

Pendampingan Pendaftaran Hak Merek Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif UMNKM *Womenpreneur* Kabupaten Bogor

DOI: <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v8i2.4599>

Ani Siska MY, Fahririn, Ferry Santoso

Universitas Sahid

Jl. Prof. Dr. Soepomo No. 84 RT 7 RW 1 Menteng Dalam Jakarta Selatan DKI Jakarta 12870

*Email Korespondensi: anisiskamy961989@gmail.com

Abstract - *Womenpreneur SME's actors are SME business actors who are all housewives, causing a lack of awareness and knowledge of brands and financial records. Initial surveys showed that Womenpreneur SME's had difficulty in increasing the competitiveness of the products they produced because there was no good management logo and brand. Trademark rights are one of the efforts to provide an identity for the business actor. The purpose of this assistance is to provide identity and legal protection for the business. The assistance method is carried out in four stages, namely socialization, training, assistance and evaluation. Partner brand rights assistance can help them understand, control and utilize brand rights better, which will help them increase competitiveness and create long-term desires. The results of the activities of the seven SME actors registered trademark rights. SME with trademark rights can differentiate their goods and services from competitors by building a unique brand strategy and attracting consumers' attention in tight competition. SME can understand the importance of trademark rights as a legal asset to protect the identity of the SME business.*

Keywords: *Trademark Rights; SME'S; Womenpreneur.*

Abstrak – Pelaku UMKM *Womenpreneur* merupakan pelaku usaha UMKM yang seluruhnya adalah ibu rumah tangga menyebabkan kurangnya kesadaran dan pengetahuan akan merek dan pencatatan keuangan. Survei awal menunjukkan UMKM *Womenpreneur* mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya saing produk yang diproduksi akibat belum adanya pengelolaan logo dan merek yang baik. Hak merek adalah sebagai salah satu upaya dalam pemberian identitas kepada pelaku usaha. Tujuan pendampingan ini untuk memberikan identitas dan perlindungan hukum untuk usaha. Metode pendampingan dilakukukan dalam empat tahap yaitu sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. pendampingan hak merek mitra, dapat membantu mereka memahami, mengendalikan, dan memanfaatkan hak merek dengan lebih baik, yang akan membantu mereka meningkatkan daya saing dan menciptakan keberlanjutan dalam jangka panjang. Hasil kegiatan tujuh pelaku UMKM didaftarkan hak merek dagang. UMKM dengan hak merek dapat membedakan barang dan jasa mereka dari pesaing dengan membangun strategi merek yang unik dan menarik perhatian konsumen dalam persaingan yang ketat. UMKM dapat memahami pentingnya hak merek sebagai aset hukum untuk melindungi identitas bisnis UMKM.

Kata Kunci: Hak Merek Dagang; UMKM; *Womenpreneur*

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki berbagai peran strategis bagi perekonomian di Indonesia. Peran tersebut diantaranya sebagai kunci utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor; penyedia lapangan pekerjaan; pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan ekonomi lokal, serta stabilitas neraca pembayaran melalui aktivitas ekspor (Aminah

et al., 2023). UMKM yang beroperasi di sektor industri memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat (Manggu & Beni, 2023; Siska. MY & Paranita, 2021). Peran penting UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional dapat dibuktikan dari penambahan UMKM setiap tahunnya. Sushanty & Ubaidillah (2023) menyatakan masyarakat memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pembangunan nasional, terutama dalam pembangunan ekonomi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting untuk pertumbuhan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan stakeholder (Yolanda, 2024).

Untuk terus mendorong terciptanya pasar yang terintegrasi, UMKM harus memiliki kemampuan untuk bersaing di pasar global (Apriani & Said, 2022). Salah satunya adalah pelaku UMKM memiliki ciri khas berupa merek dagang. Yamisah & Chasanah (2024) menyatakan bahwa merek berperan dalam memberikan perbedaan anatar produk serupa yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM. Balqis (2021) menyatakan bahwa merek adalah representasi reputasi yang dapat mengangkat dan mempromosikan barang dan perusahaan.

UMKM *Womenpreneur* yang berlokasi di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dengan pelaku usaha adalah ibu rumah tangga. Latar belakang dan profil pelaku usaha UMKM yang seluruhnya adalah ibu rumah tangga menyebabkan kurangnya kesadaran dan pengetahuan akan merek dan pencatatan keuangan. Survei awal menunjukkan UMKM *Womenpreneur* mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya saing produk yang diproduksi akibat belum adanya pengelolaan logo dan merek yang baik. Merek merupakan salah satu wujud karya intelektual yang digunakan untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan atau perseorangan dengan maksud untuk menunjukkan ciri khas dan asal usul barang tersebut. Merek berfungsi sebagai pembawa informasi dan komunikasi antara pemilik barang atau jasa dan pelanggannya. Tingkat kemahalan suatu produk biasanya disebabkan oleh merek yang telah dikenal dan melekat di pikiran konsumen (Utari & Dewi, 2014).

