



JURNAL PENGABDIAN RUANG HUKUM (JPRH)  
URL : <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jprh/index>

## SOSIALISASI HaKI MEREK BAGI UMKM DI DESA SEMBALUN KECAMATAN SEMBALUN KABUPATEN LOMBOK TIMUR

*M. Taufik Rachman*<sup>1</sup>, *Edi Yanto*<sup>2</sup>, *Tin Yuliani*<sup>3</sup>, *Sudarta*<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Muhammadiyah Mataram, Kota Mataram, Indonesia

*Corresponding Autors Email* : [rachman.taufik07@gmail.com](mailto:rachman.taufik07@gmail.com)

### Informasi Artikel

### Abstrak

#### Article History :

Dikirim tanggal : 24 Juli 2023  
Revisi Pertama : 27 Juli 2023  
Dipublikasikan : 30 Juli 2023

#### Kata Kunci :

- Merek
- Pelaku Usaha
- Usaha Mikro Kecil Menengah

Pengabdian kepada masyarakat fokus pada kegiatan sosialisasi mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) merek bagi UMKM khususnya di Desa Sembalun Kecamatan Sembalun. Masyarakat khususnya pelaku usaha dan *entrepreneur* di desa tersebut banyak memiliki produk dan hasil usaha yang belum memiliki label atau merek. Produk UMKM tersebut diharapkan memiliki merek sehingga akan meningkatkan nilai jual, memudahkan promosi, jaminan mutu produk, serta menunjukkan asal produk. Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat adalah menjadikan masyarakat berdaya secara ekonomi dengan produk yang memiliki tanda untuk membedakan barang yang diproduksi dalam kegiatan perdagangan. Pelaksanaan pengabdian masyarakat menggunakan metode ceramah untuk menyampaikan materi sosialisasi mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) merek bagi UMKM, setelah itu dilakukan diskusi berupa tanya jawab dengan audient. Luaran dari kegiatan ini peningkatan pemahaman masyarakat mengenai HaKI merek pada produk serta masyarakat memiliki merek yang terdaftar untuk produknya.

## A. Pendahuluan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam rangka memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) merek bagi pelaku usaha dan *entrepreneur* khususnya skala Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Tujuan kegiatan ini masyarakat menjadi berdaya secara ekonomi dengan produk yang memiliki tanda untuk membedakan barang yang diproduksi dalam kegiatan perdagangan. Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) Merek memegang peran penting dalam kemajuan kegiatan usaha. Setiap pelaku bisnis akan sangat memperhatikan nama dan simbol yang digunakan dalam kegiatan usaha dan pemasaran barang dan jasa. Simbol – simbol yang melekat pada produk membantu dalam memperkenalkan produk melalui iklan.

Bagi pelaku usaha bagi usaha besar maupun skala Usaha Mikro, Kecil, Menengah keberadaan merek usaha mutlak adanya. Perbedaannya pada usaha besar yang terbagi dalam beberapa divisi sudah ada bagian khusus yang memperhatikan bidang merek sebagai faktor utama dalam menjalankan usahanya, namun bagi usaha skala UMKM kadangkala permasalahan merek tidak menjadi fokus utama dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kegiatan usaha skala rumah tangga bahkan sebagian besar produk yang mereka jual tidak memiliki merek. Bagi pelaku usaha seperti ini yang paling penting adalah membuat

produk, memasarkan produk dan laku terjual di pasaran.

Hal tersebut mengakibatkan produk skala rumah tangga yang memiliki potensi besar laku di pasaran banyak ditiru pihak lain yang memiliki niat tidak baik untuk meniru produk dan memberi label atau merek tertentu. Keadaan demikian sangat merugikan bagi usaha skala mikro yang sebagian besar baru merintis usaha.

Latar belakang dan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku usaha saat ini menghadapi tantangan yang berkaitan dengan efektifitas dan efisiensi kelestarian lingkungan. Guna menanggapi tantangan tersebut menggunakan strategi dan cara yang tepat seperti proses dan pengembangan produk yang ramah lingkungan. Selama ini pertumbuhan ekonomi dapat memicu kerusakan lingkungan, karena masyarakat dalam upaya memenuhi kebutuhannya tanpa disadari menggunakan cara-cara yang dapat merusak lingkungan. Hal itu membuat orang-orang semakin tertarik pada kelestarian lingkungan, dan konsep produk hijau menjadi semakin populer di berbagai kalangan.

