

PERLINDUNGAN MERK DAGANG DAN PEMASARAN UMKM DESA MAYANG KECAMATAN GATAK KABUPATEN SUKOHARJO

I Gusti Putu Diva Awatara^{1*}, Linda Nur Susila¹, Endang Saryanti¹

¹Universitas Dharma AUB Surakarta

*e-mail: igustiputudivaawatara@gmail.com

Abstrak

Merek dagang adalah aset penting untuk dilindungi sebagai bagian dari upaya untuk suatu produk dengan produk lainnya. Pentingnya perlindungan ini tidak hanya untuk para pelaku usaha besar namun juga para pelaku usaha Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM). Selama ini, para pengusaha UMKM lebih mementingkan berjualan terlebih dahulu daripada melindungi merek dagangnya. Program Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan perlindungan merk dagang dan pemasaran UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Tahapan kegiatan yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pelatihan pada anggota kelompok masyarakat atau UMKM yang ada di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo tentang kepemilikan hak kekayaan intelektual oleh masyarakat khususnya merek produk kuliner di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo, selanjutnya melakukan pendampingan dalam pemasaran. Keseluruhan kegiatan dilaksanakan oleh Tim. Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat memberikan hasil peningkatan kepemilikan hak kekayaan intelektual oleh UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo, selanjutnya melakukan pendampingan dalam pemasaran.

Kata Kunci: Kuliner; Merek; UMKM.

Abstract

Trademarks are important assets to protect as part of efforts to exchange a product with other products. The importance of this protection is not only for large business actors but also for Small, Micro and Medium Enterprises (MSMEs). So far, MSME entrepreneurs are more concerned with selling first than protecting their trademarks. This Community Service Program aims to improve trademark protection and marketing for MSMEs in Mayang Village, Gatak District, Sukoharjo Regency. The stages of the activities carried out are to provide guidance and training to community group members or MSMEs in Mayang Village, Gatak District, Sukoharjo Regency regarding ownership of intellectual property rights by the community, especially culinary product brands in Mayang Village, Gatak District, Sukoharjo Regency, then provide assistance in marketing. All activities carried out by the Team. The results of the implementation of this community service activity can result in increased ownership of intellectual property rights by MSMEs in Mayang Village, Gatak District, Sukoharjo Regency, then provide assistance in marketing.

Keywords: Brand; Culinary; MSMEs.

A. Pendahuluan

Para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM memiliki kontribusi besar dan krusial dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi Indonesia terutama ditengah situasi pandemi Covid 19 (Sipur & Almastoni, 2021). Kontribusi UMKM, dilansir dari situs Bappenas, disebutkan antara lain: (i) Perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, (ii) Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB); dan (iii) Penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif (Purnomoratih, 2021).

Kontribusi UMUM dirasakan tidak hanya untuk Negara berkembang namun juga Negara maju, karena UMUM paling banyak menyerap tenaga kerja dibandingkan usaha besar. Selain itu kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar (Tambunan, 2021).

Namun situasi pandemi Covid – 19 berpengaruh besar terhadap para pelaku usaha UMKM. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM sebanyak 98 persen usaha pada level mikro atau sekitar 63 juta usaha terkena dampaknya. Bahkan menurut catatan *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) hampir separuh UMKM di Indonesia akan bangkrut pada Desember 2020 nanti (Marginingsih, 2021). Untuk meningkatkan daya saing dan membantu para pelaku UMKM untuk bertahan di tengah pandemi, pemerintah telah melakukan berbagai upaya yaitu melalui program pinjaman modal dengan suku bunga rendah dan pembebasan pajak. Pemerintah juga berupaya memfasilitasi pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merek ke DJKI Kemenkumham.

Merek dagang adalah aset penting untuk dilindungi sebagai bagian dari upaya untuk suatu produk dengan produk lainnya. Pentingnya perlindungan ini tidak hanya untuk para pelaku usaha besar namun juga para pelaku usaha UMKM. Selama ini, para pengusaha UMKM lebih mementingkan berjualan terlebih dahulu daripada melindungi merek dagangnya.

Meski diakui juga bahwa telah terjadi peningkatan dalam pengajuan permohonan merek. Pada 2018 terdapat 8,829 permohonan merek dan Pada 2019 meningkat menjadi 10,632 permohonan merek yang diajukan di Kemenkumham. Namun angka tersebut tergolong rendah karena para pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,1 juta. Padahal,

pendaftaran perlindungan merek sangatlah penting untuk melindungi produk para pelaku UMKM dalam menunjang dan menjamin keberlangsungan usaha.

