKM, sedangkan penelitian sekarang berfokus menganalisis hambatan dan alasan mengapa pelaku usaha olahan tempe di Sanan Kota Malang menganggap pendaftaran merek bukan sebagai prioritas utama, meskipun mereka memahami pentingnya.

Kelima, Eti Mul Erowati, Ikama Dewi Setia Triana²¹, “Kesadaran Hukum Dagang Dan Pendaftaran Merek Dalam Berbisnis Bagi Pelaku UMKM”. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan menggunakan asas-asas dan prinsip-prinsip hukum yang berasal dari peraturan-peraturan tertulis. Hasil penelitian menunjukkan kesadaran hukum masyarakat erat hubungannya dengan pengetahuan hukum, dalam hal ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal terpenting yang harus diperhatikan adalah adanya sosialisasi dari pihak-pihak terkait baik perusahaan, perguruan tinggi atau pemerhati HKI untuk menjadi agenda utama dalam peningkatan kesadaran hukum masyarakat. Sosialisasi yang massif dan terstruktur merupakan model pendidikan masyarakat khususnya pelaku UMKM agar memiliki untuk kesadaran hukum untuk melindungi produknya dengan mendaftarkan merek dan design industri. Dengan terdaftarnya merek dan design industri dari produk UMKM diharapkan

²¹ Eti Mul Erowati, Ikama Dewi Setia Triana. *Kesadaran Hukum Dagang Dan Pendaftaran Merek Dalam Berbisnis Bagi Pelaku UMKM*, Jurnal Pacta Sunt Servanda, Volume 4, Nomor 1, Maret (2023)

kualitas produk dan penjualan UMKM dapat meningkat serta dapat bersaing di perdagangan lintas negara.

Kedua sama-sama memiliki keterkaitan dengan aspek hukum dan pendaftaran merek di kalangan pelaku UMKM. Penelitian terdahulu menyoroti bagaimana kesadaran hukum dagang mempengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagang mereka, sehingga memberikan gambaran umum mengenai pentingnya pendaftaran merek dalam dunia bisnis. Fokus penelitian terdahulu terletak pada kesadaran hukum secara umum, sedangkan penelitian sekarang lebih spesifik mengkaji persepsi pelaku usaha olahan tempe di Paguyuban Tempe Sanan Kota Malang terkait urgensi pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini tidak hanya melihat kesadaran hukum, tetapi juga mempertimbangkan kendala-kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam merealisasikan pendaftaran merek, serta bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi tindakan nyata di lapangan.

Tabel 1. Kajian Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Fahrunnisa, Saripah Muhammad Ahmad Alkasadi, Ridho Ahmad Bukhori, Cevhyra Lusiana, Herli Antoni	Strategi Pengamanan Hukum Terhadap Merek Produk Hasil Industri UMKM di Indonesia Ditinjau dari UU Hak Cipta	Sama-sama membahas mengenai merek.	Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada mekanisme hukum yang ada untuk melindungi merek, terutama dalam konteks undang-undang hak cipta dengan tujuan menganalisis bagaimana pelaku usaha dapat melindungi merek mereka melalui kerangka hukum yang berlaku. Sementara itu, penelitian sekarang lebih berfokus pada persepsi pelaku usaha terhadap pendaftaran merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, yang mengarah pada pemahaman dan sikap pelaku usaha terkait pentingnya pendaftaran merek. Pendekatan penelitian juga berbeda; penelitian pengamanan hukum cenderung normatif sedangkan penelitian sekarang empiris, dengan menggali pengalaman nyata pelaku usaha tempedegan di Sanan Kota Malang dengan persepsi mereka

				terhadap urgensi pendaftaran merek. Meskipun keduanya berhubungan dengan merek, konteks perlindungan hukum dalam kajian tersebut tidak mencakup aspek pendaftaran merek yang menjadi fokus utama penelitian sekarang.
2.	Anthon Fathanudien	Alternatif Perlindungan Hukum Atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi Guna Mengurangi Persaingan Usaha di Kabupaten Majalengka	Keduanya sama-sama membahas mengenai merek.	Fokus penelitian pada penelitian terdahulu terletak pada perlindungan hukum hak merek kolektif yang lebih spesifik mengkaji bagaimana merek kolektif dapat dikelola untuk mengurangi persaingan usaha di suatu daerah. Penelitian ini cenderung membahas strategi hukum dan kebijakan terkait perlindungan merek kolektif, serta dampaknya terhadap dinamika pasar lokal. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini lebih bersifat normatif, berfokus pada kebijakan hukum yang ada dan alternatif perlindungan yang dapat diambil untuk merek kolektif.

				<p>Sedangkan penelitian sekarang lebih menekankan pada persepsi pelaku usaha mengenai urgensi pendaftaran merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. menggunakan metode penelitian yuridis empiris, fokus menggali persepsi pelaku usaha tempe di industri Sanan Kota Malang terhadap pendaftaran merek dan pengalaman nyata mereka, dalam hal ini memberikan perspektif yang berbeda mengenai masalah yang sama, yaitu perlindungan merek</p>
--	--	--	--	--

3.	T. Fairuz Jasmine	Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku UMKM (Studi Putusan Nomor 646K/Pst.S us-HKI/2021)	Sama-sama membahas urgensi pendaftaran merek bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan yuridis dengan menganalisis putusan pengadilan terkait kasus sengketa merek, sehingga lebih berfokus pada analisis hukum formal dalam konteks pelanggaran merek. Sementara itu, penelitian saya lebih menekankan pada aspek yuridis sosiologis-empiris, dengan menggali persepsi para pelaku usaha olahan tempe di Sanan Kota Malang terhadap pentingnya pendaftaran merek. Tujuan dari penelitian terdahulu adalah untuk menunjukkan urgensi pendaftaran merek dalam konteks sengketa hukum, sedangkan penelitian saya bertujuan untuk memahami bagaimana para pelaku usaha memandang pendaftaran merek secara praktis dan alasan di balik kurangnya tindakan mereka dalam melakukan pendaftaran.
----	----------------------	---	---	--

4.	Eli Widiastuti	Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia	Sama-sama membahas mengenai merek bagi pelaku usaha.	<p>Penelitian terdahulu lebih berfokus pada konsep merek kolektif sebagai alternatif perlindungan merek bersama yang dapat digunakan oleh kelompok UMKM di Indonesia secara luas. Penelitian ini lebih bersifat normatif dan bertujuan untuk mengusulkan solusi dalam bentuk merek kolektif yang bisa dimanfaatkan oleh UMKM. Sementara itu, penelitian sekarang lebih menitikberatkan pada persepsi pelaku usaha tempe di kawasan Sanan Kota Malang mengenai pentingnya pendaftaran merek sesuai dengan regulasi yang ada, yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Selain itu, objek penelitian pada penelitian terdahulu meneliti UMKM secara umum tanpa spesifikasi pada satu sektor industri, sedangkan penelitian sekarang lebih spesifik pada pelaku usaha olahan tempe di kawasan sentra industri Sanan Kota Malang. Penelitian sekarang bersifat</p>
----	----------------	--	--	--

				<p>empiris, menganalisis persepsi pelaku usaha tempe di Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek serta faktor penghambat mereka dalam menghadapi proses pendaftaran merek. Tujuan penelitian terdahulu untuk menawarkan solusi sistematis berupa merek kolektif sebagai perlindungan hukum bagi UMKM, sedangkan penelitian sekarang berfokus menganalisis hambatan dan alasan mengapa pelaku usaha olahan tempe di Sanan Kota Malang menganggap pendaftaran merek bukan sebagai prioritas utama, meskipun mereka memahami pentingnya.</p>
5.	<p>Eti Mul Erowati, Ikama Dewi Setia Triana</p>	<p>Kesadaran Hukum Dagang Dan Pendaftaran Merek Dalam Berbisnis Bagi Pelaku UMKM</p>	<p>Keduanya sama-sama memiliki keterkaitan dengan aspek hukum dan pendaftaran merek di kalangan pelaku UMKM</p>	<p>Penelitian terdahulu menyoroti bagaimana kesadaran hukum dagang mempengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk mendaftarkan merek dagang mereka, sehingga memberikan gambaran umum mengenai pentingnya pendaftaran merek dalam dunia bisnis. Fokus penelitian terdahulu terletak pada kesadaran</p>

				<p>hukum secara umum, sedangkan penelitian sekarang lebih spesifik mengkaji persepsi pelaku usaha olahan tempe di Paguyuban Tempe Sanan Kota Malang terkait urgensi pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Penelitian ini tidak hanya melihat kesadaran hukum, tetapi juga mempertimbangkan kendala-kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam merealisasikan pendaftaran merek, serta bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi tindakan nyata di lapangan.</p>
--	--	--	--	--

B. Kerangka Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Manusia adalah makhluk sosial dan individual, sehingga memiliki perbedaan antara satu dengan yang lain. Namun, perbedaan ini membuat seseorang bisa menyukai atau tidak tertarik pada suatu objek berdasarkan persepsinya. Perilaku, sikap, dan penyesuaian dirisebagian besar

dipengaruhi oleh persepsi. Oleh karena itu, kajian teori diperlukan untuk memberikan pemahaman dan wawasan tentang persepsi.

Persepsi dalam pandangan Islam adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman.²²

Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang mempengaruhi sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Jika konsumen mempersepsikan bahwa produk kita memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk lain dan keunggulan itu sangat berarti, maka mereka akan memilihnya, meskipun sebenarnya produk tersebut relatif mirip dengan yang lainnya.

Salah satu ahli yaitu Stephen P. Robbins mengartikan persepsi adalah proses yang dilakukan individu untuk menafsirkan dan mengelola kesan indera mereka. Persepsi positif memberikan arti penilaian individu terhadap objek atau informasi dengan pandangan yang positif. Persepsi harus dilihat secara kontekstual darimana persepsi tersebut muncul dan perlu adanya perhatian khusus. Selain itu unsur-unsur lingkungan sekitar

²² Sarlito W. Sarwono, *Psikologi Lintas Budaya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 24

seperti waktu, keadaan sosial, dan keadaan tempat bekerja juga mempengaruhi persepsi individu.²³

Teori persepsi disini digunakan untuk memahami bagaimana pelaku usaha tempé membentuk pandangan mereka terhadap urgensi pendaftaran merek. Persepsi adalah proses interpretasi individu terhadap informasi yang diterima, dipengaruhi oleh pengalaman, lingkungan sosial, serta kebutuhan dan harapan mereka. Dalam penelitian ini, persepsi pelaku usaha dipengaruhi oleh pemahaman mereka tentang keuntungan pendaftaran merek, kesulitan dalam prosesnya, serta faktor lain seperti fokus mereka pada pemasaran produk dan hanya mengandalkan adanya sertifikasi NIB, PIRT, dan halal. Proses terbentuknya persepsi dimulai dari penerimaan informasi, kemudian diolah melalui pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, hingga menghasilkan pandangan atau sikap tertentu terhadap pendaftaran merek.

Persepsi menurut Setiadi ialah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua maka akan timbul persepsi.²⁴

Menurut Assael persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi

²³ Stephen P. Robbins, dan Timoty A. Jugde, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 175-176.

²⁴ Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenda Media, 20013), 91

masuk-masukan informasi agar mereka memilih pemahaman yang lebih berarti. Menurut Kotler dan Keller, persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.²⁵

Persepsi adalah suatu proses yang bisa ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka, agar memberikan makna bagi lingkungan mereka.²⁶ Menurut Leavitt persepsi ada dua arti sempit dan luas, dalam arti sempit persepsi adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam luas persepsi adalah pandangan, pengertian, atau bagaimana cara seseorang memandang serta mengartikan sesuatu.²⁷

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Widyatun, persepsi adalah proses mental yang terjadi pada diri manusia yang akan menunjukkan bagaimana kita melihat, mendengar, merasakan, memberi, serta meraba disekitar kita.²⁸ Persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi indera kita. Menurut Pareek, persepsi adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindera atau data.

²⁵ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), 179.

²⁶ Steven P Robbin, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Temabaru, 1998), 88

²⁷ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: CV. Pusaka Setia, 2010), 445.

²⁸ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), 51

Dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi adalah proses dimana kita bisa memilih, mengorganisasikan, menafsirkan, dan menyimpulkan rangsangan dari lingkungan, sehingga kita memperoleh pengalaman atau pengetahuan. Serta proses persepsi diawali oleh stimuli yang mengenai indera konsumen. Stimuli yang merupakan segala sesuatu yang mengenai indera dan menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya segala sesuatu yang bisa dicium, dilihat, didengar, dan bisa diraba. Persepsi kita dibentuk oleh tiga pasang pengaruh: karakteristik dari stimuli, hubungan stimuli dengan sekelilingnya, dan kondisi-kondisi didalam diri kita sendiri.

b. Macam-macam Persepsi

Terdapat dua jenis persepsi, yakni:²⁹

- 1) *External perception*, merupakan persepsi yang disebabkan oleh rangsangan yang berasal dari luar diri seseorang.
- 2) *Self-perception*, yakni persepsi yang diakibatkan oleh rangsangan yang bersumber dari dalam diri seseorang. Dalam hal ini, dirinya sendiri yang berperan sebagai objek.

Adapun proses pemahaman akan rangsangan atau stimulus yang diperoleh panca indera membuat persepsi terpecah menjadi beberapa kategori yaitu:

- 1) Persepsi visual ialah persepsi yang diperoleh dari indera penglihatan. Persepsi ini merupakan yang pertama berkembang pada bayi,

²⁹ Andi Thahir, *Psikologi Belajar* (Bandar Lampung: Pustaka Setia, 2014). 26.

mempengaruhi bayi dan kembali untuk mengerti akan dunianya. Persepsi visual merupakan topik utama pembahasan tentang persepsi secara umum, serta persepsi yang paling sering dibicarakan dalam konteks sehari-hari.

- 2) Persepsi auditori merupakan persepsi yang diperoleh dari indera pendengaran yaitu telinga.
- 3) Persepsi perabaan merupakan persepsi yang diperoleh dari indera taktil yaitu kulit.
- 4) Persepsi penciuman yakni persepsi yang diperoleh dari indera penciuman yaitu hidung.
- 5) Persepsi pengecapan yaitu persepsi yang diperoleh dari indera pengecapan yaitu lidah.

c. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang menurut Miftah Toha adalah:

- 1) Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai, kebutuhan, dan motivasi.
- 2) Faktor eksternal: pengetahuan, informasi yang diperoleh, kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

Faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah:

- 1) *Frame of Reference*, yaitu kerangka pengetahuan yang dimiliki dan dipengaruhi oleh pendidikan, bacaan, penelitian, dan lain-lain.
- 2) *Frame of Experience*, yaitu berdasarkan pengalaman yang pernah dialami yang tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.³⁰

d. Indikator-Indikator Persepsi

- 1) Tanggapan (respon)

Yaitu gambaran tentang sesuatu yang ditinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan atau setelah berfantasi. Tanggapan disebut pula kesan, bekas atau kenangan. Tanggapan kebanyakan berada dalam ruang bawah sadar atau pra sadar, dan tanggapan itu disadari kembali setelah dalam ruang kesadaran karena sesuatu sebab. Tanggapan yang berada pada ruang bawah sadar disebut *talent* (tersembunyi) sedang yang berada dalam ruang kesadaran disebut *actueel* (sungguh-sungguh).

- 2) Pendapat

Dalam bahasa harian disebut sebagai: dugaan, perkiraan, sangkaan, anggapan, pendapat subjektif “perasaan”. Menurut Ahmadi (1982:120) adapun proses pembentukan pendapat adalah sebagai berikut:

- a) Menyadari adanya tanggapan atau pengertian karena tidak mungkin kita membentuk pendapat tanpa menggunakan pengertian atau tanggapan.

³⁰ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Grafindo Persada, 1999, h.154-156

- b) Menguraikan tanggapan atau pengertian, misalnya kepada seorang anak diberikan sepotong karton kuning berbentuk persegi empat. Dari tanggapan yang majemuk itu (sepotong, karton kuning, persegi empat) dianalisa. Kalau anak tersebut ditanya, apakah yang kau terima. Mungkin jawabannya hanya “karton kuning” karton kuning adalah suatu pendapat.
 - c) Menentukan hubungan logis antara bagian-bagian setelah sifat-sifat dianalisa, berbagai sifat dipisahkan tinggal dua pengertian saja kemudian satu sama lain dihubungkan, misalnya menjadi “karton kuning”. Beberapa pengertian yang dibentuk menjadi suatu pendapat yang dihubungkan dengan sembarangan tidak akan menghasilkan suatu hubungan logis dan tidak dapat dinyatakan dalam suatu kalimat yang benar.
- 3) Penilaian

Bila mempersepsikan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang dipersepsikan. Sebagaimana yang dikutip oleh Renato Tagulisi dalam bukunya Alo Liliwery yang berjudul Persepsi Teoritis, Komunikasi Antar Pribadi, menyatakan bahwa persepsi seseorang mengacu pada proses yang membuatnya menjadi tahu dan berfikir, menilai sifat-sifat kualitas dan keadaan internal seseorang.

2. Usaha Mikro Kecil Menengah

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

Warkum Sumitro memberikan pengertian usaha mikro kecil dan menengah adalah jenis usaha yang dijalankan oleh perusahaan yang mempekerjakan tidak lebih dari 50 orang.³¹ Usaha skala mikro mencakup sebagian besar dari bentuk usaha mikro dan kecil, seperti pedagang kaki lima, kerajinan tangan, usaha souvenir, dan sejenisnya.³²

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, unit usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.³³ Kriteria usaha mikro adalah:

- 1) Memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau;
- 2) Memiliki penjualan tahunan maksimal Rp 300 juta.³⁴

Pada dasarnya, tujuan yang ingin dicapai adalah menciptakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri, dengan daya saing tinggi dan peran utama dalam produksi serta distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, dan permodalan untuk bersaing di pasar bebas.

b. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha kecil di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena adanya pasar yang luas, kemudahan dalam

³¹ Warkum Sumitro, *Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 168

³² Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), edisi revisi, h. 157

³³ Pasal 1 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

³⁴ Pasal 6 Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

mendapatkan bahan baku, serta ketersediaan sumber daya manusia yang melimpah sebagai faktor pendukung. Namun, perlu diperhatikan beberapa aspek penting dalam perkembangan usaha kecil rumahan, seperti: mengelola manajemen dengan baik, membuat perencanaan yang baik untuk meminimalkan risiko kegagalan, menguasai pengetahuan yang diperlukan untuk mendukung keberlanjutan usaha, menerapkan sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan inovasi dan terobosan untuk membedakan diri dari pesaing. Langkah-langkah ini adalah kunci menuju kesuksesan dalam mengelola usaha kecil.

Dijelaskan dalam buku karya Pandji Anoraga bahwa umumnya sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut.

- 1) Sistem pencatatan yang relatif sederhana dan tidak selalu mengikuti standar administrasi pembukuan. Terkadang, pencatatan tidak diperbarui secara teratur sehingga sulit untuk mengevaluasi kinerja bisnisnya.
- 2) Margin keuntungan usaha cenderung tipis karena persaingan yang sangat ketat.
- 3) Modal terbatas
- 4) Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- 5) Skala ekonomi yang terlalu kecil membuat sulit untuk mencapai titik efisiensi dalam jangka panjang dalam hal penekanan biaya.

- 6) Kemampuan dalam pemasaran, negosiasi, dan diversifikasi pasar juga terbatas.
- 7) Sementara itu, akses terhadap sumber dana dari pasar modal terbatas karena kendala dalam sistem administrasi. Untuk memperoleh dana dari pasar modal, sebuah perusahaan harus mematuhi sistem administrasi standar dan menjaga tingkat transparansi yang tinggi.³⁵

Ciri-ciri yang dimiliki oleh usaha mikro mencerminkan adanya potensi/kelemahan yang dapat menyebabkan timbulnya masalah. Hal ini sering kali mengarah pada berbagai masalah internal, terutama terkait dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk diselesaikan dengan jelas.³⁶

³⁵ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, , (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana 2010) ,h. 32

³⁶ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, , (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana 2010) ,h. 33

BAB III

METODE PENELITIAN

Ada beberapa pengertian metodologi, yaitu (a) studi terhadap prosedur dan teknik penelitian, (b) suatu sistem dari prosedur dan teknik penelitian, dan (c) logika dari penelitian ilmiah. Dengan demikian, metode penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara terstruktur, metodologis dan konsisten.³⁷

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti disini adalah penelitian hukum empiris. Penelitian hukum empiris sering disebut sebagai penelitian sosiologis. Penelitian ini juga kerap dikategorikan sebagai kajian mengenai bagaimana hukum berfungsi (*law in action*) di masyarakat.³⁸ Penelitian hukum empiris dalam penelitian ini menganalisis persepsi pelaku usaha olahan tempe di industri Sanan Kota Malang terkait urgensinya pendaftaran merek, yang mana data tersebut dikumpulkan dari hasil wawancara kepada Kepala Paguyuban Industri Sanan Kota Malang dan pelaku usaha tempe. Setelah data-data didapat kemudian diolah dengan tujuan menemukan berbagai fakta yang menjadi data penelitian, yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi permasalahan dan pada akhirnya memberikan penjelasan terhadap penyelesaian masalah.