Berdasarkan pada fenomena tersebut masyarakat di Desa Sembalun Kecamatan Sembalun berkeinginan merintis usaha yang lebih ramah lingkungan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat fokus pada kegiatan sosialisasi mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) merek bagi UMKM khususnya di Desa Sembalun

Kecamatan Sembalun. Merek yang nantinya melekat pada produk – produk hasil usaha dan UMKM di desa Sembalun tersebut diharapkan akan meningkatkan nilai jual, memudahkan promosi, jaminan mutu produk, serta menunjukkan asal produk.

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) Merek dari aspek hukum dapat dijadikan bukti kepemilikan dan mencegah pihak lain untuk menggunakan merek yang sama. Bahwa merek merupakan aspek penting dalam perdagangan terutama UMKM, meskipun pada umumnya pelaku usaha dan *entrepreneur* sebagian besar skala rumah tangga kurang memberikan perhatian terhadap urgensi merek. Mereka menganggap merek terutama perlindungan hukum terhadapnya diperlukan jika skala usaha sudah mapan. Anggapan tersebut yang harusnya dihilangkan agar masyarakat lebih memberikan perhatian terhadap perlindungan hukum merek dan merek produk usaha mereka.

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI) Merek bagi UMKM menjadi media promosi. Merek merupakan tanda yang digunakan sebagai pembeda dengan produk sejenis. Berdasarkan teori tanda dengan daya pembeda bahwa tanda yang secara inheren memiliki daya pembeda dapat segera memperoleh perlindungan. Tanda tersebut dapat bermanfaat bagi konsumen sehingga berkaitan dengan reaksi langsung terhadap tanda tersebut.

Perlindungan hukum terhadap merek ditujukan untuk mencegah pihak lain

melakukan pelanggaran merek berupa pemanfaatan atau pemboncengan merek milik pihak lain. Pelaku UMKM memiliki keterbatasan yakni rawan mengalami tindakan unfair competition dari pelaku usaha lain yang memiliki kekuatan modal lebih besar, oleh karena itu diperlukan upaya preventif melindungi produk melalui pendaftaran merek. Diharapkan melalui kegiatan sosialisasi mengenai HaKI merek, masyarakat di Desa Sembalun Kecamatan Sembalun khususnya pelaku usaha dan entrepreneur yang memiliki produk untuk segera membuat merek dan mendaftarkan mereknya untuk mendapatkan perlingan HaKI.

## **B. Metode pengabdian**

Kegiatan penyuluhan ini menggunakan metode ceramah yang diikuti dengan tanya jawab. Metode ceramah merupakan salah satu metode penyampaian materi kepada para peserta. Setelah ceramah disampaikan, kemudian dibuka sesi tanya jawab dimana peserta menanyakan kembali kepada anggota tim penyuluh tentang hal-hal yang belum jelas atau belum dimengerti.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

Merek menjadi kunci keberhasilan usaha, oleh karena itu pelaku usaha saling bersaing untuk membangun brand (merek) karena semakin positif citra sebuah brand akan mempengaruhi tingkat pembelian masyarakat.

Keberadaan merek memudahkan pemilik usaha dalam menjual produk atau mempromosikan usahanya, sedangkan bagi pembeli memudahkan untuk mencari barang dan/atau jasa yang dibutuhkannya.

Perkembangan industri dan perdagangan di era industry menuntut adanya tanda pengenal di setiap produk baik berupa barang maupun jasa dalam rangka menjaga orisinalitas produk. UMKM dan pelaku usaha dituntut bersaing di tingkat global sehingga kebutuhan adanya merek menjadi suatu kewajiban, selain itu diperlukan perlindungan hukum terhadapnya melalui pendaftaran merek di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) pada Kementerian Hukum dan HAM. Upaya tersebut dilakukan demi menghindari terjadinya sengketa terhadap merek.

UMKM dan pelaku usaha mempunyai peran strategis dalam pengembangan perekonomian masyarakat yang pada akhirnya bisa mendongkrak perekonomian negara. Salah satu kontribusi UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yakni penyerapan tenaga kerja yang lebih banyak dibandingkan oleh usaha besar. Jenis usaha yang dirintis oleh masyarakat/pelaku usaha di Desa Sembalun masuk dalam kriteria skala UMKM, meskipun demikian kelengkapan usaha harus sudah dipersiapkan sejak awal termasuk membuat merek. Dalam rangka memberi berbagai kemudahan bagi UMKM, DJKI memberikan insentif berupa keringanan biaya pencatatan dan pendaftaran kekayaan intelektual

berupa hak cipta, merek, desain industri dan insentif tarif bagi pemeliharaan paten sebesar 50% sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM dan Peraturan Pemerintah No. 28 tahun 2019 tentang Jenis Tarif Atas Jenis PNBPN yang berlaku di Kementerian Hukum dan HAM. Mengenai tarif pendaftaran merek merujuk pada PP No. 28 tahun 2019 tentang Jenis Tarif Atas Jenis PNBPN bahwa terdapat perbedaan tarif pendaftaran merek bagi UMKM dan non-UMKM atau umum yakni untuk UMKM sebesar Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah) dan umum sebesar Rp. 1.800.000,- (satu juta delapan ratus ribu rupiah). Perbedaan tarif tersebut sangat signifikan, yang bertujuan untuk memberi keringanan bagi UMKM mengurus perizinan merek yang digunakan pada usahanya. Hal ini juga disampaikan pada kegiatan sosialisasi.

HaKI Merek disatu sisi memegang peran penting bagi kemajuan usaha, namun hal tersebut kurang mendapat perhatian bagi kalangan UMKM, sebagaimana diungkap dalam penelitian Krake bahwa pengelola UMKM tidak menyadari pentingnya merek merupakan ujung tombak dalam keberhasilan usahanya. Krake menemukan banyak kasus bahwa UMKM tidak melakukan promosi dan kerjasama dengan UMKM lain sehingga mengakibatkan pengurangan kesempatan bagi merek-merek UMKM dalam memperoleh perhatian konsumen. Pada

umumnya sebagian besar UMKM mementingkan proses produksi dan penjualan sehingga mengabaikan merek, padahal merek memiliki andil besar dalam mendukung kelancaran pemasaran.

Terdapat alasan – alasan penting bahwa merek memiliki nilai penting bagi UMKM diantaranya brand menempel di ingatan, sebagai aset usaha, menggugah sisi emosional konsumen, menciptakan totalitas layanan usaha, memudahkan konsumen menemukan produk, menciptakan kepribadian, terdapat kekuatan menarik konsumen, menghemat biaya, mempengaruhi perilaku konsumen, dan memiliki keterkaitan antara brand dan personal branding. Dilihat dari perspektif pelaku usaha, HaKI merek bermanfaat untuk menunjukkan kualitas produk yang dapat menarik minat konsumen, sedangkan dari sisi konsumen, merek berpengaruh bagi penentuan konsumen membeli atau tidak terhadap suatu barang dan jasa, selain itu merek merupakan jaminan kepercayaan bagi konsumen.

Merek yang digunakan dalam perdagangan dapat berfungsi untuk melipat gandakan keuntungan, misalnya suatu produk kripik tanpa merek dihargai Rp. 5.000,- namun jika kripik tersebut melekat merek tertentu bahkan jika merek tersebut masuk klasifikasi merek terkenal dengan reputasi baik maka produk kripik bisa bernilai berkali – kali lipat dari harga produksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa

merek sangat penting bagi suatu produk yang dipasarkan.

Merek produk yang dikenal masyarakat menjadi tujuan utama bagi pelaku usaha termasuk UMKM, oleh karena itu harus memperhatikan manajemen, pembangunan merek dan kualitas produknya. Kesadaran pentingnya merek produk harus menjadi tanggung jawab seluruh elemen perusahaan. Merek produk menjadi representasi dari pemiliknya sehingga pengusaha harus memberi perhatian ekstra dengan mengkomunikasikan merek pada konsumennya melalui berbagai media seefisien mungkin karena terkait dengan ketersediaan anggaran pemasaran.

Promosi dengan jalan paling sederhana yakni melalui metode promosi mulut ke mulut menjadi cara murah untuk mengenalkan produk pada konsumen. Cara itulah yang diterapkan oleh UMKM, namun di satu sisi cara tersebut tidak menjangkau konsumen secara luas. Membangun merek bagi UMKM yakni membangun satu atau dua merek yang kuat, fokus pada pengembangan pemasaran kreatif sehingga dapat berguna bagi sumber equitas merek, membentuk *brand awareness* (kesadaran merek) dan citra merek (*brand image*), melakukan kegiatan yang bertujuan menarik konsumen menggunakan produknya, melakukan upaya dalam rangka melebarkan merek. Pada intinya pelaku usaha dan UMKM perlu membangun merek agar dikenal pasar, salah satu caranya adalah melakukan manajemen merek sehingga dapat dikelola

dengan baik yang pada akhirnya menghasilkan suatu komunikasi yang baik dengan konsumen dan dapat memberi imbas positif dalam hal pemasaran.

Pada kegiatan sosialisasi tersebut dijelaskan mengenai merek kolektif yang dapat digunakan sebagai alternatif solusi bagi pelaku usaha dan UMKM dalam rangka meningkatkan daya saing. Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis Pasal 1 ayat (4) bahwa merek kolektif merupakan merek yang digunakan dengan karakteristik yang sama meliputi ciri, sifat, dan mutu yang diperdagangkan oleh orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang dan/atau jasa lainnya. Merek kolektif tersebut dapat digunakan oleh pelaku usaha dan UMKM atau gabungan pelaku usaha dan UMKM sebagai kelompok usaha bersama yang memiliki standar serta pengawasan kualitas produk.



Bagi UMKM memenuhi perizinan menjadi sangat penting sebagai legalitas usaha karena bisa mendapatkan sejumlah

keuntungan diantaranya akses pembiayaan, akses pendampingan usaha, memperoleh bantuan pemberdayaan dari pemerintah, serta mendapat fasilitas berupa keringanan biaya pendaftaran merek. Pendaftaran merek dilakukan secara online di DJKI dengan menyampaikan beberapa persyaratan diantaranya label merek, tanda tangan pemohon, dan surat keterangan UMKM bila pemohon merupakan UMKM.

#### D. Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat tentang "Sosialisasi HaKI Merek Bagi UMKM Di Desa Sembalun Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur" di Desa Sembalun Kecamatan Sembalun telah dilaksanakan pada bulan Agustus 2023. Berdasarkan kegiatan tersebut dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut :

##### 1. Kesimpulan

Kegiatan ini memiliki berbagai manfaat yaitu menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat mengenai arti penting merek bagi UMKM, biaya pendaftaran khusus bagi pelaku usaha dan *entrepreneur*, dan proses pendaftaran merek bagi produk yang dihasilkan oleh usaha UMKM. Dalam banyak hal membuktikan bahwa merek dapat meningkatkan keuntungan, selain itu juga merek bermanfaat untuk identitas produk. Pemahaman masyarakat mengenai HaKI merek akan sangat berguna khususnya untuk memulai maupun pengembangan usaha.

## 2. Saran

Memahami banyaknya manfaat kegiatan ini, disarankan kepada pejabat RT, pejabat desa untuk bekerja sama dengan sivitas akademik sehingga kegiatan ini dapat ditingkatkan dan rutin dilaksanakan demi kemajuan usaha di tingkat desa. Dengan demikian manfaat kegiatan ini akan semakin luas.

Rekomendasi kegiatan selanjutnya adalah untuk lebih meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI), tidak hanya merek melainkan HaKI lainnya untuk meningkatkan nilai ekonomi produk UMKM.

Tommy Hendra Purwaka (ed), 2017, *Pelindungan Merek*, Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Undang Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cita Yustisia Serfiyani & Iswi Hariyani & R. Serfianto D. P., 2017, *Buku Pintar HAKI dan Warisan Budaya*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Haris Munandar & Sally Sitanggang, 2008, *Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan Seluk-beluknya*, Jakarta: Erlangga.
- Much. Nurachmad, 2012, *Segala Tentang HAKI Indonesia*, Yogyakarta: Buku Biru.
- Persaingan Penyalahgunaan HKI, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tim Lindsey, 2003, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Banfung: Alumni.
- Rahmi Jened, Parinduri Nasution, 2013, *Interface Hukum Kekayaan Intelektual dan Hukum*.
- \_\_\_\_\_, 2015, *Hukum Merek Trademark Law : Dalam Era Global dan Integrasi Ekonomi*, Jakarta, Prenada Media Group.