Rendahnya pendaftaran merek ini akan merugikan para pelaku UMKM, karena pada akhirnya produk-produk dari para pelaku UMKM sering dijual tanpa merek atau dijual dengan menggunakan merek dagang dari pihak ketiga. Proses pendaftaran merek sebenarnya tidak sulit dan nyaris tidak membutuhkan bantuan ahli. Tanpa keahlian spesifik, para pengusaha UMKM juga bisa mendaftarkan mereknya secara mandiri. Pemerintah melalui bantuan teknologi telah memfasilitasi para pelaku UMKM untuk dapat mendaftarkan mereknya secara mandiri.

Merek merupakan aset penting bagi bisnis sehingga diperlukan perlindungan khusus bagi merek yang dimiliki. Sejatinya merek, brand, dan branding adalah satu paket. Merek dan brand mengacu pada satu *term* yang sama. Sementara branding lebih kepada upaya membangun merek yang bisa dilihat salah satunya dari tingkat *brand awareness* masyarakat terhadap merek produk atau jasa.

Branding kerap dinilai sebagai salah satu strategi untuk mengembangkan bisnis. Melalui *branding*, merek dari produk dan jasa jadi mudah dikenali oleh konsumen. Hal ini akan membantu meningkatkan penjualan dari produk dan jasa. Bayangkan berjualan pakaian, akan sulit jika harus menjelaskan spesifikasi dari pakaian yang di jual kepada konsumen dalam skala besar. Tentu akan lebih mudah jika cukup menyebutkan merek dari pakaian yang di produksi.

Suatu merek bisa menjadi besar nilainya di pasar seiring dengan suksesnya upaya branding. Untuk melakukan upaya branding, tentunya pendaftaran merek adalah keharusan. Tahun 2015 lalu Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM mencatat kenaikan pendaftaran merek oleh UMKM sebanyak 6%-7% pertahun. Setiap hari ada sekitar 500-600 berkas pendaftaran merek yang masuk ke Direktorat HKI. Salah satu contoh yang bisa di ambil pelajaran adalah kisah Ni Luh Djelantik yang harus merelakan merek sepatu Nilou pindah kepemilikan ke tangan mantan mitra bisnisnya. Padahal, dialah yang merintis pembuatan sepatu buatan tangan dari para pengrajin di Bali. Nilai suatu waralaba (*franchise*) yang bisa sangat tinggi, pondasinya adalah perlindungan merek atau brand bisnisnya. Jika di posisi orang yang mau membeli hak waralaba, tentu tidak sembarang membeli tanpa mempertimbangkan nilai jual merek itu di pasar. Nilai jual itu

kurang lebih dipengaruhi oleh *value* merek yang dihasilkan upaya *branding* dari pemiliknya, disamping hal lain seperti investasi sistem.

Pandemi Covid-19 tidak menghalangi para pengusaha kuliner untuk berkreasi mengembangkan kegiatan bisnis. Salah satunya adalah pemilik *Food Court Joglo Mas* yang menggelar soft opening. Kegiatan ini bekerja sama dengan pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo dengan menghadirkan kuliner produk makanan dan minuman dari berbagai rasa serta Galery produk-produk mebel yaitu jenis rumah Joglo, kursi sedan dengan alas rotan, serta barang lawas tempo doeloe *Food Court Joglo Mas*. Lokasi beralamat di Jalan Mangesti No 100 Mayang Sukoharjo Jawa Tengah.

Food Court ini terdiri dari 15 stand kios UMKM yang telah disediakan dengan menu makanan dan minuman yang tidak bisa sama untuk menghindari persaingan yang tidak sehat. Jenis minuman yang ditawarkan di antaranya minuman Coffee serta berbagai jenis minuman seperti *Juice Variant*, *Mokctail*, *Powder*, *Signatur*, *Nanual Brew* dan lain sebagainya. Jenis makanan tentunya masakan nusantara di antaranya yaitu Ikan Nika bakar, Ayam bakar, masakan khas Wonogiri, *seafood*, sop, dimsum, geprekan, Cemal-cemal dan lain-lain. Adapun jenis usaha kuliner dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Jenis Usaha Kuliner

Adanya batasan dalam jumlah karyawan merupakan salah satu ciri dan definisi dari UMKM. Jumlah karyawan pada usaha menengah jumlahnya tak lebih dari 250 karyawan.