³⁷ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan kedua belas (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), 17.

³⁸ Ita Atikah, *Metode Penelitian Hukum*, 62.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pelaku usaha olahan tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek pada produk yang mereka perdagangkan.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan pendekatan yang berkonsentrasi pada pengumpulan dan analisis data, dimulai dengan meninjau bahan hukum sebagai dasar dalam membuat keputusan hukum terkait kasus-kasus tertentu.³⁹ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis adalah metode yang berlandaskan pada norma-norma atau peraturan yang memiliki sifat mengikat. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dipahami bagaimana hukum, yang secara empiris muncul sebagai fenomena sosial, bisa dianalisis sebagai faktor yang menyebabkan berbagai dampak dalam kehidupan sosial.⁴⁰ Penelitian jenis ini memanfaatkan data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya, sehingga data tersebut masih berupa informasi mentah.

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya memfokuskan diri pada aturan hukum terkait pendaftaran merek, tetapi juga pada bagaimana aturan tersebut diterima, dipahami, dan diimplementasikan oleh para pelaku usaha tempe dalam praktik sehari-hari. Dengan menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari wawancara dan observasi di lapangan, penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman, sikap, serta tindakan pelaku usaha

³⁹ kornelius Benuf and Muhammad Azhar, “*Metodologi Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer*” Gema Keadilan 7, no. 1 (April 1, 2020): 20-23

⁴⁰ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri* (Bandung, 1990), halaman 34

dalam menanggapi pentingnya terhadap pendaftaran merek. Pendekatan ini menganalisis terhadap bagaimana norma hukum berinteraksi dengan dinamika sosial, ekonomi, dan budaya para pelaku usaha olahan tempe di Sanan Kota Malang.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jalan Sanan Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Kota Malang di mana lokasi ini terdapat usaha Sentra Industri Tempe. Peneliti memilih Paguyuban Olahan Tempe Sanan Kota Malang sebagai lokasi penelitian karena kawasan ini merupakan salah satu sentra produksi tempe yang terkenal di Jawa Timur khususnya Kota Malang, dengan pelaku usaha yang telah memiliki pengalaman bertahun-tahun dan dilakukan turun-temurun dalam industri tempe. Ini memberikan peneliti akses untuk mengeksplorasi persepsi para pelaku usaha yang memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi terhadap aktivitas bisnis mereka, termasuk dalam hal pendaftaran merek. Sanan juga telah dikenal luas karena produknya yang telah memiliki pasar yang jelas, sehingga penelitian ini dapat menggali lebih dalam mengenai pandangan pengusaha terkait urgensi pendaftaran merek, terutama dalam kaitannya dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Dengan begitu, hasil penelitian ini diharapkan dapat merepresentasikan persepsi pelaku usaha tempe di sentra industri Sanan Kota Malang yang relevan dengan kebijakan hukum yang ada. Sehingga dari lokasi tersebut penulis dapat memperoleh data yang dibutuhkan penulis dalam karya ilmiah ini.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan penentuan permasalahan yang menjadi inti dari penelitian. Tujuan dari fokus penelitian adalah untuk memastikan penulis dapat memusatkan perhatian dan arah penelitian tidak melebar kemana-mana, sehingga analisis dapat dilakukan dengan teratur dan efisien. Oleh karena itu, fokus penelitian penulis disini adalah persepsi pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek dan penentuan informan pada penelitian ini yaitu pelaku usaha tempe yang berada di sentra industri tempe Sanan Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Kota Malang.

E. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek atau sumber darimana peneliti memperoleh data. Jadi, sumber data merupakan informasi yang diperoleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diambil langsung dari sumbernya terkait variabel yang diteliti.⁴¹ Sumber data primer yang dimaksud bisa diperoleh dari responden dan informan serta narasumber.⁴²

Data primer ini akan diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti. Data ini bisa berasal dari informan.

⁴¹ Nurul Qomar dan Farah Syah Rezah, *Metode penelitian hukum: Doktrinal dan Non-Doktrinal* (CV, Social Politic Genius (SIGn), 2020

⁴² Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Pertama, Mataram University Press, (2020). Hlm.124

Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang akurat, jelas, dan terpercaya baik berupa pernyataan, keterangan, atau data-data yang dapat membantu dalam memahami persoalan atau permasalahan tersebut. Pada penelitian ini, informannya adalah pelaku usaha tempe Sanan di Jalan Sanan, Kota Malang. Dari informan ini, peneliti bisa mendapatkan informasi melalui kata-kata atau tindakan mereka yang diamati atau diwawancarai, sehingga informasi tersebut bisa menjadi data utama dalam penelitian ini.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti guna mendukung sumber data primer. Menurut Soewadji, data sekunder adalah data yang didapatkan melalui bahan kepustakaan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari literatur kepustakaan⁴³ seperti artikel hukum, jurnal, skripsi, tesis., surat kabar, internet, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini untuk melengkapi dan memperkuat data-data yang diperoleh pada penelitian ini.

Pada penelitian ini data sekunder diambil dari studi kepustakaan yang dilakukan terhadap berbagai macam sumber bahan hukum yang dapat diklasifikasikan menjadi 3 macam, yaitu:

⁴³ Ali, *Metode Penelitian Hukum*

- a. Bahan Hukum Primer (*Primary source atau authoritative record*), bahan hukum yang mengikat terdapat dalam peraturan perundang-undangan meliputi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 67 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Merek.
- b. Bahan Hukum Sekunder berupa materi hukum yang memberikan penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer, seperti buku, hasil penelitian, jurnal, skripsi, artikel, dan sumber lainnya yang relevan dengan topik dan masalah yang diteliti.
- c. Bahan Hukum Tersier adalah bahan hukum yang memberikan panduan atau penjelasan mengenai bahan hukum primer dan sekunder, kepustakaan lain yang berkaitan dengan isu hukum dalam penelitian seperti kamus hukum, artikel-artikel dari internet dan sebagainya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan bahan riset, karena pengumpulan data erat hubungannya dengan metode penelitian. Dalam praktiknya, teknik ini terdapat beberapa metode pengumpulan data yang beragam seperti pengamatan (observasi), dokumentasi, daftar pertanyaan (kuisisioner), wawancara (interview), hingga melakukan tes atau uji coba.

Dalam penelitian ini, sesuai dengan metode pendekatan yang ditentukan dan digunakan ialah penelitian hukum empiris. Dalam

penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan berbagai cara yang sesuai dengan informasi yang diinginkan, meliputi:⁴⁴

1. Observasi

Dalam teknik ini pengumpulan data diperoleh dengan pengamatan langsung terhadap tempat yang dijadikan obyek penelitian yaitu sentra industri tempe Sanan di jalan Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang. Melalui teknik ini dapat diketahui data sebagai bukti untuk menjawab pokok permasalahan.

2. Wawancara

Hanitijo menjelaskan bahwa wawancara merupakan interaksi antara dua orang atau lebih, yakni pewawancara dan responden, yang berlangsung secara langsung (face to face). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara dengan pendekatan yang mengikuti petunjuk umum. Pewawancara diharuskan untuk menyusun pokok-pokok pertanyaan sebelum melakukan wawancara⁴⁵. Proses penyusunan ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang santai namun tetap serius. Dengan demikian, wawancara dilakukan secara sungguh-sungguh tapi tidak kaku.

Peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara, dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada pelaku usaha tempe di kawasan industri keripik tempe Sanan Kota Malang. Dengan wawancara ini, peneliti dapat menggali data dan

⁴⁴ Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Pertama, Mataram University Press, (2020). Hlm.125

⁴⁵ Ishaq, *Metode penelitian hukum dan penulisan skripsi, tesis, serta disertasi*, 117.

informasi tentang persepsi pelaku usaha tempe terhadap urgensi pendaftaran merek.

Tipe wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dengan menggunakan instrumen pedoman wawancara tertulis yang berisi pertanyaan yang akan diajukan kepada informan.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel 6 pelaku usaha tempe sebagai informan. Sudah peneliti pertimbangkan dari wawancara 6 pelaku usaha tersebut dikarenakan yang memenuhi kriteria dan paling kooperatif dalam memberikan informasi dan menanggapi rumusan masalah dalam penelitian ini.

Agar mempermudah dalam menghasilkan data, maka peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang menyesuaikan gagasan, kriteria, sasaran, tujuan, manfaat yang hendak dicapai peneliti.⁴⁶ Metode *purposive sampling* disini peneliti mempunyai kriteria yang sudah ditentukan pada pemilihan informan, yaitu sebagai berikut.

- a. Dalam lingkup satu RW
- b. Lama usaha lebih dari sepuluh tahun
- c. Bersedia diwawancarai

⁴⁶ Suwardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan* (Pustaka Widayatama, 2006), 115.

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan pedoman dengan pertanyaan yang telah tersusun serta peneliti juga diperbolehkan untuk bertanya apa saja yang berkaitan dengan labelisasi halal sehingga peneliti bisa memperoleh informasi yang sesuai dengan yang diteliti. Metode ini digunakan agar mendapatkan data tentang bagaimana persepsi pelaku usaha keripik tempe terhadap urgensi pendaftaran merek dan faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut.

3. Dokumentasi

Sugiyono mendefinisikan dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian dianalisis. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi foto, video, serta rekaman audio bersama para pelaku usaha selama wawancara berlangsung.

4. Studi kepustakaan

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan mempelajari bahan-bahan bacaan atau referensi yang dipergunakan serta menelaah undang-undang dan peraturan yang berhubungan dengan topik yang sedang diteliti.

G. Teknik Pengolahan Data

Menurut John W. Tukey, analisis data adalah prosedur yang melibatkan analisis data, teknik untuk menginterpretasikan hasil analisis, serta proses

pengumpulan data untuk mempermudah agar analisis menjadi lebih tepat dan lebih akurat.⁴⁷ Analisis data disebut juga sebagai pengolahan data ataupun penafsiran data. Analisis data ialah sebuah rangkaian kegiatan untuk menelaah, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran serta verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki sebuah nilai sosial, akademis dan ilmiah.

Menurut Sofian Effendi, tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data agar lebih mudah dibaca dan ditafsirkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif melibatkan analisis, deskripsi, dan penyimpulan berbagai kondisi dan situasi dari data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi langsung yang telah dilakukan oleh peneliti.

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, tahap selanjutnya adalah pengolahan dan analisis sumber data. Peneliti akan memaparkan serta mendeskripsikan hasil-hasil yang diperoleh di lapangan. Hasil penelitian tersebut akan disajikan dengan mengacu pada rumusan masalah dan fokus penelitian yang telah ditetapkan.

Proses pengelolaan dan pengkajian data dilakukan pada data yang terkumpul melalui beberapa tahap. Data sekunder yang sudah tersedia kemudian diolah dan dianalisis secara kualitatif. Artinya, temuan-temuan tersebut tidak diperoleh melalui prosedur perhitungan angka-angka, tetapi dijelaskan dengan menggunakan kata-kata.⁴⁸ Kesimpulan ditarik secara induktif, yang artinya

⁴⁷ Jogyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta : Andi, 2018) hal 193-194

⁴⁸ Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Pertama, Mataram University Press, (2020). Hlm.134

menguraikan hal-hal khusus terlebih dahulu, kemudian menyimpulkan dalam bentuk yang lebih umum, dan dilanjutkan dengan pembahasan untuk menjawab permasalahan pada penelitian mengenai kesadaran hukum para pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang terhadap pentingnya pendaftaran merek serta faktor penghambat dalam mendaftarkan merek produk.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Sentra Industri Tempe Sanan Kota Malang

a. Letak Geografis dan Batas Wilayah

Sentra Industri Tempe Sanan berada di Kelurahan Purwantoro, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Kelurahan ini berjarak sekitar 1 kilometer dari pusat kecamatan, 3 kilometer dari pusat kota Malang, dan 93 kilometer dari ibukota provinsi Surabaya. Untuk menempuh kelurahan ini, dibutuhkan waktu sekitar 8 menit perjalanan menggunakan kendaraan bermotor dari pusat kota Malang dan sekitar 2 jam dari Surabaya.

Kelurahan Purwantoro secara administratif, terbagi menjadi 24 RW dan 157 RT. Secara topografis, kelurahan ini berada pada ketinggian 446 meter di atas permukaan laut dengan suhu rata-rata sekitar 28°C. Dari segi geografis, Kelurahan Purwantoro memiliki luas wilayah sebesar 229,3 km². Kelurahan ini berbatasan dengan empat kelurahan lainnya:

Sebelah utara : Kelurahan Blimbing, Kecamatan Purwantoro

Sebelah selatan : Kelurahan Bunulrejo, Kecamatan Purwantoro

Sebelah barat : Kelurahan Tulusrejo, Kecamatan Purwantoro

Sebelah timur : Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Purwantoro

b. Sejarah Sentra Industri Tempe Sanan Kota Malang

Sentra Industri Keripik Tempe Sanan merupakan pusat industri tempe yang cukup terkenal dan terbesar di Kota Malang. Pengolahan kedelai menjadi tempe hingga menjadi keripik tempe yang bervariasi diproduksi di sini. Sejarah terbentuknya Sentra Industri Tempe Kampung Sanan sendiri diawali pada awal tahun 1900, ketika terdapat beberapa orang perintis pembuat tempe, salah satunya yang paling terkenal adalah Mbah Dan (Kasdan). Beliau membuat tempe secara tradisional dan pertama kali di daerah Dukuh (Kampung) Pandean. Bahan baku kedelai dalam pembuatan tempe tidak dapat diperoleh dengan mudah seperti saat ini, sehingga pada masa itu kedelai hanya bisa diperoleh dari daerah Kota Lama. Hasil produksi tempe di Dukuh Pandean sendiri hanya dijual di daerah sekitar, yaitu daerah Polowijen. Seiring dengan perkembangan waktu, masing-masing pengrajin tempe di Dukuh Pandean secara tidak langsung membutuhkan beberapa karyawan karena pesatnya jumlah pesanan. Hal ini menyebabkan adanya cabang-cabang produksi yang menyebar dan meluas, tidak hanya di sekitar Dukuh Pandean tetapi juga mencapai wilayah Dukuh Sanan yang cukup berdekatan letaknya.

Saat ini, Kampung Pandean tidak lagi memiliki pengrajin tempe. Pengrajin tempe telah berpindah dari Kampung Pandean ke Kampung Sanan. Meskipun begitu, produksi tempe terus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan, menjadikan Kampung Sanan sebagai pusat utama penghasil tempe di Kota Malang. Pengetahuan tentang pembuatan tempe diwariskan secara turun-temurun dari keluarga. Selain tempe,

Kampung Sanan juga menghasilkan keripik tempe dengan berbagai variasi rasa.

Sebelum dikenal sebagai sentra keripik tempe, Sanan telah lama dikenal sebagai sentra tempe. Hampir seluruh penduduk kampung Sanan sejak puluhan tahun lalu bergiat sebagai produsen tempe, namun hanya menjual tempe yang rasa dan bentuknya masih orisinal. Hingga pada suatu saat munculah ide pengembangan keripik tempe sebagai solusi jika tempe-tempe yang dijual di Pasar tidak laku, tempe tersebut dijadikan keripik tempe. Ternyata solusi ini berjalan efektif dan sangat bermanfaat bagi masyarakat di Kampung Sanan Kota Malang, selain kualitas produk tempe mereka meningkat, kerugian akibat kadaluwarsa dapat diatasi, bahkan laba yang diperoleh pun jauh lebih banyak sehingga kesejahteraan masyarakat Sanan Kota Malang meningkat.

Sentra industri tempe Sanan Kota Malang, dalam beberapa tahun telah berkembang dengan pesat. Jika diawal 2000 hanya ada beberapa pengrajin keripik tempe, sekarang jumlah perajin bertambah berlipat-lipat. Bahkan jumlah produsen keripik tempe saat ini telah mencapai sekitar 40% dari jumlah kampung Sanan. Dilihat dari sisi keberhasilan dalam memberdayakan masyarakat Sanan, khususnya dari penyerapan tenaga kerja maka hal ini semakin terwujud terutama mengatasi angka pengangguran di Malang.

c. Gambaran Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pandangan pelaku usaha tempe di kawasan industri Sanan terhadap urgensi pentingnya pendaftaran merek serta faktor penghambat dalam mendaftarkan merek. Lokasi penelitian ini dilakukan di UMKM Paguyuban tempe dan keripik tempe di kawasan sentra industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang. Wawancara langsung di lokasi penelitian bersama 6 informan (pelaku usaha keripik tempe Sanan).

Tabel 2. Data Informan

No.	Nama	Nama Usaha
1.	Hj. Laili Afrida	Keripik Tempe “Kiky”
2.	Trinil Sriwahyuni	Rainbow Tempe Ketawa
3.	Yurista	Tietha Home Made
4.	Rumini	Keripik Tempe “Dua Karunia”
5.	Uun Almaida	Tempe “Sumber Rejeki”
6.	Farida Muludiyah	Keripik Tempe “Sagu Fahri”

Sumber : Data Hasil Survey (diolah), Agustus

B. Hasil Pembahasan

1. Persepsi Pelaku Usaha Olahan Tempe Sanan Kota Malang Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek

Pendaftaran merek kini menjadi aspek krusial yang perlu diperhatikan oleh para pedagang, seiring dengan perkembangan usaha dan persaingan pasar yang semakin ketat. Para pedagang sebagai produsen, juga harus memenuhi standarisasi dalam pendaftaran merek untuk melindungi produk mereka secara hukum. Di era ini, tidak hanya penting bagi produsen untuk memahami pentingnya pendaftaran merek, tetapi juga dibutuhkan oleh pelaku

bisnis untuk menjaga keaslian dan reputasi produk. Hal ini yang menjadi pertanyaan bagi peneliti mengenai bagaimana persepsi pelaku usaha terkait dengan urgensi pendaftaran merek.

Persepsi adalah suatu proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan pikiran dan menginterpretasikan stimulus yang datang dari lingkungan.⁴⁹ Pandangan adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang bermakna. Pandangan tidak hanya dipengaruhi oleh rangsangan fisik, tetapi juga oleh faktor-faktor yang terkait dengan lingkungan sekitar dan kondisi individu itu sendiri.⁵⁰

Setelah ditelaah berdasarkan hasil data dan wawancara yang telah dilakukan di Sentra Industri Tempe dan Keripik Tempe Sanan kepada informan yang dilaksanakan pada bulan Juni s/d bulan Agustus 2024. Hasil yang diperoleh bahwa tingkat persepsi sangat bervariasi di kalangan pelaku usaha keripik tempe menunjukkan tanggapan, pendapat, dan penilaian. Secara jelas untuk mengetahui sejauh mana persepsi pelaku usaha keripik tempe terhadap urgensi pendaftaran merek. Peneliti mengumpulkan data-data dengan menggunakan teknik wawancara ke beberapa pelaku usaha keripik tempe dengan kriteria yang sudah ditentukan peneliti.