Hak merek melindungi bisnis kecil dan menengah dari peniruan merek. Di samping itu, UMKM dapat memahami pentingnya hak merek sebagai aset hukum untuk melindungi identitas bisnis UMKM. Selain itu dengan adanya merek terhadap produk yang dipasarkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan keyakinan dari merek yang dilindungi. Mitra yang memiliki merek yang terdaftar dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan pasar dengan membangun citra kepercayaan, meningkatkan loyalitas konsumen, dan meningkatkan jumlah uang yang mereka bayar. Dari sudut pandang produsen, merek dianggap sebagai jaminan atas kualitas, kemudahan penggunaan, dan aspek teknologi lainnya. Merek digunakan oleh penjual untuk meningkatkan pasar dan menarik minat pembeli terhadap barang yang mereka jual. Konsumen memerlukan merek untuk memilih produk yang akan mereka beli (Sunarto et al., 2023).

UMKM dengan hak merek dapat membedakan barang dan jasa mereka dari pesaing dengan membangun strategi merek yang unik dan menarik perhatian konsumen dalam persaingan yang ketat. Hak merek merupakan sebuah *branding* bagi pelaku UMKM. Irawan et al. (2024) menyatakan bahwa *branding* dapat terus memperkenalkan nilai, keunggulan, dan citra yang kuat dari barang atau jasa mereka sehingga orang lebih tahu. Dengan memberikan pendampingan hak cipta kepada mitra, kita dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil, berdaya saing, dan berkelanjutan. Ini sejalan dengan upaya lokal untuk mendorong inovasi dan kreativitas serta mengoptimalkan potensi ekonomi sektor UMKM. Mitra dapat mendapatkan bimbingan tentang cara mengelola dan memanfaatkan hak merek mereka dengan baik, termasuk membuat strategi pemasaran dan memperluas bisnis mereka. Dengan memberikan pendampingan hak merek mitra, dapat membantu mereka memahami, mengendalikan, dan memanfaatkan hak merek dengan lebih baik, yang akan membantu mereka meningkatkan daya saing dan menciptakan keberlanjutan dalam jangka panjang (Marina et al., 2023).

II. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan ini terdiri dari 17 pelaku UMKM yang beregrak dalam bidang kuliner dan sepatu sandal. Metode dalam kegiatan ini terdiri dari empat tahapan yaitu:



Gambar 1: Tahap Pelaksanaan PkM

Tahap 1. Sosialisasi

Sosialisasi diberikan dalam kegiatan ini adalah memberikan pengenalan, penjelasan dan pemahaman dalam bentuk workshop pentingnya hak merek dagang bagi UMKM Womenpreneur Bogor. Narasumber akan membahas manfaat dan cara pendaftaran serta dokumen yang perlu dipersiapkan untuk pendaftaran hak merek dagang. Hal ini diharapkan meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif di pasar.

Tahap 2. Pelatihan

Pelatihan yang diberikan kepada UMKM Womenpreneur Bogor adalah pelatihan tentang prosedur pendaftaran hak merek dagang secara online dan offline, penyusunan dokumen, strategi membangun merek, dan tips menghindari pelanggaran hak merek dagang.

Tahap 3. Pendampingan

Pendampingan akan dilakukan dengan cara menyampaikan materi pelatihan secara teori dan praktik dan memberikan kesempatan kepada UMKM Womenpreneur Bogor untuk mempraktekkan langsung materi yang telah disampaikan serta memberikan bantuan dan solusi kepada UMKM Womenpreneur Bogor yang mengalami kesulitan dalam memahami materi atau menerapkannya dalam usahanya ataupun memberikan contoh-contoh kasus dan studi terkait hak merek dagang dan laporan keuangan digital dengan menggunakan aplikasi yang digunakan dalam pelatihan. Pendampingan juga diebrikan secara langsung kepada pelaku UMKM untuk mendaftarkan hak merek dagang mereka.

Tahap 4. Evaluasi

Evaluasi di akhir setiap kegiatan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kepuasan peserta dengan cara melalui *form pre-test*. dan *post-test* dan memberikan *feedback* dan saran kepada peserta untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Di samping itu, evaluasi juga dilakukan untuk meninjau sampai mana proses dari pendaftaran hak merek dagang pelaku UMKM.

III. HASIL PENEMUAN DAN DISKUSI

Tahap 1. sosialisasi tentang hak merek dagang dilakukn di Café Glo Bogor pada Senin, 30 September 2024. Sosialisasi untuk mengenalkan dan pentingnya hak merek dagang sebagai media untuk perlindungan hukum untuk identitas produk dan *branding* dari usaha/ Di samping itu, dalam kegiatan ini juga dilakukan pendataan untuk jenis sebaran usaha dan kepemilikan hak merek dagang. Tabel 1. menunjukkan gambaran dari mitra pelaku UMKM. Pelaku UMKM sebanyak 15 pelaku bergerak dalam bidang usaha kuliner sedangkan 1 pelaku bergerak dalam usaha sepatu sandal.

Tabel 1. Jenis Usaha Pelaku UMKM *Womenpreneur*

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
Warung makan/ Rumah makan	10	62.50%
Penginapan/ Homestay	1	6.25%
Kedai kopi dan warung minuman	1	6.25%
Sepatu Sandal	1	6.25%
Snack/Makanan Ringan	3	18.75%
Jumlah	16	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Tabel 2. menunjukkan bahwa sebanyak 13 pelaku UMKM belum memiliki hak merek.

Tabel 2. Kepemilikan Hak Merek Dagang

Jawaban	Jumlah	Persentase
Belum	13	81.25%
Sudah	3	18.75%
Jumlah	16	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Tahap 2. melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk mempersiapkan kelengkapan dokumen untuk pendaftaran hak merek dagang. Hasil pendampingan mendapatkan bahwa dari 13 pelaku UMKM hanya 7 pelaku usaha yang dapat didaftarkan untuk hak merek dagangnya. Sisanya 6 pelaku UMKM tidak bisa didaftarkan karena belum memiliki merek dan logo.



Gambar 1. Sosialisasi Hak Merek Dagang

Tahap 3. dilakukan pendampingan untuk mengisi formulir kelengkapan untuk pendaftaran hak merek dagang yang ditunjukkan pada Gambar 2. Pendampingan yang diberikan adalah pengisian untuk formulir permohonan pendaftaran hak merek, surat pernyataan pendaftaran hak merek dan lampiran pendaftaran hak merek.



Gambar 2. Pengisian Formulir Hak Merek Dagang

Tahap 4. Evaluasi dilakukan untuk mengecek kelengkapan berkas-berkas pendaftaran hak merek serta proses pendaftaran hak merek kepada 7 pelaku UMKM yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pengecekan Berkas Permohonan Pendaftaran Hak Merek Dagang

Gambar 4. menunjukkan formulir permohonan yang sudah lengkap untuk merek dan logo untuk pendaftaran hak merek dagang.

Lampiran 1
Keputusan Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
Nomor : HKI-02/HI.06.01 Tahun 2017 tentang
Formulir Permohonan Merek
Tanggal : 03 Maret 2017

FORMULIR PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK

Hal 3/2

Tanggal pengajuan: No. Referensi Pemohon:*	Tanggal Penerimaan: Nomor Permohonan:
---	--

Identitas Pemohon	
Nama <input type="checkbox"/> Berli tanda (x) jika pemohon lebih dari satu pihak dan lampirkan dalam lembar terpisah.	
<input checked="" type="checkbox"/> Berli tanda (x) jika pemohon adalah UMKM.	
<input type="checkbox"/> Perorangan	<input type="checkbox"/> Badan Hukum
Kewarganegaraan: Indonesia	Negara Pendirian:
Alamat: Perum Alam Tirta Lestari C6 No.23 Jl.Tampomas Rt 08/14 Desa Pagelaran Kec.Ciomas	
Kabupaten/Kota: Kab.bogor	Kode Pos: 16610
Propinsi: Jawa Barat	Negara: Indonesia
Tel/Fax: 088809027771	
Email: irianingsh@tjatoer@gmail.com	

Alamat Surat Menyurat (jika berbeda dengan alamat pada bagian identitas pemohon)	
Alamat: PERUM ALAM TIRTA LESTARI C6 NO.23 JL.TAMPOMAS RT 08/14 DESA PAGELARAN KEC.CIOMAS	
Kabupaten/Kota: Kab.bogor	Kode Pos: 16610
Propinsi: Jawa Barat	Negara: Indonesia

Identitas Kuasa	
Nama Kuasa: Fahririn	No. Konsultan:
Nama Kantor: Fakultas Hukum Universitas Sahid	
Alamat: Jl. Prof. DR. Soepomo No.84 7, RT. 7/RW. 1, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12870	
Tel/Fax:	
Email: fahririn@usahid.ac.id	

Klaim Prioritas			
No.	Tanggal Prioritas	Negara/Kantor Merek	Nomor Prioritas
<input type="checkbox"/> Berli tanda (x) jika lebih dari satu klaim prioritas dan lampirkan dalam lembar terpisah.			

Tipe Merek		
<input type="checkbox"/> Merek kata	<input type="checkbox"/> Merek lukisan/logo	<input checked="" type="checkbox"/> Merek kata + lukisan/logo
<input type="checkbox"/> Merek tiga dimensi	<input type="checkbox"/> Merek suara	<input type="checkbox"/> Merek hologram
<input type="checkbox"/> Berli tanda (x) jika merupakan merek kolektif		

Lampiran 1
Keputusan Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
Nomor : HKI-02/HI.06.01 Tahun 2017 tentang
Formulir Permohonan Merek
Tanggal : 03 Maret 2017

SURAT PERNYATAAN PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK

Merek: FRULLATA PRO + LOGO



Yang diajukan untuk permohonan pendaftaran merek oleh:
Nama Pemohon : TJATOER IRIANINGSIH
Alamat : Perum Alam Tirta Lestari C6 No.23 Jl.Tampomas Rt 08/14 Desa Pagelaran Kec.Ciomas
Dengan ini menyatakan bahwa merek tersebut merupakan milik pemohon dan tidak meniru merek milik pihak lain.

Bogor, 21 Oktober 2024



TJATOER IRIANINGSIH

Gambar 4. Contoh Berkas Pendaftaran Hak Merek Pelaku UMKM

Kelengkapan berkas pendaftaran hak merek dagang sangatlah perlu. Salah satu pernyataan pendaftaran hak merek dagang, pelaku UMKM harus mengetahui kelas usaha serta jenis usaha barang dan/atau jasa. Untuk meerek dan logo tidak boleh sama atau mirip dengan usaha pelaku lainnya dan usah ayang sudah terdaftar hak mereknya. Sehingga, perlu dilakukan pengecekan terlebih dahulu sebelum didaftarkan.

IV. SIMPULAN

Hak merek dagang merupakan identitas serta perlindungan hukum untuk usaha. Pendampingan pendaftaran hak merek dagang dialkuakna dengan mitra UMKM *Womenpreneur* Kabupaten Bogor. Tahapan pendampingan dimulai dari sosialisasi, pelatihan, pendampigan dan evaluasi. Hasil pendampingan adalah pendaftaran 7 pelaku usaha hak merek dagang.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Tahun Anggaran 2024 yang sudah mendanai kegiatan ini dan juga didukung oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sahid.

Daftar Pustaka

Apriani, N., & Said, R. W. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 28. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v3i1.1069>

Balqis, W. G. (2021). Perlindungan Merek sebagai Hak Kekayaan Intelektual: Studi di Kota

- Semarang, Indonesia. *Journal of Judicial Review*, 23(1), 41.
<https://doi.org/10.37253/jjr.v23i1.4360>
- Inka Afri Yamisah, & Amalia Nur Chasanah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 34–45.
<https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i2.1987>
- Irawan, E. P., Saifulloh, M., & Lumban Toruan, R. R. M. (2024). Pelatihan Branding Produk bagi Siswa SMK Calon Pelaku UMKM di Kota Tangerang. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 83–94.
<https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v7i1.3674>
- Manggu, B., & Beni, S. (2023). Pendampingan Mitra Konsultan Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Bagi Para Pelaku UMKM di Kota Bengkayang. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 124–129.
<https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v6i1.2374>
- MY, A. S., & PARANITA, E. S. (2021). Business Financial Management Education During the Covid-19 Pandemic for Pasar Raya Street Vendors in Salatiga. *Iccd*, 3(1), 561–565.
<https://doi.org/10.33068/iccd.vol3.iss1.423>
- Siti Aminah, N. H., Salmawinata, I., Safira, M., Nurriszqa, R. R., Linuhung, T. S., & Mediawati, E. (2023). Pendampingan Pelaporan Keuangan Melalui Platform Digital. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 9(1), 35–43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v9i1.14827>
- Sunarto, A., Adnan, M. A., Karo, C. K., & Khair, A. (2023). Implementasi Hukum Terhadap Merek Sebagai Konsep Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Preferensi Hukum*, 4(3), 389–395. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum>
- Sushanty, V. R., & Ubaidillah, D. (2023). Sosialisasi dan Pendampingan Pendaftaran Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.52250/p3m.v8i1.612>
- Utari, T., & Dewi, M. P. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Umkm Di Kkawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-JURNAL EP Unud*, 3(12), 576–585.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186.
<https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>