

PENINGKATAN PEREKONOMIAN DESA MELALUI PENDAFTARAN MEREK UMKM

Taupiqqurrahman^{1*}, Rianda Dirkareshza², Rosalia Dika Agustanti³, Ahmad Yani⁴

^{1,2,3}Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

⁴Fakultas Hukum, Universitas Bhayangkara Jakarta, Indonesia

taupiqqurrahman@upnvj.ac.id¹, riandadirkareshza@upnvj.ac.id², rosaliadika@upnvj.ac.id³,
ahmad.yani.dsn@udharajaya.ac.id⁴

ABSTRAK

Abstrak: UMKM Rolisa Food merupakan salah satu UMKM di desa Jatisura Kabupaten Indramayu. UMKM tersebut memiliki enam produk dalam bentuk kemasan. Keenam produk meliputi Kerupuk Mangga, Kopi Biji Mangga, Manisan Mangga, Jus Mangga, Kacang Daun Jeruk dan Krupuk Kulit Sapi. Namun permasalahannya bahwa UMKM Rolisa Food belum adanya perlindungan hukum atas merek terhadap nama UMKM dan produk tersebut. Karena tanpa adanya merek akan menyebabkan masyarakat sulit menjelaskan kepada orang lain tentang produk yang akan dikonsumsi. Mitra dari kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Rolisa Food dan UMKM yang berada di desa Jatisura Kabupaten Indramayu. Tujuan dari kegiatan ini yaitu memberikan pengetahuan tentang pentingnya perlindungan hukum produk UMKM melalui pendaftaran merek. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu pelatihan terhadap mitra kegiatan mengenai pelatihan pemahaman terkait pendaftaran merek UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa dari 18 peserta yang mengikuti, sebelumnya dilakukan pretest terlebih dahulu mengukur sejauh mana mereka memahami Hak Merek. Hasil pre test tersebut ada di angka 27,7% dan setelah kegiatan selesai dilakukan melalui posttest dengan mengisi kuesioner menggunakan media google form dengan hasil posttest dengan hasil di angka 83,3%, terdapat selisih 55,6%, yang menjelaskan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan setelah diberikannya edukasi oleh tim pengabdian.

Kata Kunci: Perekonomian Desa; Pendaftaran Merek; Desa Jatisura.

Abstract: UMKM Rolisa Food is one of the micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in the Jatisura village of Indramayu Regency. This MSME offers six products in various packaging forms. These six products include Mango Crackers, Mango Coffee Beans, Mango Preserves, Mango Juice, Orange Leaf Nuts, and Beef Skin Crackers. However, the issue lies in the fact that UMKM Rolisa Food lacks legal protection for its brand name and products. Without a brand, it becomes challenging for the community to explain to others the products they intend to consume. The partners in this community service initiative are UMKM Rolisa Food and other MSMEs located in Jatisura village, Indramayu Regency. The objective of this activity is to provide knowledge about the importance of legal protection for MSME products through trademark registration. The method used in this activity is training for the partners regarding understanding the process of trademark registration for MSMEs. The results of the activity indicate that out of 18 participants, a pre-test was conducted initially to measure their understanding of Trademark Rights. The pre-test results were at 27.7%. After the activity was completed, a post-test was conducted using a questionnaire through Google Forms, resulting in a post-test score of 83.3%. This shows an increase of 55.6% in knowledge, indicating that there was an improvement in understanding after receiving education from the service team.

Keywords: Village Economy; Brand Registration; Jatisura Village.



Article History:

Received : 20-07-2023

Revised : 09-09-2023

Accepted : 14-09-2023

Online : 01-10-2023



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Pembangunan nasional yang mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa diselenggarakan bersama oleh masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menjadi pelaku utama pembangunan, dan pemerintah berkewajiban mengarahkan, membimbing, melindungi, serta menumbuhkan suasana dan iklim yang menunjang (Susanti et al., 2021). Pelaksanaan pembangunan mewujudkan aspek kehidupan bangsa, yaitu aspek politik, ekonomi, sosial budaya, dan pertahanan keamanan secara berencana, menyeluruh, nasional dalam rangka mewujudkan kehidupan yang sejajar dan sederajat dengan bangsa lain yang lebih maju. Oleh karena itu, aspek ekonomi merupakan bagian dari pembangunan nasional (Daris, 2019).

Usaha Mikro Kecil menengah merupakan bagian dari pembangunan nasional dalam aspek ekonomi. Meskipun UMKM dalam beberapa tahun terakhir telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala Utama & Sartika (2017), baik yang bersifat internal maupun eksternal, dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha serta termasuk legalitas dari UMKM tersebut. Sehingga dalam pemberdayaan UMKM perlu keterlibatan berbagai pihak. keterlibatan berbagai pihak tentunya sangat dinantikan oleh pelaku UMKM dalam mengatasi permasalahan yang ada (Gunawan, 2022).

Ada banyak permasalahan yang ada pada UMKM. Baik dalam segi perizinan, pendaftaran hak kekayaan intelektual, tidak adanya website UMKM, masih minimnya teknik pemasaran. Permasalahan tersebut bukan terjadi di kota saja, namun juga UMKM yang ada di diperdesaan. Termasuk di desa Jatisura Indramayu. Dalam Paparan yang disampaikan oleh kepala desa, bahwa Desa memiliki potensi-potensi UMKM, namun dalam aspek pemasaran masih perlu ditingkatkan, sehingga pemasaran yang dilakukan bukan hanya di wilayah Cirebon dan Indramayu saja, melainkan berbagai kota yang ada di Indonesia (Taupiqqurrahman et al., 2022). Desa Jatisura memili UMKM Rolisa Food. UKM tersebut memiliki 6 produk yang di pasarkan. Keenam produk meliputi Kerupuk Mangga, Kopi Biji Mangga, Manisan Mangga, Jus Mangga, Kacang Daun Jeruk Dan Krupuk Kulit Sapi.

Produk yang bukan hanya menjadi kebanggan desa jatisura saja, melainkan kebanggan Kabupaten Indramayu tersebut belum mempunyai Hak Merek. Hak merek merupakan hak istimewa yang diberikan kepada setiap pemegang HKI (Taupiqqurrahman, 2021). HKI berfungsi untuk melindungi kekayaan intelektual suatu individu dengan menggunakan instrumen hukum yang ada, yakni seperti Hak Cipta, Hak Paten, Merek, Indikasi Geografis, Rahasia Dagang (Atsar, 2018). HKI memberikan penghargaan terhadap hasil karya yang diciptakannya dengan harapan individu tersebut, dapat terus mengembangkan karya yang telah dibuatnya sehingga dengan adanya HKI kepentingan suatu masyarakat dapat ditentukan melalui mekanisme pasar.

HKI bukan hanya hak merek, tapi ada juga hak cipta, yaitu hak khusus bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi izin untuk itu dalam bidang pengetahuan, kesenian, dan kesastraan dengan pembatasan-pembatasan tertentu (Anjani, 2015). Penggandaan karya cipta tertentu untuk kepentingan pendidikan juga dianggap bukan pelanggaran oleh UUHC (Prandika, 2015). Pentingnya hak cipta dengan bentuk ekspresi dan tidak dengan ide-ide yang mendasarinya (Dewi & Mirah, 2017) untuk UMKM hak kekayaan yang dilakukan dalam bentuk HAK Merek.

Setiap produk UMKM, baik barang maupun jasa memiliki kekayaan materiil dan immaterial (Indrawati & Setiawan, 2020). Kekayaan Immaterial sebagai suatu tanda, merek digunakan agar konsumen dengan mudah mengenali produk, karena tanpa adanya merek akan menyebabkan masyarakat sulit menjelaskan kepada orang lain tentang produk yang akan dikonsumsinya (Verawati, 2022). Alasan inilah yang membuat merek perlu mendapat perlindungan hukum supaya dapat memberikan kepastian hukum bagi masyarakat (Indrawati, 2019). Apabila dilihat dari website dirjen HKI Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui pangkalan data kekayaan intelektual melalui website <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/> belum adanya merek dari UMKM Rosaliia Food dan Merek terhadap produk UMKM tersebut UMKM Rollisa Food

Untuk itu memberikan pengetahuan tentang pentingnya perlindungan hukum produk UMKM melalui pendaftaran merek (Indrawati & Setiawan, 2020). Merek di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Beberapa ketentuan tentang Merek terdapat perubahan melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Perubahan yang dilakukan tidak lain, bagaimana proses pendaftaran merek di Indonesia tidak memakan waktu yang lama, sehingga Investasi dan pertumbuhan ekonomi selalu meningkat. Tujuan dari kegiatan ini yaitu memberikan pengetahuan tentang pentingnya perlindungan hukum produk UMKM melalui pendaftaran merek. Berangkat dari belum adanya UMKM di desa Jatisura tersebut, sehingga perlu dilakukan peningkatan pelatihan pendaftaran UMKM pada pelaku UMKM di Desa Jatisura Kabupaten Indramayu.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan ini yaitu UMKM yang berada di Desa Jatisura Kabupaten Indramayu yang berjumlah 18 UMKM. Peserta kegiatan ini berjumlah 18 peserta yang merupakan UMKM yang berada di Desa Jatisura Kabupaten Indramayu, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Tahapan Kegiatan

No.	Tahap Kegiatan	Kegiatan Yang Dilakukan
1.	Pra Kegiatan	Survei Kebutuhan Desa Mitra dan Penentuan Prioritas Masalah
2.	Pelaksanaan Kegiatan	Tim Melaksanakan Pelatihan Pendaftaran Merek kepada Mitra
3.	Monitoring dan Evaluasi	Melakukan Monitoring terhadap Mitra serta Evaluasi Kegiatan

Metode pelaksanaan dari kegiatan ini berupa pelatihan. Sebelum dilakukan Pelatihan (Winanti & Agustanti, 2020). Dilakukan: *Pertama* Survei Kebutuhan Desa Mitra, dimana tim pengabdian akan melakukan survei terhadap kebutuhan desa khususnya UMKM yang ada di desa Jatisura Kabupaten Indramayu. *Kedua* Penentuan Prioritas Masalah, tim melakukan identifikasi dan prioritas masalah, dengan melakukan wawancara terkait masalah yang dialami UMKM dalam rangka memperkuat data yang disampaikan oleh pemerintahan desa tersebut. Tim pengabdian melakukan inventaris data terkait dengan UMKM di desa Jatisura, apakah sudah ada yang melakukan pendaftaran merek atau belum. Kegiatan tersebut dilakukan dengan penyampaian materi oleh narasumber tentang pentingnya pendaftaran merek serta dialog antara peserta dengan narasumber. Narasumber memberikan 2 contoh merek-merek yang sudah terdaftar di Indonesia. Kegiatan Abdimas ini kegiatan kolaborasi antara Dosen Fakultas Hukum UPN Veteran Jakarta, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas UPN Veteran Jakarta dengan melibatkan mahasiswa fakultas hukum UPN Veteran Jakarta. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 18 orang yang terdiri dari perwakilan pemerintahan desa dan pelaku UMKM di Desa Jatisura.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persiapan Kegiatan Pengabdian Pelatihan Peningkatan Pemahaman Tentang Pendaftaran Merek

Persiapan kegiatan atau pra kegiatan tim melakukan Survei Kebutuhan Desa Mitra, dimana tim pengabdian melakukan survei terhadap kebutuhan desa khususnya UMKM yang ada di desa Jatisura Kabupaten Indramayu. Kemudian melakukan Penentuan Prioritas Masalah, tim melakukan identifikasi dan prioritas masalah, dengan melakukan wawancara terkait masalah yang dialami UMKM dalam rangka memperkuat data yang disampaikan oleh pemerintahan desa tersebut. Tim pengabdian melakukan inventaris data terkait dengan UMKM di desa Jatisura, apakah sudah ada yang melakukan pendaftaran merek atau belum.

2. Pelatihan Peningkatan Pemahaman Tentang Pendaftaran Merek

Pengaruh globalisasi di segala bidang kehidupan masyarakat, baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya semakin mendorong laju perkembangan perekonomian masyarakat (Agustanti et al., 2021). Di samping itu, dengan semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan sarana transportasi, telah menjadikan kegiatan di sektor perdagangan baik barang maupun jasa mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Kecenderungan akan meningkatnya arus perdagangan barang dan jasa tersebut akan terus berlangsung secara terus menerus sejalan dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang semakin meningkat. Dengan memperhatikan kenyataan dan kecenderungan seperti itu, menjadi hal yang dapat dipahami jika ada tuntutan kebutuhan suatu pengaturan yang lebih memadai dalam rangka terciptanya suatu kepastian dan perlindungan hukum yang kuat. Apalagi beberapa negara semakin mengandalkan kegiatan ekonomi dan perdagangannya pada produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan intelektualitas manusia.

Dalam praktik perdagangan di Indonesia dewasa ini, dari pedagang kaki lima hingga swalayan dapat dijumpai berbagai macam produk barang yang menggunakan merek terkenal. Di dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan Merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, berkeadilan, perlindungan konsumen, serta perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan industri dalam negeri.

Jika ditinjau dari peran dan potensinya yang sangat besar UMKM diharapkan berkembang semaksimal mungkin sebagai suatu usaha peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan perekonomian. UMKM memiliki peran yang sangat penting (Santoso & Siyamto, 2016). Pemberdayaan UMKM perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan

Pengabdian tidak cukup dilakukan hanya satu kali dalam satu tahun, namun perlu dilakukan pada tahun-tahun berikutnya (Dirkareshza et al., 2022). Sehingga konsep pemberdayaan bisa terlaksana. Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. UMKM ada bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi

yang berkeadilan. Salah satu bentuk pemberdayaan yang dilakukan adalah dengan adanya Hak Merek terhadap UMKM.

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.

Merek sebagai salah satu wujud dari karya intelektual, memiliki peran yang penting dalam melancarkan dan meningkatkan perdagangan barang atau jasa di Indonesia. Juga dalam rangka pelaksanaan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya. Terdapat dua jenis Merek yaitu Merek Dagang dan Merek Jasa.

Untuk mendapatkan hak atas Merek tentu diperlukan proses permohonan pendaftaran. Permohonan pendaftaran Merek diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia. Untuk menjadikan suatu merek menjadi terkenal yang mampu mewujudkan jaminan kualitas atau reputasi suatu produk tertentu tidak mudah dan memerlukan waktu yang cukup lama. Dikenal 2 (dua) macam sistem pendaftaran merek, yaitu sistem konstitutif dan sistem deklaratif (Murjiyanto, 2016). Sistem konstitutif, hak merek diperoleh melalui pendaftaran, artinya hak eksklusif atas sesuatu merek diberikan karena adanya pendaftaran. Sistem konstitutif, pendaftaran merek merupakan hal yang mutlak dilakukan. Merek yang tidak didaftar otomatis tidak akan mendapatkan perlindungan hukum.

Di Indonesia, hak atas merek didasarkan atas pemakaian pertama dari merek tersebut. Bagi mereka yang mendaftarkan mereknya dianggap oleh undang-undang sebagai pemakai merek pertama dari merek tersebut kecuali kalau dapat dibuktikan lain dan dianggap sebagai yang berhak atas merek yang bersangkutan. Pendaftaran merek bertujuan untuk memperoleh kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap hak atas merek (Arifin & Iqbal, 2020).

Di samping itu pula, keikutsertaan Indonesia meratifikasi Konvensi tentang Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization*) yang mencakup pula persetujuan tentang Aspek-aspek Dagang dari Hak Kekayaan Intelektual/HKI (*Trade Related Aspect of Intellectual Property Rights/TRIPs*) sebagaimana telah disahkan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), telah menuntut Indonesia untuk mematuhi dan melaksanakan isi dari perjanjian internasional tersebut.

World Trade Organization (WTO) adalah kerangka sebagai kesepakatan internasional dan dijadikan sebagai acuan dalam setiap tindakan para pelaku bisnis dan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan

perlindungan HaKI dan penanaman modal asing disamping hal-hal yang berkaitan dengan transaksi perdagangan internasional (Faradz, 2008).

Merek juga merupakan suatu alat yang digunakan untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Dengan maksud untuk menunjukkan ciri dan asal usulnya (*Indication of Origin*) suatu barang atau jasa yang sekaligus menjadi pembeda bagi barang-barang dan jasa-jasa yang lain. Selain dari itu pemberian merek dapat menunjukkan kualitas dari barang dan jasa. Tetapi dalam prakteknya ataupun dalam kenyataannya tidak jarang terjadi perbuatan melawan hukum yang dilakukan terhadap hak merek barang terdaftar sehingga bentuk usaha persaingan yang tidak jujur, pemalsuan atau pemakaian merek tanpa hak terhadap merek-merek tertentu (Gultom, 2018), seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Paparan Materi Tentang Peningkatan Perekonomian Desa Melalui Pendaftaran Merek dan Pembuatan Akun Penjualan Marketplace

Gambar di atas menunjukkan bahwa Narasumber memberikan materi dengan tema “Peningkatan Perekonomian Desa Melalui Pendaftaran Merek Dan Pembuatan Akun Penjualan Marketplace Pada UMKM Rolisa Food”. Beberapa hal disampaikan yakni peningkatan pemahaman tentang Merek dan fungsi dari pendaftaran Merek, kemudian juga dalam paparannya Narasumber menyampaikan tentang jangka waktu perlindungan Merek dan tidak kalah pentingnya adalah perbedaan antara merek dengan Hak Paten, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tanya Jawab Narasumber dengan Peserta

Gambar di atas menunjukkan sesi tanya jawab setelah Narasumber memberikan materi, beberapa hal yang disampaikan tentu menjadi daya tarik tersendiri sehingga muncul beberapa pertanyaan dari peserta kegiatan diantaranya adalah (1) Berapa lama masa berlaku suatu Merek? Jawaban dari Narasumber adalah Merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak Tanggal Penerimaan. Jangka waktu perlindungan yang diberikan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama dengan mengajukan permohonan perpanjangan yang dapat diajukan baik secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia oleh pemilik Merek atau Kuasanya dalam jangka waktu 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan bagi Merek terdaftar; (2) Apakah Merek itu sama dengan Hak Paten? Jawaban dari Narasumber, adalah Merek dan Hak Paten itu berbeda, karena merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis, bisa dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dan lain sebagainya. Mungkin Bapak/Ibu pernah melihat merek-merek ternama di daerah Bapak/Ibu tinggal, contohnya seperti Indomaret, Alparamart semua merek tersebut terdaftar di Direktorat Hak Kekayaan Intelektual. Sedangkan Hak Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi untuk jangka waktu tertentu melaksanakan sendiri invensi tersebut atau memberikan persetujuan kepada pihak lain untuk melaksanakannya; dan (3) Apakah kalau merek kita sudah terdaftar maka pajak kita akan meningkat? Jawaban Narasumber adalah bahwa Merek dan pajak merupakan dua hal yang berbeda. Merek tidak ada hubungan dengan pajak. Namun apabila mau mendaftarkan merek, maka seorang tersebut wajib membayar Penerimaan Negara Bukan Pajak.

Kegiatan pelatihan diikuti oleh 18 (delapan belas) peserta dimana tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman dan menjelaskan tentang merek. Salah satu perkembangan di bidang Merek adalah munculnya perlindungan terhadap tipe Merek baru atau yang disebut sebagai Merek non-tradisional. Dalam Undang-Undang Merek, lingkup Merek yang dilindungi meliputi pula Merek suara, Merek tiga dimensi, Merek hologram, yang termasuk dalam kategori Merek non-tradisional tersebut

Untuk membangun sebuah reputasi merek memerlukan biaya yang tidak sedikit dan waktu yang cukup lama serta hal lain yang juga tidak kalah penting bahwa reputasi yang baik akan menimbulkan kepercayaan dari konsumen. Perusahaan-perusahaan cenderung berupaya untuk mencegah orang/perusahaan lain untuk menggunakan merek tersebut dalam produk-produknya.

Adanya iklim perekonomian khususnya perdagangan yang berkembang dengan pesat dan diikuti dengan teknologi dan komunikasi yang semakin maju dan mendominasi membuat setiap orang khususnya yang terkadang tidak lagi mengindahkan nilai etis dan norma hukum yang ada pada praktek perdagangan. Di dalam dunia usaha banyak terjadi pemakaian merek tanpa

hak terutama merek yang terkenal dengan tujuan hanya untuk menarik keuntungan semata-mata yang dilakukan secara sengaja oleh pihak yang bertanggung jawab (Gultom, 2018). Adapun perbuatan-perbuatan yang dilarang yang termasuk dalam ruang lingkup tindak pidana merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek), seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Dasar Hukum dan Tindak Pidana

No	Dasar Hukum	Tindak Pidana
1	Pasal 100 ayat (1) UU Merek	Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2	Pasal 100 ayat (2) UU Merek	Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
3	Pasal 100 ayat (3) UU Merek	Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), yang jenis barangnya mengakibatkan gangguan kesehatan, gangguan lingkungan hidup, dan/atau kematian manusia, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
4	Pasal 102 UU Merek	Setiap Orang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dan/atau produk yang diketahui atau patut diduga mengetahui bahwa barang dan/atau jasa dan/atau produk tersebut merupakan hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 100 dan Pasal 101 dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (*exclusive*). Hak khusus tersebut bersifat monopoli artinya hak itu hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa adanya izin dari pemilik merek, orang lain tidak boleh mempergunakan hak khusus. Jika ada pihak lain yang mempergunakan hak khusus tadi dengan tanpa adanya izin dari pemilik hak merek, maka telah terjadi pelanggaran yang dapat dikenai sanksi tertentu (Putra, 2014).

Perlindungan hukum HaKI merupakan suatu sistem hukum yang terdiri dari unsur-unsur (1) Subjek Perlindungan; (2) Objek Perlindungan; (3) Pendaftaran Perlindungan; (4) Jangka Waktu Perlindungan; dan (5) Tindakan Hukum Perlindungan (Firmansyah, 2013). Tujuan dari pendaftaran merek adalah memberikan perlindungan untuk pendaftaran merek tersebut yang oleh undang-undang dianggap sebagai pemakai pertama terhadap pemakaian tidak sah oleh pihak-pihak lain. Yang penting untuk diperhatikan dalam pendaftaran merek adalah tidak terdapat kewajiban bagi seseorang untuk mendaftarkan merek yang ia miliki, akan tetapi jika ingin mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan hukum merek, maka harus terdaftar terlebih dahulu (Firmansyah, 2013).

Adanya perlindungan tersebut menunjukkan bahwa negara berkewajiban dalam menegakkan hukum merek. Oleh karena itu apabila ada pelanggaran terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan yang berwenang. Dengan perlindungan tersebut maka akan terwujud keadilan yang menjadi tujuan dari hukum. Salah satu tujuan hukum adalah mewujudkan keadilan masyarakat. Dengan perlindungan hukum maka pemilik merek yang sah terlindungi hak-haknya (Prameswari, 2021), seperti terlihat pada Gambar 3.

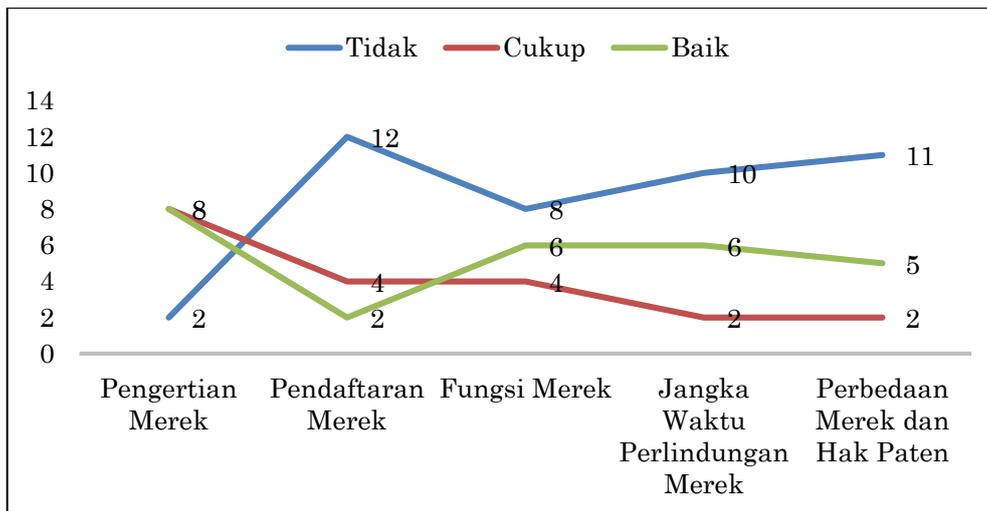


Gambar 3. Narasumber mengajak para pelaku UMKM untuk membuat Merek

Gambar di atas adalah waktu dimana Narasumber telah selesai memberikan materi dan mengajak diskusi dua arah tentang Merek, terutama bagi para pelaku UMKM yang belum memiliki Merek atas jenis usahanya. Diskusi dilakukan dengan tujuan selanjutnya adalah untuk mendampingi pendaftaran Merek bagi para pelaku UMKM untuk mendapatkan kepastian hukum dan terhindar dari adanya tindak pidana terhadap hak Merek.

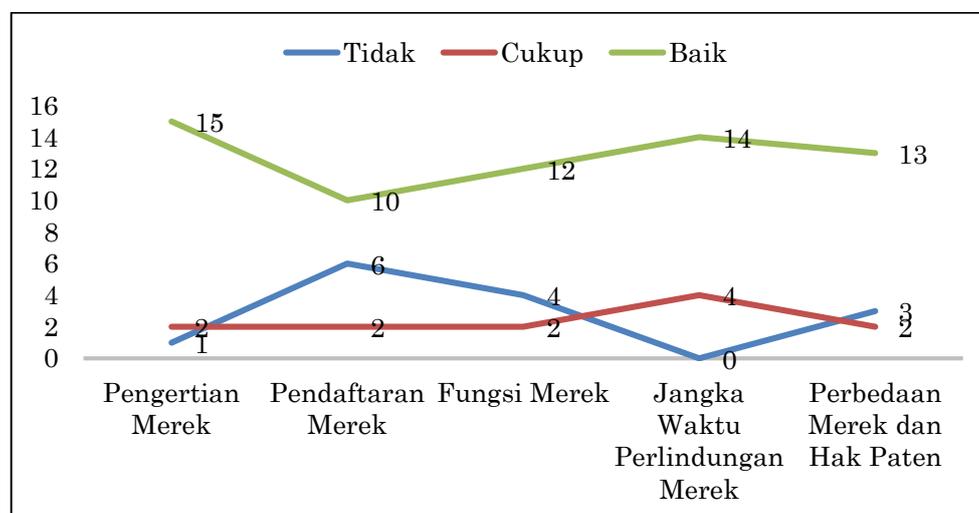
3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi yang dilaksanakan dalam bentuk wawancara kepada seluruh peserta dengan hasil seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Monitoring dan Evaluasi Sebelum Kegiatan Berlangsung

Setelah melihat chart di atas, tentu masih banyak peserta yang tidak paham tentang segala hal yang berhubungan dengan Merek. Saat mengolah data wawancara, dan hasil yang didapatkan seperti chart di atas, disini tim Penyuluhan menilai pentingnya kegiatan Penyuluhan bagi warga masyarakat khususnya terkait Merek. Bisa dilihat bahwa tingkat pemahaman peserta Penyuluhan pada saat sebelum kegiatan berlangsung dan pasca kegiatan seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Monitoring dan Evaluasi Setelah Kegiatan Berlangsung