Persepsi pelaku usaha keripik tempe terhadap pendaftaran merek itu penting karena itu merupakan langkah penting untuk melindungi dan memajukan usahanya. Ibu Trinil merupakan pemilik usaha keripik tempe

⁴⁹ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), h. 445

⁵⁰ Thamrin Abdullah & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 121

dengan merek "rainbow tempe ketawa" dengan lama usahanya lebih dari sepuluh tahun. Disini, Ibu Trinil memilih untuk mendaftarkan produknya sebagai bagian dari merek kolektif, bekerja sama dengan kelompok pengrajin tempe lainnya di daerah kampung industri Sanan. Seperti yang diungkapkan dalam wawancara, Ibu Trinil menyatakan:

“Pendaftaran merek itu sangat penting bagi saya nak, apalagi dilingkungan usaha yang padat seperti Sanan. Kami memilih mendaftarkan produk sebagai bagian dari merek kolektif agar bisa memperkuat identitas dan mendapatkan keuntungan bersama. Ini juga memudahkan kami dalam promosi dan pengembangan usaha secara komunal. Dengan mendaftarkan merek, produk saya mendapatkan perlindungan hukum yang jelas. Selain itu, merek yang terdaftar membuat produk kami lebih dikenal dan dipercaya oleh konsumen. Saya berharap sosialisasi, penyuluhan serta pelatihan mengenai pendaftaran merek lebih ditingkatkan lagi Nak. dipertimbangkan lagi untuk memberikan bantuan atau inisiatif untuk meringankan biaya pendaftaran bagi pelaku usaha kecil seperti kami.”⁵¹



Gambar1. Merek Rainbow Tempe Ketawa

Ibu trinil merasa bahwa mendaftarkan merek sebagai bagian dari merek kolektif memberikan perlindungan hukum yang kuat dan memperkuat posisi usaha di pasar. Beliau merasakan adanya peningkatan dalam penjualan dan pengakuan merek setelah bergabung dalam merek kolektif. Selain itu,

⁵¹ Wawancara dengan Ibu Trinil, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang

kolaborasi dengan pengrajin lain memungkinkan mereka untuk mengakses pasar yang lebih luas dan beragam. Keuntungan lain yang dirasakan adalah dalam hal promosi bersama, di mana mereka dapat mengadakan acara dan kampanye pemasaran secara kolektif, yang lebih efektif dan efisien dibandingkan jika dilakukan sendiri. Hal ini juga membantu mereka dalam menghadapi persaingan dengan produk serupa dari luar daerah. Beliau berharap diperlukan dengan meningkatkan penyuluhan dan pelatihan tentang pendaftaran merek dan manfaat hukumnya. Selain itu, bisa juga dipertimbangkan untuk memberikan bantuan atau inisiatif dalam meringankan biaya pendaftaran bagi pelaku usaha kecil.

Serupa dengan pendapat oleh ibu Trinil, pelaku usaha keripik tempe Ibu Farida juga menganggap penting terhadap pendaftaran merek, beliau mengatakan dengan memiliki merek yang terdaftar maka mendapat perlindungan hukum, ini dikarenakan dulu beliau pernah mendaftarkan merek produknya, namun dengan proses yang rumit bagi beliau akhirnya tidak dilanjutkan lagi dalam pendaftarannya. Merasa pendaftaran merek tidak diharuskan dan tidak ada aturan yang memaksa, beliau merasa tidak perlu untuk melakukannya. Beliau saat ini fokus untuk produksi tempe. Saat ini produk keripik tempenya sudah ada NIB (Nomor Izin Berusaha) PIRT, dan Sertifikasi halal. Seperti yang diungkapkan Ibu Farida:

“Dulu saya pernah mendaftarkan merek usaha saya mbak yang keripik tempe, tapi ya gitu lama sekali, juga prosesnya berbelit-belit. Sampai sekarang gatau itu udah selesai atau belum prosesnya nggak ngecek-ngecek lagi, jadinya saya mengurus NIB, PIRT dan halal saja, lagian saya juga sudah punya mangsa pasar sendiri mbak. Sekarang saya lebih sering dan banyak produksi tempenya saja, kalo untuk keripik tempe

sudah jarang. Dan untuk tempe itu saya pernah mengurus PIRT tapi gabisa, dikarenakan tempe itu ga tahan lama. Maksimal seminggu, beda dengan keripik tempe, begitu.”⁵²

Meskipun ada pemahaman awal mengenai pentingnya pendaftaran merek, tindakan nyata untuk mendaftarkan merek usahanya masih belum terlihat secara menonjol. Hal ini disebabkan karena faktor utama bagi beliau posedur yang berbelit.

Lain halnya dengan Ibu Laili, beliau mengakui belum mengetahui adanya Undang-undang merek. Namun beliau mengakui pentingnya untuk mendaftarkan merek usahanya. Meskipun beliau mengakui pentingnya pendaftaran merek, namun saat ini beliau belum mendaftarkan merek produknya. Seperti yang diungkapkan:

“Saya sangat menyadari mbak, betapa pentingnya pendaftaran merek untuk melindungi produk saya apalagi usaha saya ini sudah lebih dari sepuluh tahun yang mana itu sudah lama sekali. Saya tahu bahwa dengan mendaftarkan merek, saya bisa mendapatkan perlindungan hukum dan menghindari risiko peniruan produk. Tapi jujur, saya tidak mengetahui adanya undang-undang merek. Makanya saat ini saya belum mendaftarkan merek saya karena beberapa kendala, terutama biaya yang tidak sedikit, gitu mbak. Tetapi saya memiliki niat untuk mendaftarkannya mbak. Saat ini saya lagi proses mengurus halal, akan mengikuti pelatihan di disperindagkop.”⁵³

Ibu Laili mengungkapkan bahwa biaya untuk mendaftarkan merek cukup tinggi, itulah salah satu alasan mengapa beliau belum melakukan pendaftaran merek. Sebagai pelaku usaha, beliau harus mempertimbangkan alokasi anggaran yang lebih prioritas untuk operasional dan pengembangan produk. Beliau juga merasa bahwa proses

⁵² Wawancara dengan Ibu Anjarwati, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang

⁵³ Wawancara dengan Ibu Laili, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang

pendaftaran merek membutuhkan waktu dan pengetahuan yang belum sepenuhnya ia miliki. Kesibukan dalam mengelola operasional usaha sehari-hari menjadi tantangan tersendiri bagi Ibu Laili. Saat ini beliau sedang proses mengurus Halal untuk produknya.

Sejalan pada pernyataan diatas, Ibu Rumini merupakan salah satu pelaku usaha keripik tempe di kawasan sentra industri Sanan dengan lama usahanya lebih dari 10 tahun. Beliau memiliki pandangan pragmatis terhadap pendaftaran merek. Beliau sangat mengakui dengan mendaftarkan merek banyak manfaat yang didapat, salah satunya mendapat perlindungan hukum jika ada orang lain yang meniru mereknya tersebut. Saat ini, beliau merasa bahwa usaha keripik tempenya bisa berkembang tanpa harus melalui proses pendaftaran merek yang rumit.

Dalam wawancara, Ibu Rumini mengatakan:

“Saya fokus pada penjualan dan peningkatan kualitas produk, mbak. saya akui pendaftaran merek itu penting, tetapi bagi saya, itu bukan prioritas. Selama pelanggan puas dan penjualan bagus, saya merasa sudah cukup. Yang terpenting saya sudah memiliki izin usaha dan sertifikasi Halal.”⁵⁴

Ibu Rumini merasa bahwa dengan tidak mendaftarkan merek, beliau dapat lebih fokus pada inovasi produk dan layanan pelanggan, mengetahui prosedur pendaftaran merek yang begitu rumit dan menguras tenaga, biaya, dan waktu. Beliau juga merasakan bahwa keleluasaan dalam menjalankan usaha adalah keuntungan tersendiri.

Terdapat pendapat yang berlawanan seperti yang diungkapkan oleh Ibu Uun, salah seorang pengusaha keripik tempe di Kampung industri

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Rumini, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang

Sanan Kota Malang yang telah menjalankan usahanya lebih dari sepuluh tahun. Meskipun usahanya sudah cukup dikenal di pasar lokal, Ibu Uun memiliki pandangan bahwa pendaftaran merek memang penting, tapi bukan prioritas utama untuk usahanya. Dalam wawancara, Ibu Uun mengatakan:

“Untuk usaha saya, fokus utamanya pada pemasaran dan inovasi produk, mbak. Saya belum melihat kepentingan untuk mendaftarkan merek secara resmi, karena pasar utama saya itu komunitas pedagang pasar dan grosir yang lebih mengutamakan harga dan kualitas daripada merek, begitu. Alhamdulillahnya sampai saat ini penjualan saya terus berkembang.”⁵⁵

Ibu Uun melihat beberapa keuntungan dari pendekatannya yang lebih simpel. Tanpa pendaftaran merek, beliau dapat dengan cepat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pasarnya. Ini memberinya keunggulan dalam menanggapi perubahan permintaan konsumen dan persaingan. Selain itu, Ibu Uun menekankan pentingnya membangun hubungan yang kuat dengan mitra bisnis dan pelanggan melalui kualitas produk dan layanan yang konsisten. Dengan fokus pada aspek ini, dia merasa mampu mempertahankan pangsa pasar yang stabil meskipun tanpa perlindungan merek resmi. Beliau merasa bahwa proses pendaftaran merek memerlukan biaya dan waktu yang malah tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh, terutama untuk usaha dengan skala dan pasar seperti yang dimilikinya.

Selanjutnya ada Ibu Yurista merupakan pelaku usaha keripik tempe yang memiliki visi besar untuk mengembangkan usahanya di pasar yang lebih luas. Dia memiliki pandangan bahwa pentingnya pendaftaran merek

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Uun, tanggal 1 Agustus 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang

untuk melindungi dan memajukan usahanya. Namun, saat ini dia belum berkenan mendaftarkan mereknya karena sedang fokus mengurus sertifikasi halal untuk produknya sama halnya dengan Ibu laili Afrida. Dalam wawancara, Ibu Yurista menjelaskan:

“Saya menganggap bahwa pendaftaran merek itu penting untuk melindungi usaha dan membedakan produk seperti dipasar, atau di toko. Namun, saat ini prioritas utama saya adalah mendapatkan sertifikasi halal mbak, karena itu adalah langkah yang juga penting untuk menarik konsumen dari segmen pasar yang lebih luas dan beragam. Saya melihat sertifikasi halal sebagai langkah awal yang penting sebelum mendaftarkan merek, agar saat merek didaftarkan produknya sudah memiliki keunggulan tambahan di mata konsumen. seperti itu mbak.”⁵⁶

Wawancara dengan Ibu Yurista menggambarkan bahwa meskipun pendaftaran merek belum menjadi prioritas utama saat ini, beliau memiliki persepsi pentingnya langkah tersebut untuk masa depan usahanya. Prioritas yang diberikan pada sertifikasi halal menunjukkan strategi yang matang untuk memperkuat posisi produknya di pasar sebelum merek didaftarkan. Keputusan Ibu Yurista untuk fokus terlebih dahulu pada sertifikasi halal untuk membangun fondasi yang kuat bagi pertumbuhan usahanya. Beliau yakin bahwa dengan sertifikasi halal, produk keripik tempenya akan lebih kompetitif dan siap untuk mendapatkan keuntungan penuh dari pendaftaran merek di kemudian hari.

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Yurista, tanggal 1 Agustus 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang

Tabel 3. Data Pertanyaan Beserta Jawaban Oleh Informan

No.	Informan	Pertanyaan	Jawaban
1.	Ibu Farida	<p>1. Apakah ibu mengetahui mengenai adanya UU merek?</p> <p>2. Bagaimana pandangan ibu mengenai pentingnya pendaftaran merek?</p> <p>3. Apakah ada faktor penghambat lain, selain di proses dalam mendaftarkan merek?</p>	<p>1. Tidak mengetahui adanya undang-undang merek, hanya mengetahui merek itu brand usaha.</p> <p>2. Sebagai pelaku usaha tempe, saya akui mendaftarkan merek untuk produknya itu penting. Namun, saya tidak mendaftarkan merek produk saya. Bagi saya pendaftaran merek tidak wajib, tidak aturan yang memaksa. Namun, dulu saya pernah mendaftarkan merek produk saya tapi karena prosesnya yang begitu rumit jadinya tidak saya lanjutkan.</p> <p>3. Masalah biaya, namun kendala besarnya di proses nya itu karena kan dulu saya sempat mendaftarkan merek produk saya, tapi tidak jadi. Saat ini saya sudah merasa cukup dengan nama usaha yang ada, saya juga memiliki mangsa pasar tersendiri.</p> <p>Untuk saat ini, saya belum melihat manfaat langsung dari pendaftaran merek, sehingga saya lebih mengutamakan investasi jangka pendek dalam produk saya.</p>

2.	Ibu Hj. Laili	<p>1. Apakah ibu mengetahui mengenai adanya UU merek?</p> <p>2. Apakah ibu mengetahui manfaat dari mendaftarkan merek?</p> <p>3. Bagaimana pandangan ibu mengenai pentingnya pendaftaran merek?</p>	<p>1. Undang-undang merek idak mengetahui.</p> <p>2. Mengetahui, salah satu manfaatnya menghindari orang untuk meniru dengan merek produk kita.</p> <p>3. Sangat menyadari pentingnya pendaftaran merek, namun saat ini belum ada keinginan untuk mendaftarkan merek produknya, dikarenakan sedang mengurus halal. Saya merasa proses pendaftaran merek membutuhkan waktu dan biaya yang banyak, dan kurangnya pengetahuan saya mengenai merek.</p>
3.	Ibu Rumini	<p>1. Apakah ibu mengetahui adanya undang-undang merek?</p> <p>2. Apakah ibu mengetahui manfaat dari mendaftarkan merek?</p> <p>3. Bagaimana pandangan ibu terhadap pentingnya pendaftaran merek?</p>	<p>1. Tidak mengetahui</p> <p>2. Mengetahui, bisa mendapat perlindungan hukum seandainya ada orang lain yang menjiplak merek kita</p> <p>3. Mendaftarkan merek usaha itu penting. Tapi saat ini saya merasa usaha keripik tempe saya bisa berkembang tanpa harus melalui proses pendaftaran merek yang rumit itu. Produk saya sudah memiliki sertifikasi halal. Saya lebih fokus ke inovasi produk dan layanannya.</p>

4.	Ibu Trinil	<p>1. Apakah ibu mengetahui undang-undang merek?</p> <p>2. Bagaimana pandangan ibu mengenai pentingnya pendaftaran merek?</p> <p>3. Apakah ada penghambat yang ibu dapatkan selama proses pendaftaran merek?</p>	<p>1. Iya, mengetahui</p> <p>2. Bagi saya itu langkah penting dalam melindungi tiruan dan memajukan usaha. Alhamdulillah produk yang saya daftarkan sudah ada di Dirjen HKI. Saya memilih mendaftarkan produknya sebagai bagian dari merek kolektif, bekerja sama dengan kelompok pengrajin tempe lainnya disini.</p> <p>3. Selama proses pendaftaran ada sedikit kendala dibagian proses administratif yang rumit, hanya itu saja.</p>
5.	Ibu Uun	<p>1. Apakah ibu mengetahui adanya undang-undang merek?</p> <p>2. Apakah ibu mengetahui manfaat dari mendaftarkan merek?</p> <p>3. Bagaimana pandangan ibu terhadap pentingnya pendaftaran merek?</p>	<p>1. Tidak mengetahui</p> <p>2. Untuk manfaat dari mendaftarkan merek produk itu mendapat perlindungan hukum.</p> <p>3. Memang saya akui pendaftaran merek itu penting, namun itu bukan prioritas bagi saya. Saya merasa proses pendaftaran merek itu memerlukan biaya dan waktu yang malah tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh, terutama untuk usaha yang saya miliki saat ini.</p>

6.	Ibu Yurista	<p>1. Apakah ibu mengetahui adanya undang-undang merek?</p> <p>2. Bagaimana pandangan ibu mengenai pentingnya pendaftaran merek?</p>	<p>1. Mengetahui</p> <p>2. Dalam pandangan saya, pendaftaran merek itu penting, guna untuk melindungi dan memajukan usahanya. Namun, saat ini saya belum berkenan dalam mendaftarkan produk saya ke dirjen haki karena sedang fokus mengurus sertifikasi halal. Bagi saya, langkah dalam pendaftaran merek tersebut untuk masa depan usaha, selain itu dengan memiliki sertifikasi halal bisa memperkuat posisi produk di pasar sebelum merek resmi didaftarkan. produk dapat lebih mudah diterima oleh konsumen, terutama di pasar yang mengutamakan kehalalan.</p>
----	-------------	--	--

Bagi banyak pengusaha kecil, proses pendaftaran merek sering kali dipandang sebagai hal yang tidak mendesak atau tidak penting, karena mereka sudah memiliki mangsa pasar sendiri. Akibatnya, mereka lebih memilih fokus pada produksi dan penjualan daripada mengurus perlindungan merek. Mereka yang beranggapan bahwa perlindungan hukum merek hanya diperlukan untuk perusahaan besar yang beroperasi di pasar yang lebih luas. Hal ini mengakibatkan kurangnya perhatian terhadap potensi risiko seperti pemalsuan atau pencurian identitas produk yaitu nama merek, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi reputasi dan daya saing mereka di pasar.

Persepsi pelaku usaha keripik tempe di Sanan, Kota Malang, terhadap urgensi pendaftaran merek dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Salah satu faktor utama adalah tingkat pengetahuan mereka tentang manfaat

pendaftaran merek. Para pelaku usaha yang memiliki pemahaman mendalam tentang bagaimana pendaftaran merek dapat memberikan perlindungan hukum terhadap produk mereka, meningkatkan reputasi di mata konsumen, dan memperkuat daya saing di pasar cenderung lebih menyadari pentingnya langkah tersebut. Pengetahuan ini sering kali diperoleh melalui pengalaman pribadi atau melalui informasi yang disebarluaskan oleh pihak-pihak yang berwenang, seperti komunitas bisnis lokal atau asosiasi pengusaha.

Selain itu, persepsi ini juga dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap biaya dan proses pendaftaran merek. Banyak pelaku usaha yang menganggap bahwa biaya pendaftaran merek terlalu tinggi, atau bahwa prosesnya terlalu rumit dan memakan waktu, sehingga mereka cenderung mengabaikan pentingnya pendaftaran. Bagi mereka, kesulitan dalam mengurus administrasi dan ketidakpastian mengenai hasil akhir dari pendaftaran menjadi penghalang utama untuk melangkah lebih jauh.

Pengalaman dan kesadaran hukum juga memainkan peran penting. Pelaku usaha yang pernah mengalami atau mendengar tentang kasus pelanggaran merek mungkin memiliki kesadaran yang lebih tinggi tentang pentingnya melindungi produk mereka melalui pendaftaran merek. Kesadaran ini dapat memotivasi mereka untuk lebih serius mempertimbangkan langkah tersebut, terutama jika mereka melihat potensi risiko hukum yang dapat merugikan bisnis mereka di masa depan.

Persaingan pasar yang semakin ketat juga menjadi faktor pendorong. Di tengah banyaknya produk keripik tempe yang beredar di pasaran, pendaftaran

merek dianggap sebagai strategi untuk membedakan produk mereka dari pesaing. Dengan memiliki merek yang terdaftar, pelaku usaha dapat memastikan bahwa produk mereka tetap dikenal dan diingat oleh konsumen, sehingga dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan pangsa pasar mereka. Pengaruh dari komunitas atau asosiasi bisnis juga tidak bisa diabaikan. Di Sanan, komunitas pengusaha tempe memiliki peran penting dalam membentuk persepsi anggotanya terhadap berbagai aspek bisnis, termasuk pendaftaran merek. Dukungan, dorongan, atau bahkan tekanan dari komunitas ini dapat sangat memengaruhi keputusan pelaku usaha dalam melihat urgensi pendaftaran merek. Jika komunitas tersebut proaktif dalam mempromosikan pentingnya pendaftaran merek, anggota komunitas cenderung akan mengikuti.

Faktor lain yang turut berperan adalah dukungan dari pemerintah. Kebijakan pemerintah yang memberikan insentif, bantuan teknis, atau kemudahan dalam proses pendaftaran merek bisa sangat berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran dan minat pelaku usaha untuk mendaftarkan merek mereka. Program-program yang dirancang khusus untuk mendukung UMKM dalam aspek ini akan sangat membantu, terutama bagi mereka yang masih merintis usaha dan belum memiliki sumber daya yang memadai.

Terakhir, kepentingan jangka panjang dari pelaku usaha itu sendiri menjadi pertimbangan penting. Mereka yang memiliki visi bisnis yang jauh ke depan biasanya lebih menyadari pentingnya pendaftaran merek sebagai investasi untuk masa depan. Mereka memahami bahwa dengan merek yang terdaftar, bisnis mereka memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang, baik secara

nasional maupun internasional, serta melindungi produk mereka dari risiko peniruan atau pemalsuan.

Faktor-faktor ini bersama-sama membentuk pandangan pelaku usaha keripik tempe di industri Kampung Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek, yang pada akhirnya akan memengaruhi keputusan mereka dalam mendaftarkan atau tidak mendaftarkan merek produk mereka.