Sedangkan usaha dengan jumlah karyawan yang tidak lebih dari 50 dapat dikatakan sebagai usaha kecil dan usaha dengan 10 karyawan saja disebut usaha mikro. UMKM sendiri dibatasi pada omzet dan jumlah aset dari usaha yang didirikan. Hal tersebut tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Banyaknya bidang HKI sendiri masih belum dimanfaatkan oleh pihak UMKM. Terbukti dari sedikitnya pihak UMKM yang mendaftarkan usahanya ke dalam HKI. Dari data Destination Statement Bank Indonesia Tahun 2005, UMKM mencapai pertumbuhan ekonomi sebesar 7% dari total perekonomian nasional (Sulasno, 2009). Permasalahan di atas dikarenakan kurangnya edukasi terhadap pentingnya HKI sehingga banyak pelaku UMKM yang memandang bahwa pendaftaran HKI bukanlah hal yang krusial. Masih sangat tradisionalnya pelaku usaha di Indonesia menjadi penyebab utama, dan juga banyak dari pelaku usaha tersebut yang masih belum memikirkan perihal HKI. Beberapa kendala yang dialami oleh pelaku usaha tersebut adalah aksesibilitas dalam melakukan pendaftaran kekayaan intelektualnya yang dinilai tidak mudah, selain itu biaya pendaftaran yang mahal juga menjadi kendala lainnya. Peran pemerintah dalam koordinasi antar instansi dan birokrasi yang tidak tertata juga menambah peliknya problematika yang ada. Minimnya sosialisasi yang dilakukan menyebabkan adanya pelaku usaha yang bahkan tidak mengetahui tentang HKI sama sekali.

Merek memiliki peran yang penting di berbagai bidang. Tidak hanya di bidang bisnis dan perdagangan, kegiatan sosial pun ikut merasakan akan pentingnya merek. Merek merupakan suatu aset yang tidak teridentifikasi secara fisik atau tidak berwujud. Maksudnya meskipun keberadaan merek tersebut hanyalah tanda yang tidak nyata, namun memiliki nilai dan pengaruhnya sangatlah dominan bagi kelangsungan ekonomi pemilik merek maupun gaya hidup konsumen.

Merek merupakan tanda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa dan memiliki daya pembeda. Tanda tersebut mudah untuk diingat dan dapat diwujudkan dalam bentuk grafis atau dapat dilambangkan dengan huruf atau angka (tertulis), seperti kata, gambar/logo, suara melalui notasi balok/angkanya, hologram, maupun tiga dimensi. Tanda yang dilindungi sebagai merek tersebut dipersyaratkan untuk tidak bersinggungan dengan jenis produknya (barang maupun jasa), tidak bertentangan dengan peraturan perundangan, tidak rumit, maupun yang bersifat umum. Selain itu, suatu merek dimohonkan tidak memiliki persamaan, meniru, menjiplak dengan merek milik pihak lain, lambang negara atau organisasi, bendera, maupun merek yang juga merupakan nama badan

hukum. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kepemilikan hak kekayaan intelektual oleh masyarakat khususnya perlindungan merek dan peningkatan pemasaran yang berorientasi pasar.

B. Masalah

Bagaimana meningkatkan kepemilikan hak kekayaan intelektual oleh masyarakat khususnya perlindungan merek dan peningkatan pemasaran yang berorientasi pasar?

C. Metode Pelaksanaan

Guna penyelesaian masalah yang dihadapi oleh mitra pada program pengabdian kali ini, maka materi pemecahan masalahnya adalah melakukan pendampingan pembinaan, pemberdayaan dan praktek-praktek yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi yaitu terkait Perlindungan Merk Dagang dan Pemasaran UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

Pelaksanaan realisasi pemecahan masalah, maka dilakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat utamanya tenant UMKM yang berada pada Joglomas Food court di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Kegiatan yang dilakukan berdasarkan potensi dan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat adalah:

1. Perlindungan Merk Dagang dan Pemasaran UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo;
2. Pelatihan dan bimtek tentang pemanfaatan Perlindungan Merk Dagang dan Pemasaran UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