Gambar di atas menunjukkan bahwa hasil monitoring dan evaluasi tentang Pengertian Merek sebelum kegiatan berlangsung 2 orang (11,1%) menjawab tidak tahu, 8 orang (44,4%) menjawab cukup tahu dan 8 orang (44,4%) juga menjawab tahu. Setelah kegiatan berlangsung, masih ada 1 orang (5,5%) yang menjawab tidak tahu, 2 orang (11,1%) menjawab cukup tahu dan 15 orang (83,3%) menjawab tahu. Tentang pendaftaran Merek, 12 orang (66,6%) menjawab tidak tahu, 4 orang (22,2%) menjawab cukup tahu, 2 orang (11,1%) menjawab tahu. Setelah kegiatan berlangsung, 2 orang

(11,1%) menjawab tidak tahu, 6 orang menjawab (33,3%) cukup tahu dan 10 orang (55,5%) menjawab tahu. Tentang Fungsi Merek, 8 orang (44,4%) menjawab tidak tahu, 4 orang (22,2%) menjawab cukup tahu dan 6 orang (33,3%) menjawab tahu. Setelah kegiatan berlangsung, 4 orang (22,2%) menjawab tidak tahu, 2 orang (11,1%) menjawab cukup tahu, dan 12 orang (66,6%) menjawab tahu. Tentang jangka waktu perlindungan Merek, 10 orang (55,5%) menjawab tidak tahu, 2 orang (11,1%) menjawab cukup tahu dan 6 orang (33,3%) menjawab tahu. Setelah kegiatan berlangsung, 4 orang (22,2%) menjawab cukup tahu dan 14 orang (77,7%) menjawab tahu. Tentang perbedaan Merek dan Hak Paten, 11 orang (61,1%) menjawab tidak tahu, 2 orang (11,1%) menjawab cukup tahu dan 5 orang (27,7%) menjawab tahu. Setelah kegiatan berlangsung, 3 orang (16,6%) menjawab tidak tahu, 2 orang (11,1%) menjawab cukup tahu dan 13 orang (72,2%) menjawab tahu.

Hasil test tersebut ada di angka 27,7% dan setelah kegiatan selesai, dilakukan melalui posttest dengan mengisi kuesioner menggunakan media google form dengan hasil posttest dengan pengetahuan di angka 83,3%, terdapat selisih 55,6%, yang menjelaskan bahwa ada peningkatan pengetahuan setelah diberikannya edukasi oleh pengabdian. Menanggapi hasil monitoring dan evaluasi sebagaimana pada chart di atas bahwa peserta penyuluhan mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait materi yang disampaikan oleh tim Penyuluhan, bahkan sesi tanya jawab terjalin dengan penuh kehangatan antara tim dan peserta. Peserta sangat aktif dalam menyampaikan pertanyaan dan akan di rencanakan kegiatan penyuluhan selanjutnya.

4. Kendala yang Dihadapi

Dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pendaftaran merek. Tim pengabdian mengalami beberapa kendala. Yang menjadi kendala antara lain. *Pertama* Jarak antara unit kerja tim pengabdian dengan tempat dikukannya pengabdian terlalu jauh, sehingga keterbatasan koordinasi secara langsung secara terus menerus. *Kedua* tidak adanya Infocus atau proyektor di desa tersebut, sehingga penyampaian materi oleh Narasumber dilakukan dengan menyebarkan materi dalam bentuk hardcopy.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan terhadap pelaku UMKM di Desa Jatisura Kabupaten Indramayu, tim telah berhasil melakukan peningkatan pemahaman mengenai Pendaftaran Hak Merek. Dalam pelaksanaan sosialisasi pentingnya Merek diharapkan dapat menunjang kegiatan UMKM khususnya memberikan kepastian hukum terkait dengan merek yang akan di daftar. Dengan dilakukannya kegiatan ini diperoleh hasil peningkatan pengetahuan pelaku usaha tentang Pendaftaran Hak Merek, dimana dari 18 peserta yang mengikuti, sebelumnya dilakukan pretest terlebih dahulu mengukur sejauh mana mereka memahami Hak Merek dan Marketplace.

Hasil test tersebut ada di angka 27,7% dan setelah kegiatan selesai, dilakukan melalui posttest dengan mengisi kuesioner menggunakan media google form dengan hasil posttest dengan pengetahuan di angka 83,3%, terdapat selisih 55,6%, yang menjelaskan bahwa ada peningkatan pengetahuan setelah diberikannya edukasi oleh pengabdian. Saran untuk pelaku UMKM di Desa Jatisura agar segera melakukan pendaftaran merek guna memberikan kepastian hukum, serta menghindari pendaftaran merek oleh pihak lain dengan nama yang sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada UMKM Rolisa Food sebagai mitra dalam pelaksanaan pengabdian yang dilakukan oleh tim. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tim pengabdian juga mengucapkan terimakasih kepada Dekan Fakultas Hukum yang telah memberikan penugasan kepada tim untuk melakukan pengabdian di Desa Jatisura Kabupaten Indramayu.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustanti, R. D., Dirkareshza, R., Taupiqqurrahman, T., Fatahaya, S., & Wardoyo, R. A. (2021). Peningkatan Pengetahuan Praktik Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Pada Masa Pandemi COVID-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2824–2837.
- Anjani, N. L. (2015). Perlindungan Karya Seni Fotografi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta. *LAW REFORM*, 8(2), 138–145.
- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47–65.
- Atsar, A. (2018). *Mengenal Lebih Dekat Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Deepublish.
- Daris, L. (2019). Kurikulum pendidikan berbasis maritim di era revolusi industri 4.0. *Penguatan Pendidikan Karakter Di Era Revolusi Industri*, 4(10).
- Dewi, A. A. M. S., & Mirah, A. A. (2017). Perlindungan Hukum Hak Cipta Terhadap Cover Version Lagu Di Youtube. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 6(4), 508–520.
- Dirkareshza, R., Nasution, A. I., Taupiqqurrahman, T., & DPS, R. H. (2022). Pengembangan Desa Pesisir Dengan Implementasi Metode Ekonomi Sirkular Melalui Peraturan Desa Dalam Mendukung Sustainable Development GOALS. *Abdi Masyarakat*, 4(2).
- Faradz, H. (2008). Perlindungan Hak Atas Merek. *Jurnal Dinamika Hukum*, 8(1), 38–42.
- Firmansyah, H. (2013). *Perlindungan Hukum Terhadap Merek*. MediaPressindo.
- Gultom, M. H. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek. *Warta Dharmawangsa*, 56.
- Gunawan, A. H. (2022). *Peran Koperasi Simpan Pinjam Terhadap Pengembangan Umkm (Studi Kasus Umkm Desa Beringin Jaya Kecamatan Baebunta Selatan)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Indrawati, S. (2019). Perlindungan Hukum Merek Pada Produk Usaha Kecil di

- Kabupaten Kebumen. *Amnesti Jurnal Hukum*, 1(1), 29–35.
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Upaya peningkatan kesadaran hukum perlindungan produk UMKM di Kabupaten Kebumen melalui pendaftaran merek. *Surya Abdimas*, 4(2), 37–43.
- Murjiyanto, R. (2016). *Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek Di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem" Deklaratif"ke Dalam Sistem" Konstitutif"*). Universitas Islam Indonesia.
- Prameswari, T. A. (2021). Hak Merek sebagai Upaya Perlindungan terhadap Industri UMKM. *Amnesti Jurnal Hukum*, 3(2), 97–104.
- Prandika, H. A. (2015). Analisa Perlindungan Hak Cipta Di Jaringan Internet Menurut Undang-Undang No 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta. *Lex Privatum*, 3(1).
- Putra, F. N. D. (2014). Perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek terhadap perbuatan pelanggaran merek. *Mimbar Keadilan*, 240068.
- Santoso, H., & Siyamto, Y. (2016). Investasi dan Dorongan Pertumbuhan Ekonomi Bisnis Mikro Islam di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(01).
- Susanti, A. P., Utama, A. S., & Kamilah, F. (2021). Pelaksanaan Pemberdayaan Usaha Mikro Oleh Pemerintah Kota Pekanbaru Di Kecamatan Rumbai Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Daya Saing*, 7(1), 12–18.
- Taupiqqurrahman, T. (2021). Perlindungan Hak Cipta Terkait Pelanggaran Modifikasi Karya Ciptaan Asing Yang Dilakukan Tanpa Izin Di Indonesia. *Supremasi: Jurnal Hukum*, 4(1), 95–108.
- Taupiqqurrahman, T., Dirkareshza, R., Ramadhani, D. A., & DPS, R. H. (2022). Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace Bagi Pelaku Umkm Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Desa Di Kabupaten Indramayu. *Abdi Masyarakat*, 4(2).
- Utama, A. S., & Sartika, D. (2017). Peran Strategis Bank Syariah sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif bagi Usaha Mikro di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008. *Al-Amwal*, 6(2), 58–72.
- Verawati, D. (2022). Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 5(2), 122–132.
- Winanti, A., & Agustanti, R. D. (2020). Peningkatan Status Hak Guna Bangunan menjadi Hak Milik. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2).