2. Faktor Penghambat Pelaku Usaha Dalam Mendaftarkan Merek

Kata penghambat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai hal, keadaan atau penyebab lain yang menghambat (merintang, menahan, menghalangi). Sedangkan pengertian dari hambatan adalah sesuatu yang dapat menghalangi kemajuan atau pencapaian suatu hal. Pada penelitian ini faktor penghambat dalam proses pendaftaran merek didefinisikan sebagai hal, kendala yang para pelaku usaha tempe dan keripik tempe Sanan dalam mendaftarkan merek produknya.

Dalam proses pendaftaran merek, pelaku usaha keripik tempe menghadapi beberapa hal yang menghambat mereka. Faktor penghambat tersebut diantaranya:

a. Biaya Pendaftaran Merek

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang sudah diolah, banyak pelaku usaha menganggap biaya pendaftaran merek sebagai salah satu penghambat utama. Biaya ini dianggap cukup tinggi, terutama oleh pelaku usaha kecil yang memiliki anggaran terbatas. Mereka merasa

bahwa investasi tersebut tidak sebanding dengan manfaat langsung yang mereka rasakan dalam jangka pendek.

b. Prosesnya yang berbelit

Ada beberapa dari mereka yang pernah mendaftarkan merek produknya seringkali mengeluhkan kerumitan proses administratif yang harus dilalui untuk mendaftarkan merek. Prosedur yang dianggap rumit dan membutuhkan waktu panjang membuat banyak pelaku usaha merasa enggan untuk mengurusnya. Hal ini seringkali membuat mereka memilih untuk tidak mendaftarkan merek meskipun mereka menyadari pentingnya perlindungan hukum.

c. Kurangnya Pengetahuan dan Sosialisasi

Kebanyakan pelaku usaha tempe dan keripik tempe Sanan, terutama di daerah yang kurang mendapatkan sosialisasi, tidak sepenuhnya memahami perlindungan hukum yang ditawarkan oleh pendaftaran merek. Informasi yang kurang memadai dari lembaga terkait seperti Disperindag (Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan) dan lainnya membuat mereka pelaku usaha ragu untuk mengambil langkah tersebut.

d. Fokus pada keuntungan jangka pendek

Pelaku usaha cenderung fokus pada keuntungan jangka pendek dan operasional sehari-hari. Mereka sering kali memprioritaskan aspek-aspek yang memberikan hasil cepat dibandingkan dengan investasi

jangka panjang seperti pendaftaran merek. Hal ini terutama berlaku bagi usaha kecil yang lebih memikirkan kebutuhan finansial sehari-hari.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pelaku usaha tempe di Industri Sanan Kota Malang untuk tidak mendaftarkan merek produk:

a. Persepsi nilai merek

Banyak pelaku usaha tidak sepenuhnya menyadari nilai penting dari memiliki merek terdaftar. Mereka sering kali melihat merek hanya sebagai nama atau logo tanpa mempertimbangkan manfaat perlindungan hukum dan keunggulan yang dapat diperoleh. Persepsi ini membuat mereka kurang termotivasi untuk mendaftarkan merek mereka.

b. Rasa tidak memiliki kebutuhan mendesak

Mereka beranggapan bahwa dengan pendaftaran merek itu bukanlah hal yang penting atau mendesak, terutama tidak menghadapi persaingan yang ketat. Mereka lebih memilih untuk menginvestasikan waktu mereka pada aspek lain dari usaha mereka.

c. Keterbatasan waktu

Pelaku usaha sering kali tidak memiliki staf yang dapat mengurus proses pendaftaran merek, tidak memiliki waktu untuk mempelajari dan menyelesaikan proses pendaftaran. Keterbatasan ini membuat mereka enggan untuk mengambil langkah yang dianggap memakan waktu dan tenaga.

d. Sudah ada mangsa pasar sendiri

Mereka pelaku usaha keripik tempe di Sanan Kota Malang kurang termotivasi untuk mendaftarkan merek produk mereka karena sudah memiliki mangsa pasar tersendiri. Mereka telah berhasil membangun basis pelanggan setia yang menghargai kualitas rasa dan konsistensi produk mereka. Kepercayaan konsumen semakin diperkuat dengan adanya sertifikasi halal, yang memastikan bahwa produk tempe tersebut memenuhi standar kehalalan yang diakui. Bagi pelaku usaha ini, pengenalan dan reputasi lokal yang baik sudah cukup untuk menjaga keberlangsungan bisnis mereka. Konsumen yang sudah mengenal dan mempercayai produk mereka merasa yakin dengan keamanan dan kualitasnya, sehingga tidak memerlukan tambahan jaminan dari merek terdaftar. Selain itu, pelaku usaha lebih memilih fokus pada peningkatan kualitas dan keberlanjutan usaha daripada mengalokasikan waktu dan biaya untuk prosedur administratif yang dianggap rumit dan tidak mendesak. Dengan demikian, mereka merasa bahwa selama konsumen tetap puas dan loyal, jadi pendaftaran merek bukanlah prioritas utama.

Pada bagian ini peneliti menyimpulkan pembahasan yang mana topik disini yaitu “Persepsi pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek” dikaitkan dengan teori persepsi. Persepsi sangat penting untuk penilaian, pemahaman, dan interpretasi berbagai hal. Ini mencakup proses di mana informasi diolah untuk menghubungkan seseorang dengan lingkungannya. Proses

ini mencakup bagaimana seseorang memahami, mengevaluasi, atau menafsirkan sesuatu berdasarkan rangsangan yang mereka terima.⁵⁷

Dari hasil wawancara tentang persepsi pelaku usaha tempe di sentra industri keripik tempe Sanan Kota Malang, dengan informan sebanyak 6 orang, pandangan pelaku usaha terhadap pentingnya pendaftaran merek bervariasi. Salah satu pelaku usaha keripik tempe yaitu Ibu Trinil menganggap bahwa merek itu penting untuk didaftarkan meskipun tidak wajib, dan beliau sudah mendaftarkan dengan nama merek produknya “Rainbow Tempe Ketawa”. Pandangan ini mencerminkan kesadaran akan perlunya melindungi identitas produk dan menjamin eksklusivitas merek di pasar, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing usaha.

Namun, tidak semua pelaku usaha mengambil tindakan yang sama. Tiga orang lainnya mengakui beranggapan bahwa pendaftaran merek memang penting, tetapi mereka belum mengambil langkah untuk mendaftarkan merek produk mereka. Mereka menganggap tanpa mendaftarkan merek, produk mereka terus berkembang karena sudah memiliki mangsa pasar sendiri. Selain itu terdapat faktor lainnya, seperti kurangnya pemahaman mendalam mengenai proses pendaftaran, keterbatasan waktu, bahkan anggapan bahwa pendaftaran merek bisa ditunda tanpa menimbulkan risiko besar. Ketidaksiapan ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran akan pentingnya merek, masih terdapat hambatan yang menghalangi mereka untuk segera bertindak.

⁵⁷ Tri Ngudi Wiyanto et Al, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021).

Di sisi lain, dua pelaku usaha lainnya juga menganggap pendaftaran merek sebagai sesuatu yang penting, namun mereka memilih untuk menundanya. Mereka memiliki keinginan untuk mendaftarkan merek di masa depan, tetapi saat ini masih dalam tahap perencanaan atau menunggu waktu yang lebih tepat. Keputusan untuk menunda inii dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, berupa prioritas bisnis lainnya dan keinginan untuk lebih memahami manfaat dan prosedur pendaftaran merek.

Sebagian besar pelaku usaha keripik tempe Sanan di Kota Malang sudah memahami pentingnya mendaftarkan merek. Mereka menyadari bahwa merek adalah identitas penting yang bisa melindungi usaha mereka dari berbagai risiko seperti peniruan oleh pihak lain, serta menjaga reputasi produk di mata konsumen. Meskipun begitu, kenyataannya mayoritas dari mereka masih memilih untuk tidak mendaftarkan merek produknya. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa proses pendaftaran merek itu rumit dan memakan waktu, mereka merasa bahwa merek usahanyabelum tidak perlu buru-buru didaftarkan atau bahkan tidak perlu didaftarkan. Selain itu, beberapa pedagang merasa bahwa selama mereka bisa menjaga kualitas produk dan terus menjalankan usaha dengan baik, pendaftaran merek tidak menjadi prioritas utama. Mereka lebih fokus pada pelaksanaannya sehari-hari dan belum melihat pendaftaran merek sebagai kebutuhan yang mendesak. Dengan demikian, meskipun mereka mengakui pentingnya merek, langkah untuk mendaftarkan secara resmi masih belum menjadi pilihan mayoritas pelaku usaha.

Persepsi yang muncul di kalangan pelaku usaha ini cenderung menunjukkan bahwa meskipun mereka telah menerima informasi dan edukasi dari pihak dinas melalui sosialisasi yang diadakan, sebagian besar dari mereka belum merasa penting untuk mendaftarkan mereknya. Hal ini mungkin disebabkan oleh pemahaman mereka yang masih terbatas mengenai manfaat dari pendaftaran merek atau adanya anggapan bahwa pendaftaran merek bukanlah prioritas dalam menjalankan usaha. Persepsi mereka terbentuk dari pengetahuan yang didapat melalui sosialisasi dan informasi yang diterima, namun belum sepenuhnya mengubah pandangan mereka terhadap urgensi pendaftaran merek.

Sebagaimana telah dijelaskan, persepsi merupakan cara seseorang memahami, menafsirkan, dan merespon rangsangan atau proses mengingat dan mengenali sesuatu.⁵⁸ Persepsi dalam pengertian sempit berkaitan dengan penglihatan, yaitu bagaimana seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam pengertian yang lebih luas, persepsi melibatkan bagaimana seseorang memandang atau menafsirkan suatu hal. Persepsi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan manusia merespons objek dan fenomena di sekitarnya.

Setiap individu cenderung memiliki pandangan yang berbeda terhadap objek yang sama. Perbedaan ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman, pengetahuan, dan perspektif pribadi. Persepsi juga mencakup cara seseorang menggambarkan objek tertentu secara berbeda melalui indranya, dan kemudian menginterpretasikannya.⁵⁹

⁵⁸ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, Cet. 6 (Bandung:Pustaka Setia). 385

⁵⁹ Sewaka el Al, *Digital Marketing* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022). 155.

Persepsi yang ada pada para pelaku usaha tempe Sanan di Kota Malang cukup baik, meskipun kesadaran hukum akan pentingnya dalam mendaftarkan merek masih tergolong rendah. Mereka mengetahui bahwa kebutuhan tentang merek yang sudah terdaftar itu penting, akan tetapi belum adanya edukasi yang baik serta beragam persyaratan yang dianggap masih menyulitkan dan menganggap hal yang tidak mendesak.

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara yang telah dilakukan pada para pelaku usaha keripik tempe Sanan di Kota Malang terkait dengan persepsi mereka terhadap urgensi pendaftaran merek dapat dipaparkan bahwa dari wawancara dengan enam pelaku usaha keripik tempe Sanan di Kota Malang, mereka menunjukkan pandangan positif tentang pentingnya mendaftarkan merek produk mereka. Mereka tahu bahwa memiliki merek yang terdaftar itu penting karena bisa melindungi produk dan meningkatkan nilai jual. Namun, dari enam pelaku usaha tersebut, satu pelaku usaha sudah memiliki merek yang terdaftar, lima orang mempunyai alasan berbeda mengapa mereka belum mendaftarkan merek. Beberapa dari mereka menganggap prosesnya rumit dan lama.

Sementara itu, ada tiga pelaku usaha yang merasa pendaftaran merek penting tapi tidak mendesak. Mereka lebih fokus pada kualitas produk dan memperluas pemasaran, jadi pendaftaran merek dianggap bisa ditunda bahkan tidak perlu dilakukan karena sudah ada mangsa pasar tersendiri. Dua pelaku usaha lainnya juga mengetahui pendaftaran merek itu penting, mereka memang berniat untuk mendaftarkan merek, tetapi belum tahu. Secara umum, meskipun pelaku usaha keripik tempe Sanan menyadari pentingnya pendaftaran merek, namun ada

beberapa hal yang menurut mereka untuk tidak atau belum mengambil langkah tersebut.

Bila dikaitkan dengan pendapat Stephen Paul Robbins, persepsi dibagi menjadi dua jenis, yaitu persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif terjadi ketika seseorang menilai suatu objek atau informasi dengan cara yang positif dan sesuai dengan harapannya terhadap objek tersebut. Hal ini biasanya disebabkan oleh kepuasan terhadap objek yang menjadi sumber persepsi, serta pengetahuan dan pengalaman individu terhadap objek tersebut. Sebaliknya, persepsi negatif muncul ketika seseorang melihat sesuatu dengan cara yang tidak menyenangkan atau bertentangan dengan harapan terhadap objek atau aturan yang dinilai. Penyebab persepsi negatif biasanya adalah ketidakpuasan terhadap objek yang dinilai.⁶⁰

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelaku usaha tempe Sanan di Kota Malang termasuk kedalam persepsi positif. Selanjutnya mengarah kepada faktor yang mempengaruhi persepsi pelaku usaha terhadap urgensi pendaftaran merek, jika dikaitkan dengan pendapat Stephen Paul Robbins yang menyatakan bahwa beberapa faktor yang bekerja untuk membentuk persepsi seseorang yaitu:⁶¹

Jika seseorang mengamati suatu objek dan berusaha memahami apa yang dilihat, pemahaman tersebut akan dipengaruhi oleh karakteristik pribadi orang tersebut, termasuk sikap, pengetahuan, minat, pengalaman masa lalu, dan harapan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha tempe di sentra industri keripik tempe Sanan Kota Malang tentang urgensi pendaftaran merek

⁶⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsmen* (Bandung: Pustaka Setia), 110.

⁶¹ Imam Muhtadin dan Yusuf, *Perilaku Organisasi: Implikasinya di era Digital* (Sumatera Barat: Azka Pustaka, 2022), 60.

bahwa persepsi pelaku usaha dikemukakan atas dasar pengetahuan dan karakteristik masing-masing individu. Pelaku persepsi, dalam konteks persepsi pelaku usaha tempe terhadap urgensi pendaftaran merek, memainkan peran penting dalam membentuk pandangan mereka terhadap proses tersebut. Persepsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengetahuan mereka tentang manfaat pendaftaran merek, pengalaman usaha di masa lalu, serta harapan mereka untuk pengembangan bisnis di masa depan. Bagi beberapa pelaku usaha, pendaftaran merek mungkin dianggap sebagai langkah penting untuk melindungi identitas produk dan meningkatkan daya saing di pasar. Namun, bagi yang lain, terutama yang berfokus pada produksi harian dan penjualan lokal, urgensi pendaftaran merek mungkin belum menjadi prioritas utama. Sikap mereka terhadap pendaftaran merek juga dipengaruhi oleh seberapa besar mereka merasa perlu untuk membedakan produknya dari pesaing, serta seberapa kuat ketertarikan mereka untuk mengembangkan bisnis ke tingkat yang lebih luas. Semua faktor ini menunjukkan bahwa persepsi pelaku usaha tempe terhadap pendaftaran merek tidak hanya dipengaruhi oleh informasi yang mereka miliki, tetapi juga oleh karakteristik pribadi dan pengalaman usaha mereka.

Ketika seseorang ingin membentuk persepsi terhadap sesuatu, diperlukan target atau objek, yang bisa berupa individu, benda, atau kejadian. Pada penelitian ini, objek yang dipersepsikan dalam konteks persepsi pelaku usaha tempe terhadap urgensi pendaftaran merek adalah proses pendaftaran merek itu sendiri, termasuk manfaat, prosedur, dan implikasinya bagi bisnis mereka. Bagaimana

pelaku usaha tempe memandang pendaftaran merek sangat bergantung pada cara objek tersebut dipersepsikan oleh mereka.

Bagi sebagian pelaku usaha, pendaftaran merek mungkin dilihat sebagai langkah yang kompleks dan memerlukan biaya serta waktu yang tidak sedikit, sehingga menjadi hambatan untuk segera melakukannya. Mereka mungkin memandang pendaftaran merek sebagai sesuatu yang hanya diperlukan oleh usaha yang lebih besar atau mereka yang berencana untuk mengekspor produk. Di sisi lain, pelaku usaha yang sudah lebih familiar dengan proses ini mungkin melihat pendaftaran merek sebagai alat penting untuk melindungi produk mereka dari peniruan dan untuk membangun identitas yang kuat di pasar.

Selain itu, persepsi terhadap objek ini juga dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima, baik dari sumber eksternal seperti pemerintah atau konsultan hukum, maupun dari pengalaman kolega atau pelaku usaha lain yang telah melalui proses pendaftaran merek. Faktor-faktor ini mempengaruhi bagaimana pelaku usaha tempe menilai urgensi dan relevansi pendaftaran merek untuk keberlangsungan dan pengembangan bisnis mereka. Dengan demikian, objek yang dipersepsikan dalam hal ini dianggap sebagai cerminan dari sejauh mana pelaku usaha memahami dan menghargai nilai pendaftaran merek bagi usaha mereka.

Persepsi dipahami dalam konteks situasi di mana persepsi tersebut muncul dan menarik perhatian. Faktor lingkungan serta kondisi sekitar dapat mempengaruhi cara seseorang memandang sesuatu. Dari hasil wawancara dengan para pelaku usaha tempe di industri Sanan Kota Malang, hampir semua tidak melakukan pendaftaran merek karena rumitnya proses dalam melakukan

pendaftaran, dikarenakan mereka mengandalkan NIB (Nomor Izin Berusaha), PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), dan Halal.

Konteks dari mana persepsi itu dilakukan bisa dilihat dari situasi dan kondisi yang melingkupi para pelaku usaha tempe di Sanan, Kota Malang. Mereka mungkin menyadari pentingnya pendaftaran merek sebagai bentuk perlindungan usaha, tetapi berbagai faktor seperti kurangnya pengetahuan, keterbatasan sumber daya, atau persepsi bahwa pendaftaran merek tidak mendesak karena tidak wajib, menyebabkan mereka tidak mengambil tindakan lebih lanjut. Jadi, persepsi mereka terbentuk dalam kehidupan sehari-hari yang dipenuhi dengan kendala-kendala dan prioritas lain yang dianggap lebih mendesak.

Bapak Arif Hadi Sofyan selaku Kepala Paguyuban sentra industri tempe Sanan Kota Malang sendiri, menjelaskan bahwa memang cukup sulit untuk mengubah *mindset* para pelaku usaha di sini. Banyak dari mereka berpikir, “*Kalau barang sudah laku, kenapa harus repot-repot mengurus merek?*”⁶² Padahal, kalau dipikir-pikir, pendaftaran merek itu penting dan sebenarnya dibutuhkan, meskipun tidak wajib. Masalah lain yang dihadapi adalah banyaknya nama produk yang sama di antara pelaku usaha, dan mereka cenderung enggan untuk mengganti atau merubah nama merek yang sudah digunakan selama ini. Bagi mereka, yang penting produk terjual dan usaha berjalan lancar.

Namun, Bapak Arif juga menyadari bahwa sebagai bagian dari UMKM, merek yang terdaftar akan sangat dibutuhkan di masa depan, terutama untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Di sentra industri keripik tempe

⁶² Wawancara dengan Bapak Arif Hadi Sofyan selaku Kepala Paguyuban Sentra Industri Tempe Sanan, 7 Agustus 2024

Sanan ini, sebenarnya sudah sering dilakukan berbagai kegiatan seperti sosialisasi dan pendampingan dari dinas terkait. Sayangnya, meskipun sudah ada upaya tersebut, masih banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya menyadari manfaat jangka panjang dari pendaftaran merek. Menurut Bapak Arif, proses sosialisasi dan pendampingan ini memang harus terus dilakukan secara intensif, agar para pelaku usaha bisa lebih memahami pentingnya pendaftaran merek sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha mereka. Harapannya, dengan lebih banyak edukasi dan dukungan, mereka akan mulai melihat pendaftaran merek bukan hanya sebagai formalitas, tapi sebagai langkah penting untuk masa depan usaha mereka.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Persepsi Pelaku Usaha Tempe Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek yang dilakukan di Paguyuban industri keripik tempe Kampung Sanan Kota Malang, dapat disimpulkan:

1. Persepsi pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang terhadap urgensi pendaftaran merek menunjukkan persepsi yang positif. Pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang berpendapat bahwa meskipun pendaftaran merek itu penting, hal tersebut tidak menjadi masalah besar karena mereka sudah memiliki NIB, PIRT, dan label halal yang terdaftar. Selama usaha mereka berjalan dengan lancar, mereka merasa bahwa merek hanya berfungsi sebagai nilai tambah bagi produk makanan mereka. Mereka mengakui bahwa pendaftaran merek memiliki nilai dalam memberikan perlindungan hukum dan dapat menjadi keuntungan jangka panjang bagi usaha mereka. Namun, meskipun mereka menyadari manfaat ini, pendaftaran merek belum dianggap sebagai prioritas utama. Dengan adanya izin usaha resmi seperti NIB (Nomor Izin Berusaha), PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), dan label Halal yang terdaftar memberikan rasa aman bagi mereka, sehingga pendaftaran merek dipandang lebih sebagai hal yang tidak mendesak. Selain itu, pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang mengungkapkan bahwa citra yang dibangun melalui kualitas produk,

pelayanan, dan hubungan baik dengan pelanggan sudah cukup untuk melindungi usaha mereka dari risiko persaingan dan masalah hukum. Meskipun pelaku usaha tempe Sanan Kota Malang menyadari pentingnya pendaftaran merek, mereka lebih memprioritaskan hal-hal lain yang dianggap lebih penting, seperti pengembangan produk tempe dan strategi pemasaran karena merasa sudah memiliki pasar tersendiri. Ini menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki pandangan positif terhadap pendaftaran merek, mereka menunda untuk mendaftarkan merek karena merasa bahwa hal itu tidak memberikan manfaat langsung bagi kelangsungan usaha mereka saat ini.

2. Faktor penghambat yang pelaku usaha tempe Kampung Sanan Kota Malang dalam mendaftarkan merek:
 - a. Kurangnya kesadaran dan pengetahuan;
 - b. Biaya yang dianggap tinggi;
 - c. Proses administrasi yang berbelit;
 - d. Kepentingan hal lain;
 - e. Kurangnya dukungan dan fasilitasi pemerintah

Faktor yang mempengaruhi keputusan pelaku usaha tempe di Industri Sanan Kota Malang untuk tidak mendaftarkan merek produk:

- a. Persepsi nilai merek;
- b. Rasa tidak memiliki kebutuhan yang mendesak;
- c. Keterbatasan waktu;
- d. Sudah memiliki mangsa pasar tersendiri

B. Saran

1. Upaya dalam memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku usaha olahan tempe di Sanan Kota Malang terkait pendaftaran merek perlu ditingkatkan lagi, khususnya dinas terkait seperti Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. Proses pendaftaran yang selama ini dianggap rumit dan memerlukan biaya tinggi dapat disederhanakan dengan menyediakan layanan konsultasi yang lebih mudah diakses, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Selain itu, dinas dapat menjalin kerja sama dengan pihak-pihak terkait, seperti lembaga hukum dan konsultan merek, untuk memberikan bimbingan teknis serta membantu pelaku usaha dalam memahami manfaat jangka panjang dari pendaftaran merek. Dengan demikian, diharapkan akan terjadi peningkatan kesadaran dan partisipasi pelaku usaha dalam melindungi merek mereka secara legal.
2. Bagi pelaku usaha olahan tempe di Sanan Kota Malang disarankan mengambil langkah nyata untuk mendaftarkan merek produknya, bukan hanya menganggap pentingnya pendaftaran merek sebagai formalitas semata. Dengan mendaftarkan merek, mereka para pelaku usaha tempe khususnya di kawasan sentra industri Sanan Kota Malang akan mendapatkan perlindungan hukum yang lebih kuat terhadap produk mereka, serta dapat meningkatkan daya saing di pasar. Pendaftaran merek juga dapat memberikan keuntungan jangka panjang, seperti meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jaringan pemasaran. Oleh karena

itu, peneliti mendorong pelaku usaha untuk lebih memahami manfaat strategis dari pendaftaran merek dan mulai memprioritaskan proses tersebut demi kemajuan bisnis mereka di masa depan.

3. Demikian karya ilmiah ini disusun, penulis berharap skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan para pembaca mengenai “Persepsi Pelaku Usaha Tempe Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Perspektif UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis” Penulis menyadari bahwa pembahasan dan referensi yang digunakan dalam skripsi ini belum sepenuhnya sempurna dan masih terbatas. Oleh karena itu, bagi pembaca yang mungkin akan mengangkat permasalahan serupa dengan judul penelitian ini, disarankan untuk mencari lebih banyak referensi dari buku dan sumber lainnya. Hal ini diharapkan dapat memperkaya kajian dan menghasilkan skripsi yang lebih komprehensif dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- “Hukum hak kekayaan intelektual / Khoirul Hidayah, S.H., M.H. | OPAC Perpustakaan Nasional RI,” 6, diakses 11 September 2023, <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1198740>.
- Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: CV. Pusaka Setia, 2010).
- Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003).
- Alex Sobur, *Psikologi Umum*, Cet. 6 (Bandung:Pustaka Setia).
- Ali, *Metode Penelitian Hukum*.
- Andi Thahir, *Psikologi Belajar* (Bandar Lampung: Pustaka Setia, 2014).
- Anthon Fathanudien. *Alternatif Perlindungan Hukum Atas Hak Merek Kolektif Genteng Jatiwangi Guna Mengurangi Persaingan Usaha di Kabupaten Majalengka*, Jurnal Unifikasi, Vol. 3 No. 2, Juli (2016) [403-816-1-SM.pdf](#).
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), edisi revisi.
- Chandler, Ralph and Jack C. Plano, 1982. *The Public Administration Dictionary*, JhonWiley and Sons, New York.
- Diakses dari <https://kbbi.web.id/Merek> Pada tanggal 18 Juli 2024.
- Dian Erika Nugraheny, “*Jokowi: Jumlah UMKM Kita 65 Juta dan Penyerapan Tenaga Kerja 97 Persen*” KOMPAS.com, Maret 7, 2024, <https://nasional.kompas.com/read/2024/03/07/16040301/jokowi-jumlah-umkm-kita-65-juta-dan-penyerapan-tenaga-kerja-97-persen>
- Dzul Fahmi, *Persepsi: Bagaimana Sejatinnya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita* (Anak Hebat Indonesia, 2020).
- Eli Widiastuti, “*Merek Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merek Bersama Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*,” Skripsi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum, Juli 20, 2020), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/56302/1/ELI%20WIDIASTUTI%20-%20FSH.pdf>.
- Ernawati, *Berhenti Sesaat Untuk Melesat*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2021).

- Eti Mul Erowati, Ikama Dewi Setia Triana. *Kesadaran Hukum Dagang Dan Pendaftaran Merek Dalam Berbisnis Bagi Pelaku UMKM*, Jurnal Pacta Sunt Servanda, Volume 4, Nomor 1, Maret (2023).
- Fahrunnisa, Saripah Muhammad Ahmad Alkasadi, Ridho Ahmad Bukhori, Cevhyra Lusiana, Herli Antoni. *Strategi Pengamanan Hukum Terhadap Merek Produk Hasil Industri UMKM di Indonesia Ditinjau dari UU Hak Cipta*, Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora, Volume I, Nomor 2, April (2023) [View of Legal Security Strategy for MSME Industrial Product Brands in Indonesia Reviewed from the Copyright Law \(stisnq.ac.id\)](http://stisnq.ac.id).
- Hamdani SE.,M.Si, *MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LEBIH DEKAT* (uwais inspirasi indonesia, t.t.), 1. <https://hot.liputan6.com/read/4709310/urgensi-adalah-kepentingan-yang-mendesak-ketahui-artinya-dalam-pendidikan> diakses pada 26 Juli 2024.
- Imam Muhtadin dan Yusuf, *Perilaku Organisasi: Implikasinya di era Digital* (Sumatera Barat: Azka Pustaka, 2022).
- Ishaq, *Metode penelitian hukum dan penulisan skripsi, tesis, serta disertasi*.
- Ita Atikah, *Metode Penelitian Hukum*.
- Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001).
- Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: Andi, 2018).
- Kornelius Benuf and Muhammad Azhar, “*Metodologi Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer*” Gema Keadilan 7, no. 1 (April 1, 2020).
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008).
- Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Grafindo Persada, 1999.
- Mr. Tirtaamidjaya, 1962, *Pokok-Pokok Hukum Perniagaan*, Djembatan, Jakarta.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Pertama, Mataram University Press, (2020).

- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Pertama, Mataram University Press, (2020).
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Pertama, Mataram University Press, (2020).
- Muhammad Aryadu Shiyam. "Urgensi Pendaftaran Merek Kolektif Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Tahu Randu Dongkal di Kabupaten Pemalang, Skripsi Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang", (2020).
- Nurul Qomar dan Farah Syah Rezah, *Metode penelitian hukum: Doktrinal dan Non-Doktrinal* (CV, Social Politic Genius (SIGn), 2020).
- Pasal 1 Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Pasal 6 Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, , (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana 2010).
- Rahmi Jened, 2015, *Hukum Merek Trademark Law Dalam Era Global & Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Prenamedia Group.
- Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri* (Bandung, 1990).
- Sabarini, Sri Santoso dkk. 2021. *Persepsi dan Pengalaman Akademik Dosen Keolahragaan*. Yogyakarta.
- Sarlito W. Sarwono, *Psikologi Lintas Budaya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 24
- Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenda Media, 20013).
- Sewaka el Al, *Digital Marketing* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022).
- Stephen P. Robbins, dan Timoty A. Jugde, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2008).
- Steven P Robbin, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Temabaru, 1998).
- Suwardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan* (Pustaka Widayatama, 2006).

- T. Fairuz Jasmine. *Analisis Hukum Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek Bagi Pelaku UMKM (Studi Putusan Nomor 646K/Pst.Sus-HKI/2021)*, Jurnal Kajian Hukum, Volume II, Nomor III, Oktober (2021).
- Thamrin Abdullah & Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012).
- Tiktik Sartika dan Rachman, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*, (Jakarta Ghalia Indonesia, 2002).
- Tri Ngudi Wiyanto et Al, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021).
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, Pasal 1 angka (5) & Pasal 3.
- Urgensi, 2024 <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/urgensi>.
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsmen* (Bandung: Pustaka Setia).
- Warkum Sumitro, *Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).
- Wawancara dengan Bapak Arif Hadi Sofyan selaku Kepala Paguyuban Sentra Industri Tempe Sanan, 7 Agustus 2024.
- Wawancara dengan Ibu Anjarwati, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang.
- Wawancara dengan Ibu Laili, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang.
- Wawancara dengan Ibu Rumini, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang.
- Wawancara dengan Ibu Trinil, tanggal 13 Juli 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang.
- Wawancara dengan Ibu Uun, tanggal 1 Agustus 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang.
- Wawancara dengan Ibu Yurista, tanggal 1 Agustus 2024 di Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang.
- Yoshihiro Sumida, Insan Budi Maulana, *Perlindungan Bisnis Merek Indonesia-Jepang*, Pustaka Sinar Harapan, 1994.

Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan kedua belas (Jakarta:Sinar Grafika, 2020).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Wawancara yang diajukan kepada pelaku usaha keripik tempe Sanan Kota Malang yang menjadi informan dalam penelitian peneliti.

1. Apakah anda mengetahui tentang adanya Undang-Undang Merek?
2. Apakah anda mengetahui fungsi Merek?
3. Apakah anda mengetahui manfaat merek?
4. Apakah penting untuk mendaftarkan Merek pada anda?
5. Apakah usaha anda sudah didaftarkan Mereknya?
6. Apakah anda mengetahui prosedur pendaftaran merek di Indonesia?
7. Apakah anda pernah menghadiri pelatihan atau seminar tentang pendaftaran merek?
8. Apakah anda merasa proses pendaftaran merek terlalu sulit atau rumit?
9. Apakah anda berencana untuk mendaftarkan merek usaha Anda?
10. Apakah anda merasa bahwa informasi tentang pendaftaran merek cukup tersedia dan mudah diakses oleh pelaku usaha di daerah Anda?

Lampiran 2 : Surat Permohonan Izin penelitian dari Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341)559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 2673 /F.Sy.1/TL.01/07/2024
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 06 Agustus 2024

Kepada Yth.
Ketua Paguyuban Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang
Jl. Sanan No.49/51, Purwantoro, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65122

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Muliya Safitri
NIM : 200202110123
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :
Persepsi Pelaku Usaha Tempe Terhadap Urgensi Pendaftaran Merek (Studi Pada UMKM Paguyuban Tempe Di Kawasan Sentra Industri Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang), pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



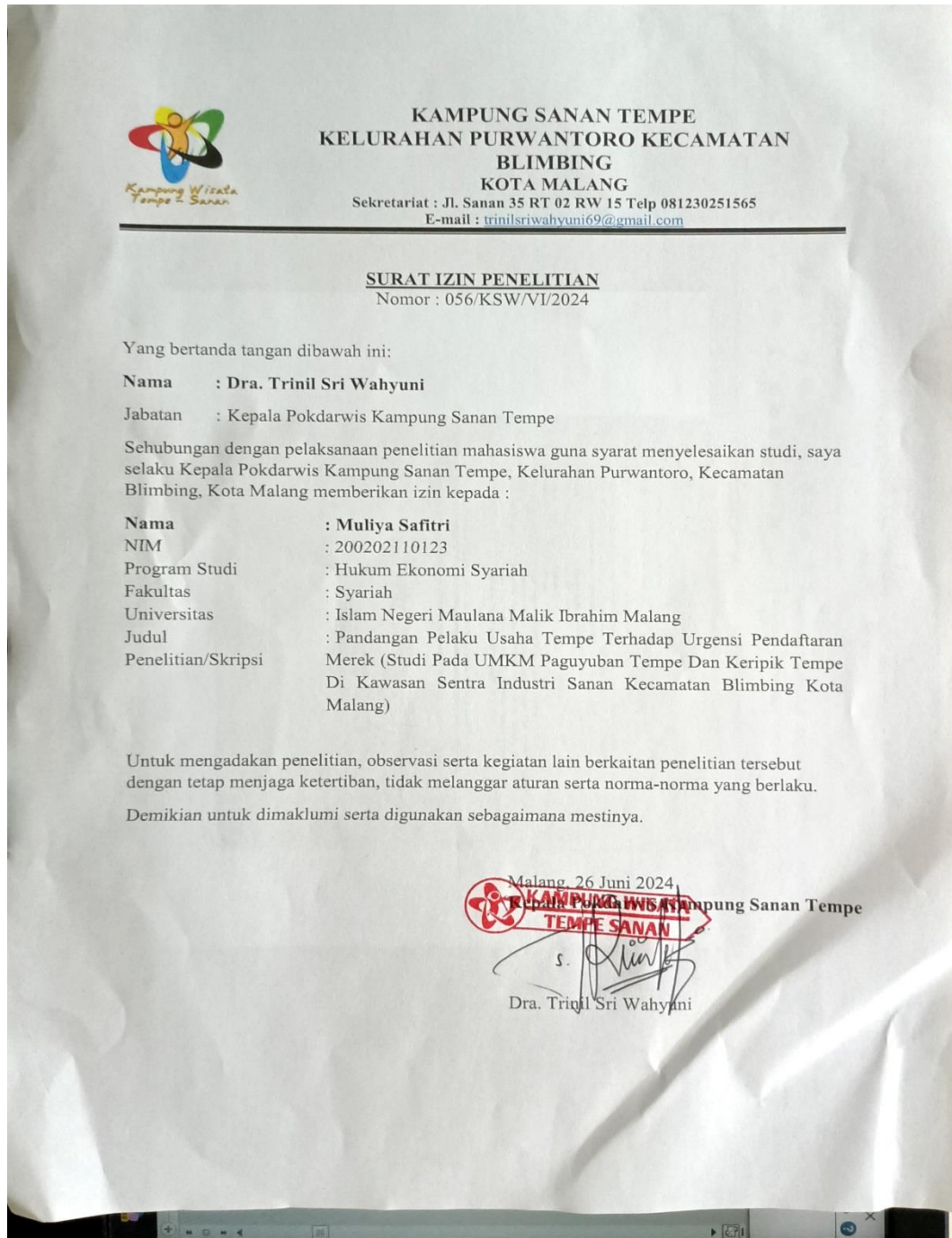
.....n. Dekan
.....ngil Dekan Bidang Akademik,
.....enul Mahmudi

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha



Lampiran 3: Surat balasan izin melakukan penelitian dari Ketua Pokdarwis di Sentra Industri Sanan Kota Malang.



Lampiran 4: Gapura masuk Kampung Sanan Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Kota Malang



Lampiran 5 : Taman Baca di sentra industri tempe Sanan Kecamatan Blimbing Kota Malang



Lampiran 6: PRIMKOPTI “Bangkit Usaha”



Lampiran 7: Daftar Anggota Paguyuban Tempe, Tahu dan Keripik Tempe Kota Malang.

DAFTAR ANGGOTA PAGUYUBAN TEMPE, TAHU & KRIPIK TEMPE
KOTA MALANG
Jl. Saman III No. 132, Telp: HP: 081 777 901 231 Malang 65172

No	Nama Pungpin	Nik	Tempat	Tgl. Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah warga	Waduk	Kedudukan per bulan	Ges. (Rp 3 B)	Mengirim
							Orang	Kg	Mynek posting		
1	DIKIK SUWITO	357201121650005	TULLUNGAGUNG	12/11/1965	TEMPE	JL. SAMAN 0-8	2	1500	Kg	60	Buah
2	M. ABE SOEVAHADI	357201120801892	MALANG	01/08/1970	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 31/32	3	800	Kg	480	Lbr
3	NOVAN BUDI PURNAMA	357201241190001	MALANG	24/11/1980	TEMPE	JL. SAMAN 5-A/4-A	3	2250	Kg	60	Buah
4	HU NURDIAH	357201500590003	MALANG	10/05/1959	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 31/24	3	1050	Kg	28	Lbr
5	KOHARI	357201010880005	MALANG	01/08/1968	TEMPE	JL. SAMAN 3-	1	600	Kg	2	Buah
6	MARON SAMUDIN HUDA	357201010870008	MALANG	01/08/1979	TEMPE&KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 5-A/10	3	600	Kg	12	Lbr
7	HINDUN ISTANTI	357201510270008	KEDIRI	11/03/1975	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 25	8	600	Kg	400	Lbr
8	HAU FATMAHMAN	357201100780008	MALANG	10/07/1959	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 5-A/4-B	3	150	Kg	100	Lbr
9	MOCH. HAZZAH	357201208740004	MALANG	20/07/1988	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 41/56	2	380	Kg	50	Lbr
10	MACHMUD	357201270880001	MALANG	27/02/1982	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 5-A/2	4	380	Kg	380	Lbr
11	EBRIN AEFANDI	357201062272002	MALANG	06/02/1972	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 30-E	3	300	Kg	380	Lbr
12	ABDUL KARIM DUBADIK	357201170880004	MALANG	17/08/1968	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 6/57	8	1080	Kg	780	Lbr
13	CHAMANI	357201200890003	MALANG	22/11/1978	TEMPE & KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 6/39	7	3000	Kg	300	Buah
14	FITRI KUMALASARI	357201621178006	MALANG	20/08/1988	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 35	4	280	Kg	280	Lbr
15	ANS KURNIAWATI	357201701840004	MALANG	30/01/1984	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 6/39	7	900	Kg	300	Buah
16	LAILI AFRIDAH	357201610580004	MALANG	21/05/1965	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 33	4	288	Kg	380	Lbr
17	A. MARZULI	350511283880004	BLITAR	23/07/1968	SARI KEBELAN	JL. SAMAN 41/56	1	50	Kg	10	Buah
18	DEWI CHALIMA	357201570820002	MALANG	17/08/1952	TEMPE	JL. SAMAN 41/56	2	600	Kg	488	Lbr
19	MAWATI . . /	3572015202810003	MALANG	12/02/1981	TEMPE	JL. SAMAN 31/62	2	300	Kg	226	Lbr
20	EBRA WIDYATI	357201610370010	PACITAN	21/03/1977	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 31/61	1	400	Kg	488	Lbr
21	LILIK MESTILAFIYAH	357201640572004	MAJULI	24/05/1972	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 31/61	4	400	Kg	488	Lbr
22	LIQUAN ANIS	3572012811810007	MALANG	28/11/1981	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 31/62	2	300	Kg	488	Lbr
23	RIZAL HIDAYATI V	357201702870010	MALANG	17/03/1997	TEMPE	JL. SAMAN 31/61	1	1200	Kg	60	Buah
24	M. YUSUF	3572011006710003	MALANG	10/09/1977	TEMPE	JL. SAMAN 321-A	3	1000	Kg	60	Buah
25	SUSANTI	357205606874001	MALANG	10/09/1974	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 321-A	4	750	Kg	150	Lbr
26	CHASMAU	357201130160002	MALANG	13/01/1968	TEMPE	JL. SAMAN 31/68	3	5650	Kg	75	Lbr
27	FAHRIZATUL CHABIBA	3572018450780002	MALANG	05/07/1980	TEMPE	JL. SAMAN 31/69	2	2850	Kg	20	Lbr
28	TIKK HIDAYATI	357201432650006	MALANG	24/06/1975	SAMBAL GORENG TEMPE	JL. SAMAN 3229	1	100	Kg	30	Buah
29	LAILI	3572010812840005	MALANG	08/12/1984	TEMPE	JL. SAMAN 31/95	2	1200	Kg	7.5	Lbr
30	ROFKI	3572011812710003	MALANG	18/12/1971	TEMPE	JL. SAMAN 3225	2	1200	Kg	110	Lbr
31	MOH ANSOE	3572010812580003	MALANG	08/12/1984	TEMPE	JL. SAMAN 3228	2	1500	Kg	100	Lbr
32	MURHAMAD YASIN KHUSEN	3572010702870003	MALANG	07/02/1987	TEMPE	JL. SAMAN 3228	3	4000	Kg	100	Lbr
33	NANANG PURWANTO	357201238870010	MALANG	23/08/1978	KRIPIK TEMPE	JL. SAMAN 31/23	7	800	Kg	1020	Lbr
34	MOCH. HOLY	357201050880001	MALANG	05/08/1988	TEMPE	JL. SAMAN 3223	2	1500	Kg	30	Lbr
35	ZAENVA AGRINI	357201020257006	MALANG	02/02/1997	TEMPE	JL. SAMAN 3223	2	1500	Kg	30	Lbr

No	Nama Pengajar	NIK	Tempat	Tgl. Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah tenaga kerja	jenis usaha	Kategori per Bulan	Gas LCP 3 kg	Keterangan			
36	ASMUTI	3573013107830001	MALANG	31/07/1983	SAMBAL GORENG TEMPE	JL. SANAN 3231	4	Orang	Kg	150	Litar	60	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
37	HERI PURNOMO	3573010310820002	MALANG	03/10/1982	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 3196	3	Orang	Kg	900	Litar	120	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
38	ZIBADAH	3573019569890003	MALANG	18/04/1986	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 3196	6	Orang	Kg	600	Litar	80	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
39	MOCH MUSLICH	3573012701730002	MALANG	27/01/1973	TEMPE	JL. SANAN 3193	2	Orang	Kg	30	Litar	90	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
40	MAM GHUZALI	3573012812700001	MALANG	28/12/1970	TEMPE KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 3226	10	Orang	Kg	3400	Litar	250	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
41	HANIS TANJIT	3573010504890004	MALANG	05/04/1988	TEMPE KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 3228	6	Orang	Kg	900	Litar	120	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
42	HANIS TANJIT	357301084510001	MALANG	08/04/1981	TEMPE	JL. SANAN 3228	2	Orang	Kg	1200	Litar	80	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
43	FARIDA MALUDYAH	3573016811840007	MALANG	28/11/1984	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 3228	3	Orang	Kg	390	Litar	52	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
44	NOVI ANTO	3573012711810006	MALANG	27/11/1981	TEMPE	JL. SANAN 3233	2	Orang	Kg	24	Litar	5	Buah	RT 04 RW 15 Ksd. Pematangan
45	DARWONO	3573011505740004	MALANG	15/05/1974	TEMPE	JL. SANAN 8229	7	Orang	Kg	4500	Litar	100	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
46	MUHAMMAD TALFIK	3573012028890001	MALANG	12/02/1988	TEMPE	JL. SANAN 3194	1	Orang	Kg	450	Litar	10	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
47	MUDA SOFYAN HADI R	3573012707770011	MEDIRI	27/07/1977	TEMPE	JL. SANAN 3197	2	Orang	Kg	1500	Litar	30	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
48	YULIAN AGHRIUDIN	3573013107840003	MALANG	31/07/1984	TEMPE	JL. SANAN 3197	2	Orang	Kg	16	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
49	DASMANI	3573012105890002	MALANG	21/08/1980	TEMPE	JL. SANAN 3197	2	Orang	Kg	16	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
50	ROJANI	3573010806890002	MALANG	09/09/1988	TEMPE	JL. SANAN 3194	1	Orang	Kg	96	Litar	30	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
51	ABDUL CHANI	3573012108540001	MAJURA	21/08/1984	TEMPE	JL. SANAN 3228	1	Orang	Kg	1500	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
52	ACHMAD FAUZI	3573011008720004	MALANG	10/09/1972	TEMPE	JL. SANAN 3229	1	Orang	Kg	2500	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
53	ASRIANTO	3573012208790003	MALANG	22/08/1975	TEMPE	JL. SANAN 3229	1	Orang	Kg	2100	Litar	50	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
54	MUKTAR	3573010207810009	MALANG	02/07/1981	TEMPE	JL. SANAN 30-E	2	Orang	Kg	3800	Litar	5	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
55	MANTOH	3573011128230006	GRESIK	11/11/1982	TEMPE	JL. SANAN 3225	2	Orang	Kg	6850	Litar	150	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
56	ARIEF ROCHMAN	3573010508920002	MALANG	05/04/1982	TEMPE	JL. SANAN 3220	4	Orang	Kg	5100	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
57	SUMADI	3573010103730002	MALANG	01/03/1973	TEMPE	JL. SANAN 3208	5	Orang	Kg	1800	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
58	INDAH WAHYUNINGSIH	3573016809890005	MALANG	28/09/1989	TEMPE	JL. SANAN 3243	2	Orang	Kg	600	Litar	30	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
59	NOFIK RUDANISYAH	3573012807770003	MALANG	28/07/1977	TEMPE	JL. SANAN 3243	1	Orang	Kg	600	Litar	30	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
60	DODY IRMANISYAH	3573010304890003	MALANG	09/04/1985	TEMPE	JL. SANAN 3241	2	Orang	Kg	2700	Litar	90	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
61	MUHAMMAD YUSUF	3573011704780002	MALANG	17/04/1978	TEMPE	JL. SANAN 3212	3	Orang	Kg	400	Litar	30	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
62	LUTFI ARDIANSYAH	357301090870010	MALANG	06/08/1987	TEMPE	JL. SANAN 3243	2	Orang	Kg	750	Litar	30	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
63	CHASMANI	3573012712830004	MALANG	27/11/1985	TEMPE	JL. SANAN 3219	1	Orang	Kg	900	Litar	30	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
64	SULIADI	35070811608980003	MALANG	18/08/1986	TEMPE	JL. MANYANG	2	Orang	Kg	3000	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
65	ASTRI RAHMAYANTI	3573016104830013	MALANG	21/04/1983	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 3208	3	Orang	Kg	300	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
66	ACHMAD SAFULLAH	3573010105790003	MALANG	01/05/1979	TEMPE	JL. SANAN 3217	2	Orang	Kg	3500	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
67	KARYONO	3573010907890003	MALANG	08/07/1986	TEMPE	JL. SANAN 3207	4	Orang	Kg	12000	Litar	120	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
68	MAM SOLJAN	3573012510830004	MALANG	21/03/1971	TEMPE	JL. SANAN 8230	2	Orang	Kg	3000	Litar	120	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
69	MALUMA MUHAMMAD ISOM	3573012103710007	MALANG	25/10/1983	TEMPE	JL. SANAN 3201	1	Orang	Kg	3000	Litar	90	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
70	ANDAYANI	3573014101720007	MALANG	12/07/1986	TEMPE	JL. SANAN 3201	1	Orang	Kg	4500	Litar	90	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
71	ELVAS	3573010308790001	MALANG	03/09/1973	TEMPE	JL. SANAN 8298	2	Orang	Kg	2100	Litar	60	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan
72	ACHMAD SUAEDI	3573011302870002	MALANG	13/02/1987	TEMPE	JL. SANAN 3145	2	Orang	Kg	2100	Litar	90	Buah	RT 05 RW 15 Ksd. Pematangan

No	Nama Pengirim	NIK	Tempat	Tgl Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah tenaga kerja	Kecelakaan per Bulan	Ca LCP 5 kg	Keterangan
184	IVAN HARTONO	3573011002770010	MALANG	01/02/1977	TEMPE	JL. SANAN 12/171	4 Orang	15000 Kg	160	Buah RT 03 RW 16 Kd. Purnawar
185	RODMAN	3573010507800007	MALANG	05/07/1990	TEMPE	JL. SANAN 12/19A	2 Orang	900 Kg	60	Buah RT 03 RW 16 Kd. Purnawar
186	LUTFI CHOTIB	3573012907740003	MALANG	23/07/1974	TEMPE	JL. SANAN 12/40	1 Orang	1500 Kg	30	Buah RT 03 RW 16 Kd. Purnawar
187	FRANUDA EKA DAMI	3573012507520002	MALANG	25/07/1992	TEMPE	JL. SANAN 12/10	3 Orang	4500 Kg	60	Buah RT 03 RW 16 Kd. Purnawar
188	MOH. SHOLIHUDDIN	3573012407700007	MALANG	24/07/1974	TEMPE	JL. SANAN 12/12	2 Orang	1500 Kg	60	Buah RT 03 RW 16 Kd. Purnawar
189	SOLIKIN	3573011302560003	CILACAP	12/02/1956	TEMPE	JL. SANAN 9/23	1 Orang	210 Kg	30	Buah RT 04 RW 16 Kd. Purnawar
190	MACHUDIN	357301070460001	MALANG	07/04/1986	TEMPE	JL. SANAN 10/14-B	1 Orang	1500 Kg	30	Buah RT 04 RW 16 Kd. Purnawar
191	FERRY ANDRIANTO	3573010402810001	MALANG	04/02/1981	TEMPE	JL. SANAN 10/105	1 Orang	2500 Kg	60	Buah RT 04 RW 16 Kd. Purnawar
192	AU SOBRIN	3573013103850001	MALANG	31/03/1985	TEMPE	JL. SANAN 09/15	1 Orang	3000 Kg	60	Buah RT 04 RW 16 Kd. Purnawar
193	HADI SUTRISNO	357012012720001	MALANG	20/12/1972	TEMPE	JL. SANAN 12/23	1 Orang	1500 Kg	30	Buah RT 04 RW 16 Kd. Purnawar
194	MALINDO	3573012103780002	MALANG	21/03/1978	TEMPERKAPRIK TEMPE	JL. SANAN 9/17	4 Orang	9000 Kg	210	Buah RT 04 RW 16 Kd. Purnawar
195	M. AFANDI	357301280890004	MALANG	28/08/1988	TEMPE	JL. SANAN 9/113	2 Orang	1500 Kg	30	Buah RT 04 RW 16 Kd. Purnawar
196	SUSANAH	3573014301890004	MALANG	23/03/1988	TEMPERKAPRIK TEMPE	JL. SANAN 9/20-B	6 Orang	4500 Kg	180	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
197	MISDIONO	3573010307890013	MALANG	03/07/1989	KERING TEMPE	JL. SANAN 9/46	2 Orang	1040 Kg	30	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
198	NINIK HARANI	3573018004740006	MALANG	20/04/1974	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 9/70	6 Orang	4500 Kg	156	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
199	GATOT	3573013205950004	MALANG	13/05/1989	TEMPE	JL. SANAN 12/79	3 Orang	4500 Kg	90	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
200	ROBIL	3573011010540003	MALANG	10/11/1954	TEMPE	JL. SANAN 10/74	3 Orang	7500 Kg	120	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
201	MASRIFAH	3573016107110002	MALANG	21/01/1971	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 5/45	5 Orang	350 Kg	80	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
202	AGUS SALIM	3573012306730002	MALANG	23/08/1973	TEMPE	JL. SANAN 5/45	1 Orang	350 Kg	50	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
203	YULI WARDANA	357301170740001	MALANG	17/07/1984	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 12/77-8	7 Orang	900 Kg	8	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
204	BAHANG SUWANDI	3573012007630003	MALANG	07/11/1984	TEMPE	JL. SANAN 5/45	1 Orang	900 Kg	10	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
205	ABDUL MACHD	3573010201630002	MALANG	02/01/1983	TEMPE	JL. SANAN 9/94	1 Orang	240 Kg	45	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
206	MUTTAH ADE REJENI	3573013005550002	MALANG	30/05/1986 *	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 10/83	2 Orang	150 Kg	90	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
207	DAQI ISMAHYUDI	3573011509620010	MALANG	15/06/1982	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 10/81	3 Orang	900 Kg	120	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
208	MOCH. MUSTOFA	3573010110590005	PASURUAN	01/10/1988	TEMPE	JL. SANAN 10/81-8	2 Orang	1050 Kg	30	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
209	MOCH. MUSTOFA	3573010903850001	MALANG	09/03/1985	TEMPE	JL. SANAN 52-B	2 Orang	6000 Kg	120	Buah RT 05 RW 16 Kd. Purnawar
210	KACHMAD MASRUR	3573012507890001	MALANG	24/07/1986	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 56	2 Orang	150 Kg	30	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
211	WAHYU SUNTOTO	3573010702940007	MALANG	07/02/1984	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 7/45	5 Orang	432 Kg	72	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
212	KACHMAD SOLEHJODI	35730138012740007	MALANG	30/12/1974	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 7/33	10 Orang	900 Kg	182	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
213	TOWYAH	3573014101590012	MALANG	01/01/1959	TEMPE	JL. SANAN 7/17	2 Orang	450 Kg	30	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
214	DAKIH	3573014505640007	MALANG	05/09/1984	KRIPIK TEMPE/KERING T.	JL. SANAN 7/16	2 Orang	600 Kg	40	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
215	CHAFRI JUMEDI	3573010209550005	MALANG	02/06/1985	TEMPERKAPRIK TEMPE	JL. SANAN 9/9	2 Orang	900 Kg	78	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
216	SURURI	35730123005110002	MALANG	28/06/1952	TEMPE	JL. SANAN 9/08	2 Orang	900 Kg	30	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
217	MUSLICH	3573010405650006	MALANG	04/09/1988	TEMPE	JL. SANAN 52-B	1 Orang	300 Kg	10	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
218	MACHLISIN	3573011111690004	MALANG	11/11/1985	TEMPE	JL. SANAN 9/07	2 Orang	450 Kg	10	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
219	RIZDI CHAYANI	3573012112800002	MALANG	21/12/1980	KRIPIK TEMPE	JL. SANAN 7/34	4 Orang	625 Kg	90	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar
220	UMAR FAUZI	3573010411690002	MALANG	04/11/1986	TEMPE	JL. SANAN 7/48	2 Orang	1800 Kg	60	Buah RT 06 RW 16 Kd. Purnawar

No	Nama Pengirim	NIK	Tempat	Tgl Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah tenaga kerja	Mobil	Mekubulan per Bulan	Keterangan
							Orang	Kg	Liter	Gas LPG 3 kg
295	NUR FATMA	357201180930006	JEMBER	1809/1983	TEMPE	JL. SEBUKU 802	1	750	4	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
296	BUDONO	3572010709590002	MALANG	07/08/1955	TEMPE	JL. SEBUKU 802	1	900	4	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
297	MOCH HADI KURNIAWAN	3572011505890005	MALANG	14/01/1988	TEMPE	JL. SEBUKU 602	1	990	4	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
298	ACHMAD IWAN FANDRI	3572012808930004	MALANG	28/08/1983	TEMPE	JL. SEBUKU 609	1	900	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
299	DIK SANDRO ARIANTO	3567232711890001	MALANG	27/11/1986	TEMPE	JL. SEBUKU 604	1	600	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
300	NUR BUD	3572010206590004	MALANG	02/06/1956	TEMPE	JL. SEBUKU 604	2	1500	4	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
301	SUWOTO	3572011412700004	MALANG	14/12/1970	TEMPE	JL. SEBUKU 605	1	800	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
302	AGUS KARTIKO	3572011608720007	MALANG	16/08/1972	TEMPE	JL. SEBUKU 615	1	2100	6	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
303	GIMAN	3572010612890001	MALANG	09/12/1958	TEMPE	JL. SEBUKU 616	1	600	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
304	GUS SALIM	35720114606610001	MALANG	27/08/1988	TEMPE	JL. SEBUKU 65-A	1	600	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
305	SULAIMAN	35720109065790002	MALANG	08/05/1978	TEMPE	JL. SEBUKU 64	2	1680	18	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
306	AGUS KRISTAWAN	357201020870003	MALANG	02/08/1987	TEMPE	JL. SEBUKU 64	1	1500	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
307	SUGENG HERYADI	3572013003990007	MALANG	30/03/1968	TEMPE	JL. SEBUKU 65	1	900	4	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
308	NASIB SURAHMAD	3572010810790001	MALANG	08/10/1979	TEMPE	JL. SEBUKU 612-A	1	1200	6	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
309	MUHAMMAD SULKHAN	3572010408750005	MALANG	02/01/1978	TEMPE	JL. SEBUKU 4/-	1	900	6	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
310	SUGANTO	3572010208630002	MALANG	02/08/1963	TEMPE	JL. SEBUKU 45	1	900	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
311	WASIR	3572012501480003	MALANG	05/08/1990	TEMPE	JL. SEBUKU 610	2	1500	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
312	ABDUL MUNTOLIB	3572012912870005	MALANG	29/12/1987	TEMPE	JL. SEBUKU 610	1	3000	3	Buah RT 03 RW 08 Kel. Buntarjelo
313	SUKRI	3572011301490001	MALANG	13/01/1948	TEMPE	JL. SEBUKU 25	1	1800	10	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
314	ABDUL ROCHMAN	3572011808720003	MALANG	18/08/1972	TEMPE	JL. SEBUKU 118	1	2100	2	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
315	MUHAMMAD SAUDUDIN	3572010212590003	MALANG	02/12/1995	TEMPE	JL. SEBUKU 184	1	1500	3	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
316	FERIAN RAHMADHANI	3572010802950004	MALANG	08/02/1995	TEMPE	JL. LESANPURNO 1227	3	1800	2	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
317	ACHMAD NAWAWI	3572010800910004	MALANG	08/09/1981	TEMPE	JL. SEBUKU 11/10	2	450	3	Buah RT 01 RW 08 Kel. Buntarjelo
318	ABDUL WAHD	3572010801890003	MALANG	08/01/1988	TEMPE	JL. SEBUKU 11/10	2	900	3	Buah RT 01 RW 08 Kel. Buntarjelo
319	IFFA HALAR	357201107800006	MALANG	31/07/1980	KRIPK TEMPE	JL. SEBUKU 2,914	5	1200	900	Buah RT 01 RW 08 Kel. Buntarjelo
320	SAFULLAH MUKLIS H	3572010308770003	MALANG	03/08/1977	TEMPE	JL. SEBUKU 138	1	900	3	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
321	KASIONO	3572012502710001	MALANG	25/02/1971	TEMPE	JL. SEBUKU 18/-	1	1500	2	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
322	AMMUDIJI	3572011807890002	SIPOKARJO	18/07/1968	TEMPE	JL. SEBUKU 18/48	3	6000	3	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
323	MUCHLAS	3572011807890005	MALANG	08/11/1968	TEMPE	JL. SEBUKU -	4	9000	5	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
324	PUPUT PULJONO	3572010503850004	MALANG	05/02/1985	TEMPE	JL. SEBUKU 18/47	3	4500	4	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
325	RATNA FAUZZAH	3572014612610001	MALANG	08/12/1981	TEMPE	JL. SEBUKU 18/48	1	1500	5	Buah RT 04 RW 08 Kel. Buntarjelo
326	ADI BAGUS SUWONODO	35720181302940005	MALANG	13/08/1994	TEMPE	JL. SEBUKU 18/48	1	1500	3	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
327	SUBAKRI	35720101014900023	MALANG	01/01/1948	TEMPE	JL. SEBUKU 18/48	2	5250	50	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
328	JAMAN SURONO	3572011304600003	MALANG	13/04/1980	TEMPE	JL. SEBUKU 18/8	3	5250	60	Buah RT 06 RW 08 Kel. Buntarjelo
329	FARID NURDINO	3572011302740007	MALANG	13/02/1974	TEMPE	JL. HAIND RUSDI 2,8190-A	2	450	3	Buah RT 01 RW 07 Kel. Buntarjelo
330	SOEPARMANTO	3572012008570001	MALANG	20/08/1957	TEMPE	JL. SEBUKU 48	2	4200	90	Buah RT 02 RW 08 Kel. Buntarjelo
331	ABDUL ROCHMAN	3572010204600002	MALANG	02/04/1980	TEMPE	JL. SEBUKU 11/10	1	900	30	Buah RT 01 RW 08 Kel. Buntarjelo

No	Nama Program	NIK	Tempat	Tgl Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah Tenaga Kerja	Kedala	Kebudayaan per bulan (Monyol perorg)	Gas Losp 3 kg	Keterangan			
221	SUMAH	35730151029690002	MALANG	22/08/1966	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 7/16	2	Orang	Kg	450	Liter	60	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
222	HERMAN SANTOSO	3510061111860002	BAWUWANGI	11/11/1966	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/11	4	Orang	Kg	180	Liter	60	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
223	TUMBAROY SIBIAS	35730151029690014	MALANG	01/08/1966	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/10	5	Orang	Kg	300	Liter	60	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
224	FRI RIANSAY	3573011108960005	MALANG	11/09/1966	KRPIK SAGU	JL. SANAN 5/33	2	Orang	Kg	42	Liter	8	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
225	ZENAL ARFIN	3573012301700004	MALANG	23/01/1970	TEMPE	JL. SANAN 7/15-A	2	Orang	Kg	1200	Liter	30	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
226	WAWAN PURNOMO	3573012108960004	MALANG	21/06/1968	TEMPE	JL. SANAN 7/18	2	Orang	Kg	1800	Liter	60	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
227	SULITYONO	3573010209730010	MALANG	02/08/1973	TEMPE	JL. SANAN 5/50	1	Orang	Kg	600	Liter	20	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
228	MOCH ARFIN	3573012208780008	MALANG	22/08/1978	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/50	3	Orang	Kg	900	Liter	270	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
229	SUMARNI	3573015603770008	MALANG	28/03/1977	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/44-B	5	Orang	Kg	300	Liter	60	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
230	SUMONO	3573010207860016	MALANG	02/07/1969	TEMPE	JL. SANAN 5/44-B	2	Orang	Kg	1050	Liter	30	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
231	SUMIATI	3573030803960002	MALANG	29/01/1968	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/33	4	Orang	Kg	875	Liter	150	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
232	SUPARMI	3573015201460002	JOMBANG	13/01/1948	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/31	5	Orang	Kg	450	Liter	90	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
233	HARIYANTO	3573010103790011	MALANG	01/03/1979	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/41	4	Orang	Kg	360	Liter	150	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
234	SERATYO	35730101511620004	BLITAR	09/11/1982	TEMPE	JL. SANAN 5/54	1	Orang	Kg	1200	Liter	30	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
235	CHORRI	357301010600006	MALANG	10/10/1960	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/40	3	Orang	Kg	550	Liter	104	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
236	MAHAJUDI	3573011903900007	MALANG	19/03/1980	TEMPE	JL. SANAN 5/22	2	Orang	Kg	1500	Liter	60	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
237	SITI ROHANA	3573015505700008	MALANG	15/05/1970	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/232	4	Orang	Kg	433	Liter	78	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
238	KALITURI	3573012006560003	MALANG	20/05/1963	TEMPE&KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/52-A	2	Orang	Kg	135	Liter	20	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
239	ABDUL KHOLIK	3573010307800006	MALANG	03/07/1978	TEMPE	JL. SANAN 5/25	2	Orang	Kg	1500	Liter		Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
240	BAMBANG SUGANTO	3573010412900002	MALANG	04/12/1960	TEMPE	JL. SANAN 5/25	2	Orang	Kg	3000	Liter		Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
241	BAMBANG SUPRI	3573012401780002	MALANG	24/01/1979	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/42	1	Orang	Kg	116	Liter	39	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
242	MUSLIMAH	3573016102510001	MALANG	21/02/1961	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/41	7	Orang	Kg	48	Liter	12	Buah	RT 07 RW 16 Ksd Purnaworo
243	KADUS HARIYANTO	3573013008300001	MALANG	30/08/1983 *	TEMPE	JL. SANAN 5/43	3	Orang	Kg	1500	Liter	20	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
244	ROHMAT HURJI	3573012009690004	MALANG	20/06/1966	TEMPE&KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/5	10	Orang	Kg	100	Liter	20	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
245	ANAND BERAI	3573010901660006	MALANG	06/01/1965	TEMPE	JL. SANAN 5/5	3	Orang	Kg	3000	Liter	240	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
246	MINGSAN SASMITNO	3573010406740008	PASURUAN	04/08/1974	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 4/6	4	Orang	Kg	1800	Liter	120	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
247	LIMWALI	3573014612900007	MALANG	05/12/1962	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/7	2	Orang	Kg	600	Liter	60	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
248	SUMARHAYATI	3573015901620001	MALANG	15/01/1982	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 5/38	2	Orang	Kg	450	Liter	60	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
249	DULSAMI	3573012705650003	MALANG	27/05/1955	TEMPE	JL. SANAN 5/1-A	2	Orang	Kg	1500	Liter	60	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
250	KUYUN MUDJAWATI S	3573015903780003	MALANG	19/09/1978	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 4/2	4	Orang	Kg	750	Liter	120	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
251	SULLATUL KAROMAH	35730151078740009	PASURUAN	22/05/1974	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 3/2	6	Orang	Kg	900	Liter	120	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
252	PRITO	3573012412960007	MALANG	24/12/1969	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 4/4	6	Orang	Kg	1200	Liter	40	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
253	MOCH DAMATI W	3573010810740008	MALANG	09/10/1974	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 3/8	6	Orang	Kg	950	Liter	150	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
254	HEKORI SETIYAWAN	3573012402650006	MALANG	24/11/1965	KRPIK-TEMPE	JL. SANAN 12/128	4	Orang	Kg	420	Liter	90	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
255	ROALI	3573011002570004	MALANG	10/02/1957	TEMPE	JL. SANAN 12/137	2	Orang	Kg	2100	Liter	60	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
256	BASOR ANWAR	357301121780005	MALANG	12/11/1978	TEMPE	JL. SANAN 12/188	2	Orang	Kg	1300	Liter	30	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo
257	YARSULAH	3573015104610001	MALANG	11/04/1961	TEMPE	JL. SANAN 12/30	2	Orang	Kg	1600	Liter	90	Buah	RT 08 RW 16 Ksd Purnaworo

No.	Nama Program	NIK	Tempat	Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah jagas kopi	Media	Kebudayaan per bulan Monyak goring	Gas LPG 3 kg	Keterangan				
255	NUGONO	357301270920005	MALANG	27/01/1952	TEMPE	JL. SAWAN 12/130	2	Orang	2250	Kg	15	Liter	60	Buah	RT 09 RW 16 Kd. Purnawtiro
256	NUGROHO CAHYO WINANTO	357301150940004	MALANG	15/08/1984	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN HA67	3	Orang	1500	Kg	40	Liter	16	Buah	RT 01 RW 14 Kd. Purnawtiro
259	ARIF MUSTOFA	357301091280003	MALANG	09/12/1988	TEMPE	JL. PHOSPATI 27.A	2	Orang	1900	Kg		Liter	30	Buah	RT 03 RW 10 Kd. Purnawtiro
251	RIFIK MUSLIM	357301240973003	MALANG	24/09/1973	TEMPE/KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 325	2	Orang	900	Kg	30	Liter	30	Buah	RT 03 RW 14 Kd. Purnawtiro
262	MATAJI	357301200960004	MALANG	29/09/1989	TEMPE	JL. SAWAN 326	2	Orang	900	Kg	30	Liter	30	Buah	RT 03 RW 14 Kd. Purnawtiro
263	BULARI	357301151157001	MALANG	15/11/1957	TEMPE	JL. SAWAN 324	1	Orang	800	Kg	30	Liter	30	Buah	RT 03 RW 14 Kd. Purnawtiro
264	BLAMI	352805302840002	PAMEKASAN	30/03/1984	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 280	2	Orang	750	Kg	150	Liter	30	Buah	RT 04 RW 14 Kd. Purnawtiro
265	AGUS SUGANTO	357301200980008	MALANG	23/08/1983	TEMPE	JL. WARRIKO 08	1	Orang	750	Kg		Liter	30	Buah	RT 05 RW 14 Kd. Purnawtiro
266	UNIK SETAWAN	357301050980010	MALANG	05/08/1980	TEMPE	JL. WARRIKO 12.1	1	Orang	750	Kg		Liter	30	Buah	RT 03 RW 08 Kd. Purnawtiro
267	YANI SETYANI	317529840480003	JAKARTA	24/04/1986	SAMBAL GORENG TEMPE	JL. SEBUKU 4.11	2	Orang	40	Kg	15	Liter	8	Buah	RT 03 RW 08 Kd. Purnawtiro
268	MUCHAMAT ARIFIN	35730103102910002	MALANG	31/05/1981	TEMPE/KRPIK TEMPE	JL. SEBUKU 107	2	Orang	1500	Kg		Liter	1	Buah	RT 05 RW 08 Kd. Purnawtiro
269	SUGONO	357301200971001	MALANG	22/03/1971	TEMPE	JL. SEBUKU 22.B	2	Orang	1200	Kg		Liter	1	Buah	RT 05 RW 08 Kd. Purnawtiro
270	MUHAMMAD IDRIS BACHTAR	357301040978007	MALANG	04/03/1978	TEMPE	JL. SEBUKU 95	2	Orang	750	Kg		Liter	2	Buah	RT 05 RW 08 Kd. Purnawtiro
271	MOKHAMMAD SUANSORI	357301285720002	MALANG	28/03/1971	TEMPE	JL. SEBUKU 14.1	1	Orang	800	Kg		Liter	30	Buah	RT 04 RW 08 Kd. Purnawtiro
272	SUGENG HARAJI	357301146572008	MALANG	14/05/1972	TEMPE	JL. SEBUKU 182.0	1	Orang	750	Kg		Liter	30	Buah	RT 04 RW 08 Kd. Purnawtiro
274	A HADI PURNOMO	357301170277003	MALANG	07/10/1962	TEMPE	JL. SEBUKU 14.1	1	Orang	800	Kg		Liter		Buah	RT 04 RW 08 Kd. Purnawtiro
275	BAKHRIUDIN AREF	357301130780003	MALANG	13/07/1986	TEMPE	JL. SEBUKU 16.1	1	Orang	800	Kg		Liter		Buah	RT 04 RW 08 Kd. Purnawtiro
276	SULLADI PRAMBUDI	357301080780011	LUMAJANG	08/07/1980	TEMPE	JL. SEBUKU 14.1	2	Orang	450	Kg		Liter		Buah	RT 04 RW 08 Kd. Purnawtiro
277	MURVATI	357301470575003	MALANG	07/05/1975	TEMPE	JL. SEBUKU 14.1	1	Orang	50	Kg	24	Liter	4	Buah	RT 04 RW 08 Kd. Purnawtiro
278	ILUHI MITRASARI	357301031180002	MALANG	13/11/1990	KRPIK TEMPE	JL. SEBUKU 24.24	3	Orang	3000	Kg		Liter	60	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
279	MAT TOHA	357301190780005	MALANG	19/07/1988	TEMPE	JL. SEBUKU 24.31	4	Orang	3000	Kg		Liter	60	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
280	M. ASTHA RAFFY A.	350701907900002	MALANG	18/10/1981	TEMPE	JL. SEBUKU 924	2	Orang	6000	Kg		Liter	120	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
281	EKO WAHIDU	357301120578007	MALANG	12/05/1978	TAHU	JL. SEBUKU 24	8	Orang	6000	Kg	450	Liter	180	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
282	KUSWANTO	357303040674004	MALANG	08/05/1975	TEMPE	JL. SEBUKU 24.44	2	Orang	4500	Kg	30	Liter	4	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
283	JOHO SUSILO	357301280840007	KEPRI	28/03/1984	TEMPE	JL. SEBUKU 24.1	2	Orang	6500	Kg		Liter	4	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
284	MOCH FATONI	357301170878002	MALANG	17/08/1978	TEMPE	JL. SEBUKU 24.10	2	Orang	4500	Kg		Liter	30	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
285	M. AREF MALIYANA	357301011000001	MALANG	01/10/2000	TEMPE	JL. SEBUKU 24.25	1	Orang	1800	Kg		Liter	30	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
286	MURVANTO	357301261174005	MALANG	26/11/1974	TEMPE	JL. SEBUKU 24.11	1	Orang	1050	Kg		Liter	30	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
287	BUCORI	357301190475001	MALANG	19/04/1975	TEMPE	JL. SEBUKU 24.43	2	Orang	3000	Kg		Liter	60	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
288	MAS CHUDORI	357301130188012	MALANG	13/01/1983	TEMPE	JL. SEBUKU 46	1	Orang	900	Kg		Liter	80	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
289	MAT KASAM	357302080876008	MALANG	08/08/1978	TEMPE	JL. SEBUKU 14.09	2	Orang	2700	Kg		Liter		Buah	RT 08 RW 08 Kd. Purnawtiro
290	HADONO	357301110359008	MALANG	17/03/1975	TEMPE	JL. SEBUKU 14.1	2	Orang	1000	Kg	5	Liter	15	Buah	RT 08 RW 08 Kd. Purnawtiro
291	SUMARI	357301080687005	MALANG	08/08/1967	TEMPE	JL. SEBUKU 14.1	2	Orang	4500	Kg	6	Liter	75	Buah	RT 08 RW 08 Kd. Purnawtiro
292	P. ELY SAEBT	357301100599004	MALANG	13/12/1983	TEMPE/KRPIK TEMPE	JL. SEBUKU 14.1	3	Orang	4000	Kg	144	Liter	140	Buah	RT 10 RW 08 Kd. Purnawtiro
293	YUDONO	357301070400001	MALANG	07/04/1991	TEMPE	JL. SEBUKU 48	1	Orang	1950	Kg		Liter	60	Buah	RT 03 RW 08 Kd. Purnawtiro
294	SUYATI	357301400650006	MALANG	08/08/1982	TEMPE	JL. SEBUKU 14.14	1	Orang	900	Kg		Liter	30	Buah	RT 03 RW 08 Kd. Purnawtiro

No	Nama Pengirim	NIK	Tempat	Tgl Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah Tenaga Kerja	Kekayaan	Kategori per Bulan	Cal. LSP 3 kg	Keterangan			
73	ISKANDAR ZULKARNAEN	357301180910003	MALANG	16/09/1971	TEMPE	JL. SAWAN 2/258	2	Orang	1500	Kg	Libar	40	Buah	RT 06 RW 15 Kdl. Purworeto
74	SITI MARYAM	357301500972014	MALANG	10/09/1972	TEMPE	JL. SAWAN 8/255	3	Orang	3000	Kg	Libar	60	Buah	RT 06 RW 15 Kdl. Purworeto
75	SITI NURANI	3573015102710001	MALANG	11/02/1971	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 8/254	4	Orang	3000	Kg	Libar	90	Buah	RT 06 RW 15 Kdl. Purworeto
76	EMA FAIS AZZAH	3573015127990002	MALANG	11/12/1979	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 3/242	2	Orang	80	Kg	Libar	4	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
77	ANGGK DEWANTA PR.	3573011709890003	MALANG	17/09/1988	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 11/289	3	Orang	312	Kg	Libar	75	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
78	YUSUF EFFENDI	3573012801740001	MALANG	28/01/1974	TEMPE	JL. SAWAN 2/243	2	Orang	3000	Kg	Libar	3	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
79	SAMSUL MUSLIMIN	3573012103830002	MALANG	21/03/1983	TEMPE	JL. SAWAN 2/25	2	Orang	1800	Kg	Libar	45	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
80	RIFAN	3573011709870002	MALANG	17/08/1967	TEMPE	JL. SAWAN 2/251	3	Orang	1500	Kg	Libar	35	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
81	MUCHAMMAD TOYAT	3573011009890002	MALANG	10/05/1958	TEMPE	JL. SAWAN 2/242	2	Orang	2250	Kg	Libar	45	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
82	ABDUL ADHIM	3573012103830001	MALANG	21/08/1980	TEMPE	JL. SAWAN 3/245	2	Orang	1200	Kg	Libar	16	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
83	NURBASYIM	3573011612570001	MALANG	16/12/1957	TEMPE	JL. SAWAN 11/45	5	Orang	4800	Kg	Libar	156	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
84	BAMBANG WAHYUDI	3573012710550002	MALANG	27/10/1995	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 11/28	6	Orang	1040	Kg	Libar	98	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
85	AINI CHUZANI	3573011809890002	PASURUAN	18/02/1988	TEMPE	JL. SAWAN 11/23	1	Orang	1500	Kg	Libar	30	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
86	DJUMADI	357301121070002	MALANG	12/10/1970	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 11/1	4	Orang	900	Kg	Libar	90	Buah	RT 07 RW 15 Kdl. Purworeto
87	LUN ALMADAH	3573015302890002	MALANG	13/02/1985	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 8/241	3	Orang	5000	Kg	Libar	120	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
88	MALIRVATI	3573015308670005	MALANG	13/06/1967	TEMPE	JL. SAWAN 7/3	3	Orang	3000	Kg	Libar	60	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
89	MUCH SUYONO	35730103077780010	MALANG	03/07/1976	TEMPE	JL. SAWAN 6/7	2	Orang	2400	Kg	Libar	80	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
90	KETANG GEMBROT S.	3573010108620001	MALANG	01/07/1982	TEMPE	JL. SAWAN 16/62-B	2	Orang	2400	Kg	Libar	28	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
91	RINI PANCAMATI	3507096710950005	MALANG	24/02/1982	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 11/150	4	Orang	4500	Kg	Libar	120	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
92	YUNTA INDRAMATI	3573010402820010	MALANG	27/10/1982	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 14/28	2	Orang	180	Kg	Libar	28	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
93	RIFAN	3573010009890009	MALANG	08/06/1986	TEMPE	JL. SAWAN 7/5	4	Orang	7500	Kg	Libar	120	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
94	MUKTALI	357301040820002	MALANG	04/08/1982	TEMPE	JL. SAWAN 8/9	1	Orang	3000	Kg	Libar	60	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
95	AGUS MARDIANTO	3573010606770002	MALANG	05/05/1977	TEMPE	JL. SAWAN 8/15	1	Orang	2400	Kg	Libar	60	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
96	ZHAQIYATUL MARDIAH	3573014405910001	MALANG	04/02/1991	TEMPE	JL. SAWAN 5/7	3	Orang	1800	Kg	Libar	90	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
97	SUMARIYANTO	3573010104720010	MALANG	01/04/1972	TEMPE	JL. SAWAN 14/60	1	Orang	1200	Kg	Libar	30	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
98	SUMAJI	3573012203700005	MALANG	22/03/1970	TEMPE	JL. SAWAN 7/0	4	Orang	9000	Kg	Libar	180	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
99	MUCH TOHA ABI	3573010006590006	MALANG	14/07/1967	TEMPE KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 14/15	7	Orang	1500	Kg	Libar	240	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
100	IBRAHIM GHORZALI	3573015107880008	MALANG	31/07/1983	TEMPE	JL. SAWAN 7/0-B	1	Orang	3000	Kg	Libar	60	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
101	IL FAZDIH	3573012102960002	MALANG	21/02/1986	TEMPE & KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 3/23	1	Orang	1500	Kg	Libar	30	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
102	HADIK SULAIMAN	35730107039810003	MALANG	07/03/1981	TEMPE	JL. SAWAN 2/182-A	1	Orang	805	Kg	Libar	30	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
103	RIFAN BUDI PURNAMA	3573011129650001	MALANG	11/12/1985	TEMPE	JL. SAWAN 3/103	2	Orang	2000	Kg	Libar	60	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
104	DICKY MULIAHINI	35730124191720003	MALANG	24/10/1972	TEMPE	JL. SAWAN 3/177	1	Orang	450	Kg	Libar	30	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
105	IBU WAHAGIYAH	3573016010950002	MALANG	20/10/1965	SAMBAL GORENG TEMPE	JL. SAWAN 3/47-E	2	Orang	450	Kg	Libar	15	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
106	ANSORI	3573012307640002	BLITAR	23/07/1984	TEMPE	JL. SAWAN 6/46	10	Orang	450	Kg	Libar	10	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
107	SUGITO	3573011311540001	MALANG	13/11/1954	KRPIK TEMPE	JL. SAWAN 3/4	3	Orang	4500	Kg	Libar	60	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
108	MULIONO	3573011007870007	MALANG	14/11/1954	TEMPE	JL. SAWAN 3/170	2	Orang	3000	Kg	Libar	65	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto
109	TUFAL MAM CHOIS	3573012803890002	MALANG	28/03/1985	TEMPE	JL. SAWAN 3/170	2	Orang	3000	Kg	Libar	65	Buah	RT 08 RW 15 Kdl. Purworeto

No	Nama Pengrajin	NIK	Tempat	Tgl Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah tonggak	Kecambah	Kebudayaan per Bulan	Mengikat gonggong	Ges LCP 3 kg	Keterangan
110	MUCHIWI	35730101015590007	PASURUAN	01/01/1985	TEMPE	JL. SANAN 3172	2	Orang	900 Kg	Liter	35	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
111	ACHMAD ZACHAR	35730120100300005	MALANG	20/01/1983	TEMPE	JL. SANAN 328	2	Orang	1800 Kg	Liter	60	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
112	SATARI	35730104069800003	MALANG	04/08/1988	TEMPE	JL. SANAN 31-	2	Orang	1050 Kg	Liter	30	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
113	MASUD FATIHROROZI	35730101015400052	MALANG	01/01/1984	TEMPE	JL. SANAN 315	3	Orang	3000 Kg	Liter	90	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
114	ALDIANUR	35730128047400003	MALANG	28/04/1974	TEMPE	JL. SANAN 328	4	Orang	10800 Kg	Liter	150	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
115	SENTOT BACHTIAR	3573013003780011	MALANG	30/03/1978	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 328-A	7	Orang	1300 Kg	Liter	156	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
116	MUCHI URWATUL WUSQO	3573011038200002	MALANG	11/03/1982	TEMPE	JL. SANAN 3170-C	3	Orang	3900 Kg	Liter	90	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
117	MOH CHANAN	35730110106500005	MALANG	10/01/1985	TEMPE	JL. SANAN 328	2	Orang	1500 Kg	Liter	30	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
118	HASAN WALUYO	35730119087100003	MALANG	18/08/1971	TEMPE	JL. SANAN 347	4	Orang	9000 Kg	Liter	6	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
119	IMAM HANAFI	35730129088000007	MALANG	28/09/1980	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 323-A	4	Orang	1000 Kg	Liter	30	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
120	ANIK P	3573015211670004	MALANG	12/11/1987	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 340-A	2	Orang	75 Kg	Liter	80	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
121	SUMADJI	35730128087500002	MALANG	28/08/1975	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 340	3	Orang	100 Kg	Liter	90	Buah RT 08 RW 15 Kel. Purworejo
122	YONO	357310708720001	MALANG	07/08/1972	TEMPE	JL. SANAN 65	3	Orang	2700 Kg	Liter	100	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
123	LEGINAH	35730169056200004	MALANG	28/05/1982	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 1373	2	Orang	3750 Kg	Liter	80	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
124	IRMAH	3573014512700002	MALANG	05/12/1970	TEMPE	JL. SANAN 65-A	2	Orang	2100 Kg	Liter	8	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
125	AMRULLAH FAQIH	35730128128000006	MALANG	28/12/1980	TEMPE	JL. SANAN 1798-B	4	Orang	3000 Kg	Liter	80	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
126	CHAMMI	35730124028500001	MALANG	24/02/1985	TEMPE	JL. SANAN 873-C	4	Orang	300 Kg	Liter	120	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
127	DASUKI	357301412870001	MALANG	14/12/1987	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 11/50	3	Orang	200 Kg	Liter	110	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
128	EKO PRASETYA	357301020870002	MALANG	02/08/1987	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 73	3	Orang	1500 Kg	Liter	80	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
129	YUSDARJANTO	35730108098500001	MALANG	08/08/1985	TEMPE&KRPIK TEMPE	JL. SANAN 17/84	1	Orang	750 Kg	Liter	30	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
130	ACHMAD ALI	357301504720007	MALANG	15/04/1972	TEMPE	JL. SEBUNU 23 /14-B	4	Orang	420 Kg	Liter	90	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
131	MOCH YUSUF YUDIANSYAH	35730124057600003	MALANG	24/05/1974	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 15 /47	2	Orang	450 Kg	Liter	45	Buah RT 10 RW 15 Kel. Purworejo
132	SLAMET JUNJADI	35730107047800007	MALANG	07/04/1978	TEMPE	JL. SANAN 12/188	2	Orang	1200 Kg	Liter	48	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
133	SAPUL ISLAM	35730108117800003	MALANG	08/11/1976	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 12/181	2	Orang	800 Kg	Liter	15	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
134	THOYIB BHATULLILA	3573012510870001	MALANG	24/10/1987	TEMPE	JL. SANAN 14-	2	Orang	2400 Kg	Liter	60	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
135	MUZAMIL	35730107046900008	MALANG	07/04/1989	TEMPE	JL. SANAN 12/169	1	Orang	43 Kg	Liter	30	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
136	WAHYU	35730114089700003	MALANG	14/09/1987	TEMPE	JL. SANAN 12/169	1	Orang	900 Kg	Liter	180	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
137	BAGUS PRASETYO ALI	35730131088800002	MALANG	31/08/1989	TEMPE	JL. SANAN 12/69-A	8	Orang	2400 Kg	Liter	8	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
138	HERU SUSANTO	35730114038800007	MALANG	14/03/1980	TEMPE	JL. SANAN 12/158	1	Orang	600 Kg	Liter	90	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
139	ANTON	35730125059100003	MALANG	25/05/1981	TEMPE	JL. SANAN 14-	2	Orang	2250 Kg	Liter	90	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
140	DELLA ARISANDI	35730104128800005	MALANG	04/12/1988	TEMPE	JL. SANAN 12/63	2	Orang	1050 Kg	Liter	15	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
141	NUR RAHMANN	3573011610167500002	MALANG	16/10/1972	TEMPE	JL. SANAN 12/175	1	Orang	285 Kg	Liter	2	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
142	HARTONO	35730114027700006	MALANG	14/02/1972	TEMPE	JL. SANAN 12/105	1	Orang	2000 Kg	Liter	60	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
143	DJONI FAULLAH	357301208600010	MALANG	12/08/1980	TEMPE	JL. SANAN 7/188-B	4	Orang	750 Kg	Liter	30	Buah RT 01 RW 16 Kel. Purworejo
144	SLAMET WYONO	35730112047300006	MALANG	12/04/1973	KRPIK TEMPE	JL. SANAN 12/20	1	Orang	1200 Kg	Liter	30	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purworejo
145	IMAM RIDWAN	35730116087700004	BOGOR	16/08/1977	TEMPE	JL. SANAN 12/188	1	Orang	1200 Kg	Liter	30	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purworejo
146	MUCHAMMAD IDRIS	35730122128900005	MALANG	01/12/1987	TEMPE	JL. SANAN 12/188	1	Orang	1200 Kg	Liter	30	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purworejo

No	Nama Peserta	NIK	Tempat	Tgl. Lahir	Jenis Usaha	Alamat	Jumlah tenaga kerja	Modal	Kebutuhan per bulan Monyak spacing	Keterangan
147	ISA ANSORI	357301240577008	MALANG	24/02/1977	TEMPPE	JL. SANAN 12/150	1 Orang	900 Kg	15 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
148	MUSLIMIN	3573011403840001	MALANG	14/03/1954	TEMPPE	JL. SANAN 12/152-A	1 Orang	300 Kg	15 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
149	MUSHONER	3573011209750002	DEMAK	12/09/1978	TEMPPE	JL. SANAN 12/33	1 Orang	1500 Kg	20 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
150	ROYAN FENDRYANTO	3573011802890001	MALANG	18/02/1986	TEMPPE	JL. SANAN 12/150	2 Orang	3000 Kg	45 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
151	HERMAN SUDOJO	3573012912530003	KLATEN	29/12/1953	TEMPPE	JL. SANAN 12/60	1 Orang	600 Kg	15 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
152	WIMIT PURNAWATI	3573015804750013	MALANG	18/04/1975	TEMPPE	JL. SANAN 12/80	1 Orang	300 Kg	10 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
153	TALFID ISMAIL	3573010304770003	MALANG	08/04/1977	TEMPPE	JL. SANAN 12/159	3 Orang	2700 Kg	60 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
154	SUDARSH	3573014503740005	PONOROGO	08/03/1974	KRIPIK TEMPPE	JL. SANAN 12/145-A	2 Orang	150 Kg	120 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
155	NUR KASANTO	3573012704750001	MALANG	27/04/1975	TEMPPE	JL. SANAN 12/145-B	2 Orang	600 Kg	30 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
156	MUTAKAMMILAH	3573016808510005	MALANG	28/08/1951	KRIPIK TEMPPE	JL. SANAN 12/150	3 Orang	900 Kg	20 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
157	AMJUN ZAIRYAH	3573014308990007	MALANG	03/09/1969	TEMPPE&KRIPIK TEMPPE	JL. SANAN 12/150	1 Orang	300 Kg	10 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
158	ACHMAD MUZALI	3573011408930003	MALANG	14/08/1983	TEMPPE	JL. SANAN 12/150	1 Orang	120 Kg	2 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
159	YUCHIB	3573012804660013	MALANG	28/04/1985	TEMPPE	JL. SANAN 12/150	2 Orang	600 Kg	30 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
160	MUHAMMAD SONI	3573012003820011	SEMARANG	20/03/1982	TEMPPE	JL. SANAN 12/150	1 Orang	800 Kg	30 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
161	DEDIK SULISTYONO	3507000029990001	MALANG	08/02/1986	TEMPPE	JL. SANAN 12/147	3 Orang	900 Kg	15 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
162	PURWANINGSIH	3573019511980005	MALANG	15/11/1988	KRIPIK TEMPPE	JL. SANAN 12/158	2 Orang	650 Kg	156 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
163	SUHANTORO	3573010604700004	MALANG	05/04/1970	TEMPPE	JL. SANAN 12/145	5 Orang	12000 Kg	300 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
164	MUZAMMIL	3573010809750004	PALEMBANG	08/08/1977	TEMPPE	JL. SANAN 12/145	1 Orang	600 Kg	30 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
165	MUNAWAROH	3276054809890012	MALANG	08/08/1968	KRIPIK TEMPPE	JL. SANAN 12/159	3 Orang	120 Kg	48 Liter	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
166	BASUJI	3573011605780010	MALANG	18/03/1978	TEMPPE	JL. SANAN 12/152-A	1 Orang	450 Kg	30 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
167	A. SODIK	3573010802650002	MALANG	08/03/1965	TEMPPE	JL. SANAN 12/158-B	1 Orang	300 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
168	SYAFIL ANWAR	3573011511670003	MALANG	15/11/1967	TEMPPE	JL. SANAN 12/158-A	3 Orang	150 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
169	SUTIMAH	3573015802650001	MALANG	19/02/1959	KRIPIK TEMPPE	JL. SANAN 12/158	3 Orang	300 Kg	10 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
170	B. YULIANTO	3573012407740006	MALANG	24/07/1974	TEMPPE	JL. SANAN 12/150	1 Orang	450 Kg	30 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
171	SUNARTO	3573011001650002	MALANG	10/01/1965	TEMPPE	JL. SANAN 12/145	1 Orang	200 Kg	90 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
172	MOCH. RIZAL ABRIN	3573012304940004	MALANG	12/04/1984	TEMPPE	JL. SANAN 12/145	1 Orang	3000 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
173	YUDHA NALUFAR	3573015403020005	MALANG	14/03/2002	TEMPPE	JL. SANAN 12/132	2 Orang	3000 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
174	PRIBAWASTYARI	3573011705890004	MALANG	17/05/1983	TEMPPE	JL. SANAN 12/145	1 Orang	3000 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
175	HASRAN ANSORI	3573010802650004	GRESIK	04/05/1965	TEMPPE	JL. SANAN 12/148-B	1 Orang	3000 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
176	RISSANTO	3573011607180008	MALANG	16/07/1969	KRIPIK TEMPPE	JL. SANAN 12/21	3 Orang	375 Kg	75 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
177	WAWAN GIYAMAN	3573011007850001	MALANG	10/07/1985	TEMPPE	JL. SANAN 12/15	2 Orang	2400 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
178	SUBANDI	3573011007850001	MALANG	12/03/1960	TEMPPE	JL. SANAN 12/15	1 Orang	1500 Kg	40 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
179	MUCHAMMAD MASHURI	3573010801650002	MALANG	08/09/1968	TEMPPE	JL. SANAN 12/21-H	1 Orang	300 Kg	10 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
180	PTONO	3573010505630002	MALANG	05/05/1963	TEMPPE	JL. SANAN 12/17-B	2 Orang	1140 Kg	30 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
181	CHAMBAJI	3573010804770002	MALANG	08/11/1900	TEMPPE	JL. SANAN 10/105	2 Orang	2700 Kg	60 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora
182	WAHIDI	3573012812830003	MALANG	28/12/1983	TEMPPE	JL. SANAN 12/18	2 Orang	3000 Kg	80 Buah	Buah RT 02 RW 16 Kel. Purnawarora

No	Nama Pengirim	NIK	Tempat	Tgl Lahir	Jenis Usaha	Nama	Jumlah tenaga kerja	Modul	Kebutuhan per bulan	Kategori
									Minyak goreng	Gas LPG 3 kg
332	SYAMSUL ANFIN	357201317252007	MAJANG	31/12/1962	TEMPE	JL. BAKSIT 35	2 Orang	2400 Kg	Liter	60
333	AGUS SALLAM	3572010109840006	MAJANG	01/08/1964	TEMPE	JL. PINGPAPAT 7-C	2 Orang	1500 Kg	Liter	60
334	MACHALD	3572010512840005	MAJANG	05/12/1964	TEMPE	JL. BAUSIT 33	2 Orang	1500 Kg	Liter	60
335	UDIN MARGANTO	3572050211730005	MAJANG	02/11/1979	TEMPE	JL. KENDALSAHRI I / 67-B	2 Orang	3000 Kg	Liter	60
336	ROMLI TOMPI	3572010811780005	MAJANG	08/11/1978	TEMPE	JL. WERKUDORO 2 / 81-4	3 Orang	1500 Kg	Liter	60
337	YAI HANODOKO	3572010209810003	MAJANG	02/08/1981	TEMPE	JL. POLOWALEN I / 303-D	1 Orang	2100 Kg	Liter	40
338	SURSO	357205070980002	MAJANG	27/03/1968	TEMPE	JL. SHIP CANDISEMU 177	4 Orang	2250 Kg	Liter	90
339	MUHAMMAD YUSUF	3572010101480005	MAJANG	01/01/1948	TEMPE	JL. CAWALANG 307	1 Orang	1500 Kg	Liter	30
340	JUMANTO	3572010405690007	MAJANG	04/05/1965	TEMPE	JL. TELUK BAYUR 18	2 Orang	2000 Kg	Liter	84
341	SUNYOTO	3572051010700005	MAJANG	10/10/1970	TEMPE	JL. KH. YUSUF	2 Orang	2400 Kg	Liter	70
342	AGUS KURNIAWAN	3572010509810008	MAJANG	05/08/1981	TEMPE	JL. KOL. SUDONO 319	2 Orang	5000 Kg	Liter	150
343	LENI SUSANA	357206482720002	BALURPAPAN	08/02/1972	TEMPE	JL. T. BOROBUJUR I / C7	1 Orang	1500 Kg	Liter	150
344	SULKAN	3572010101400004	MAJANG	01/01/1940	TEMPE	JL. LA. SUICITO 1728	1 Orang	600 Kg	Liter	3
345	SUPARDI	3572010910480001	MAJANG	08/10/1946	TEMPE	SIP SULFAT UTARA 58	1 Orang	1500 Kg	Liter	12
346	SUKUNO	3572010301670003	MAJANG	03/01/1967	TEMPE	JL. WARINDI 08	1 Orang	1050 Kg	Liter	50
347	PARALI	3572010908280004	MAJANG	08/08/1982	TEMPE	SIP SULFAT UTARA 84	2 Orang	2100 Kg	Liter	20
348	SUGITO	3572022020980005	MAJANG	22/02/1966	TEMPE	MAYOPURO 6L	1 Orang	1500 Kg	Liter	12
349	KIMAN	3572011509890006	BANGKALAN	15/08/1959	TEMPE	JL. LA. SUICITO 15-	1 Orang	600 Kg	Liter	3
350	ACHMAD MUFID	3572031098960005	MAJANG	15/08/1980	TEMPE	JL. GRERIK 36-4	1 Orang	750 Kg	Liter	40
351	AGUS PRATYNO	3572031708780014	MAJANG	17/08/1976	TEMPE	JL. SAMPUKUN 65	1 Orang	7500 Kg	Liter	115
352	LUNYAN MULHAKIM	357203210710004	MAJANG	21/07/1971	TEMPE	JL. SANTOSO BURING	2 Orang	3000 Kg	Liter	90
353	WINDORO	357203010770413	MAJANG	01/07/1977	TEMPE	JL. SUMET 20	2 Orang	3000 Kg	Liter	90
354	ABDUL LATIFUL AMIN	3567181510980001	MAJANG	15/10/1980	TEMPE	JL. SAMPUKUN 121	2 Orang	3000 Kg	Liter	90
355	MAT MUHARI	3572031809850007	MAJANG	18/09/1985	TEMPE	JL. SUMET -	4 Orang	7500 Kg	Liter	115

TOTAL KEBUTUHAN BAHAN BAKU PENGIRAJIN

Total Kebutuhan Bahan Baku/Bulan :		
1. Kedelai	637.880	Kg
2. Minyak Goreng	51.328	Liter
3. Gas Elpij (3kg)	21.814	Buah


Maling, 24 Maret 2022
 Pengurus Pagiuyuban "SAMAN"
 MOCH. ARIEF SOFYAN HADI
 Ketua

Lampiran 8: Dokumentasi dengan Ibu Yurista




Lampiran 9: Galeri Produk Usaha Merek Tietha Homemade


Galeri Produk




TEMPE KARAKTER



COOKIES TEMPE KEJU



COOKIES TEMPE COKLAT




02

The image shows a product gallery for 'Tietha Homemade'. At the top, a dark banner contains the title 'Galeri Produk' in white. Below this, three photographs showcase different products. The first photo, 'TEMPE KARAKTER', shows white tempeh pieces on a green leaf. The second, 'COOKIES TEMPE KEJU', shows golden-brown cookies on a white plate next to a jar labeled 'Cookies Tempe'. The third, 'COOKIES TEMPE COKLAT', shows cookies with dark chocolate chips on a wooden plate, with a jar of 'Cookies Tempe' and chocolate chips nearby. To the left of the third photo is a vertical color calibration chart with four circles in shades of brown and tan. In the bottom right corner, the number '02' is printed in a large, bold, yellow font.



Tempe Pelangi

Tempe dengan warna Menarik



Tempe Pelangi di Olah dengan bahan bahan alami yaitu Bunga Telang, Kunyit, Dan Daun Kelorsehinga menimbulkan Warna warna unik dan tentunya sangat menyehatkan bagi tubuh bila kita sering mengkonsumsinya Aman untuk segala jenis usia

03



Lampiran 10: Dokumentasi dengan Ibu Anjarwati





Lampiran 11: Dokumentasi sisa kulit ari tempe kedelai



Lampiran 12: Dokumentasi pada tempe kedelai



Lampiran 13: Dokumentasi dengan Ibu Hj. Laili Afrida



Lampiran 14: Dokumentasi dengan Ibu Rumini



Lampiran 15: Dokumentasi dengan Ibu Trinil



Lampiran 16: Dokumentasi dengan Ibu Uun



Lampiran 17: Dokumentasi Bersama Bapak Arif Hadi Sofyan Selaku Kepala Paguyuban Sentra Industri Tempe Sanan Kota Malang dan Team



Lampiran 18: Piagam Penghargaan Kampung Sanan Tempe Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Kota Malang



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Muliya Safitri
NIM : 200202110123
Tempat/Tanggal Lahir : Petala Bumi, 17 November 2001
Alamat Rumah : RT. 021 RW.006/1 Desa. Bukit Lipai, Kec.
Batang Cenaku, Kab./1Indragiri Hulu, Riau.
Nama Ayah : Bambang
Nama Ibu : Nurhayati
Alamat Email : awetstar0810@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SDN 009 Bukit Lipai : 2008-2014
SMP-IT Tebuireng 4 Al-Ishlah : 2014-2017
SMAN 1 Batang Cenaku : 2017-2020