Permasalahan teknis yang berkaitan dengan mengajukan Hak Kekayaan Intelektual dan pemasaran dalam memberikan kontribusi untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat dilakukan melalui pelatihan/ bimtek tentang pengajuan atau pengurusan Hak Kekayaan Intelektual secara online bagi tenant UMKM yang berada pada Joglomas Food court di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Selanjutnya, permasalahan teknis yang berkaitan dengan proses memperoleh Merek akan dilakukan melalui pelatihan/bimtek tentang bagaimana untuk memperoleh sertifikat Merek untuk UMKM mulai dari melakukan registrasi untuk mendapatkan username dan password mengisi form dalam sistem online termasuk kelengkapan persyaratan bagi tenant UMKM yang berada pada Joglomas Food court di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

Tindak lanjut dari pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan

UMKM dalam implementasi melindungi dan memanfaatkan Hak Kekayaan Intelektual khususnya Merek dalam usaha yang dijalankan berupa:

1. Meningkatnya kemampuan UMKM dalam pengurusan Hak Kekayaan Intelektual dalam rangka melindungi produk bagi tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food court* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.
2. Meningkatnya jumlah Hak Kekayaan Intelektual yang dimiliki UMKM khususnya usaha bagi tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food court* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

Meningkatnya daya saing produk yang telah dilindungi melalui Hak Kekayaan Intelektual khususnya Merek Dagang bagi tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food court* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

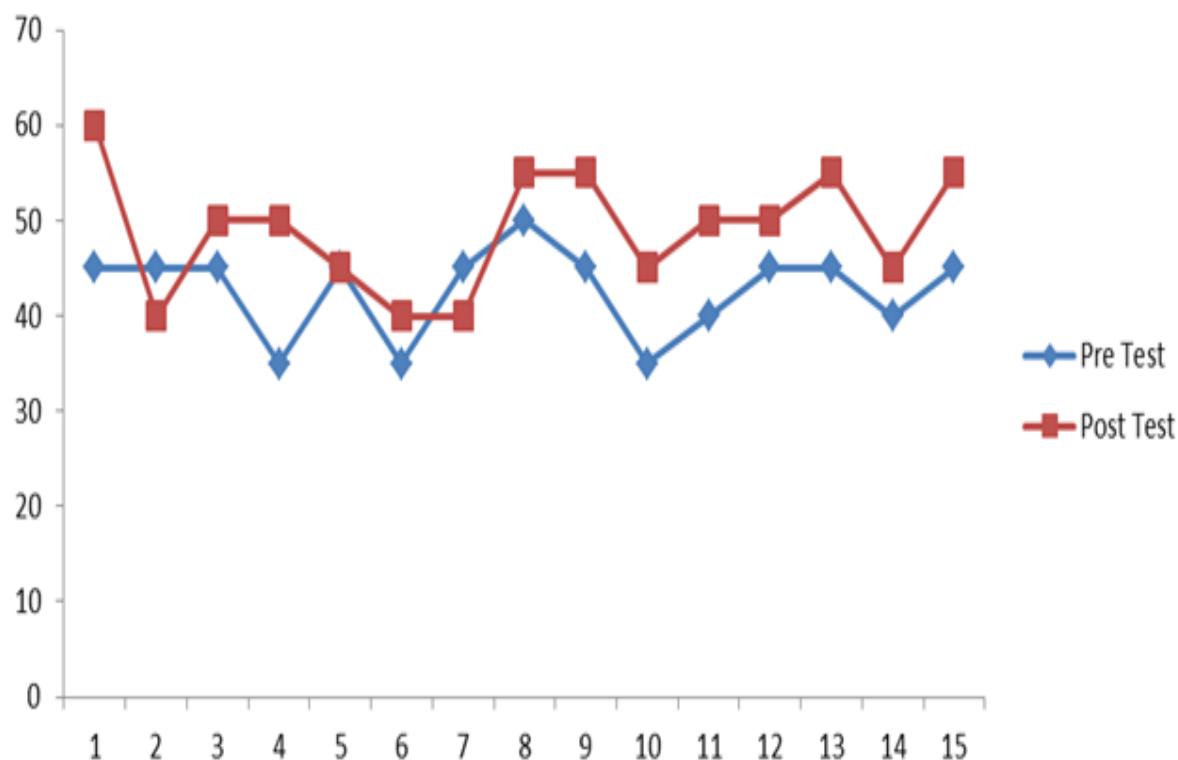
D. Pembahasan

Peserta tenant UMKM kuliner yang berada pada *Joglomas Food Court* yang terletak di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo yang mengikuti kegiatan ini sangat antusias dan bersemangat dalam Perlindungan Merek Dagang dan Pemasaran UMKM. Peserta yang hadir sebanyak 18 peserta mampu memahami proses pengajuan dengan baik. Kegiatan ini sebagai upaya dalam rangka meningkatkan perlindungan merek dagang tenant UMKM dan pangsa pasar produk kuliner yang berada pada *Joglomas Food court* yang terletak di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Dalam membangun merek, tenant UMKM harus membuat keputusan tentang:

1. Positioning merek (*positioning* merek yang paling kuat membentuk kepercayaan dan nilai konsumen yang kuat)
2. Pemilihan nama merek: (Pemilihan nama merek melibatkan penemuan nama merek terbaik berdasarkan tinjauan seksama manfaat produk dan pasar sasaran)
3. Sponsor merek yaitu produsen mempunyai 4 pilihan sponsor merek
 - a. Meluncurkan merek produsen (merek nasional)
 - b. Menjual kepada penjual perantara yang menggunakan merek pribadi
 - c. Memasarkan merek berlisensi
4. Pengembangan merek

Perusahaan harus mengaudit kekuatan dan kelemahan merek mereka secara berkala (tambah simbol, rubah logo). Merek mungkin harus direposisi karena perubahan

preferensi pelanggan atau adanya pesaing baru. Adapun hasil *pre test* dan *post test* dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan hasil sebagai berikut:



Gambar 2. Pelaksanaan *Pre Test* dan *Post Test*

Pada gambar 2. menunjukkan bahwa hasil post test dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini lebih tinggi dibandingkan hasil pre test sehingga tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food Courd* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo yang mengikuti kegiatan pendampingan telah menunjukkan hasil yang lebih baik dibandingkan sebelum dilakukan pendampingan. Peningkatan ini berupa pengetahuan tenant UMKM dalam memberikan perlindungan merek dagang dan peningkatan pemasaran UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa setelah dilakukan kegiatan pendampingan kegiatan pengabdian kepada masyarakat maka tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food Courd* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo mampu memperoleh informasi dan pengetahuan serta memahami prosedur, persyaratan dan proses pengurusan merek dagang serta pemasaran



Gambar 2. Foto Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa:

1. Perlunya adanya perlindungan merk dagang dan pemasaran UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo dalam rangka memastikan bahwa tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food Courd* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Suko telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual berupa Merk sehingga mampu melindungi produk UMKM dalam persaingan produk tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food Courd* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo baik secara lokal, regional maupun nasional dan meminimalisir risiko dalam penjiplakan produk oleh pihak lain.
2. Diperlukan adanya strategi pemasaran yang dapat mempercepat banyak konsumen yang membeli atau mengkonsumsi produk tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food Courd* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

E. Kesimpulan

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa: (1) Perlunya adanya perlindungan merk dagang dan pemasaran UMKM Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo dalam rangka memastikan bahwa tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food courd* di Desa

Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Suko telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual berupa Merk sehingga mampu melindungi produk UMKM dalam persaingan produk tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food Courd* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo baik secara lokal, regional maupun nasional dan meminimalisir risiko dalam penjiplakan produk oleh pihak lain. (2) Diperlukan adanya strategi pemasaran yang dapat mempercepat banyak konsumen yang membeli atau mengkonsumsi produk tenant UMKM yang berada pada *Joglomas Food Courd* di Desa Mayang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Indriyanto dan Erni Mela Yusnita. (2017). *Aspek Hukum Pendaftaran Merek*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Hariyani, Iswi. (2010). *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*. Pustaka Yustisia: Yogyakarta.
- Marginingsih, R. (2021). Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2). <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i2.10997>.
- Purnomoratih, Y. (2021). Efektivitas Program Pemulihan Ekonomi Nasional dalam Menopang Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kalimantan Selatan. *Jurnal Manajemen Perbendaharaan*, 2(1). <https://doi.org/10.33105/jmp.v2i1.366>.
- Sipur, S., & Almastoni, A. (2021). Analisis UMKM dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research ...*, 9(4).
- Tambunan, T. (2021). COVID-19 Pandemic Crisis and Its Impact on Cooperatives: A Case from Indonesia. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3877133>.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta
- Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis