



## SOSIALISASI PENDAFTARAN MEREK DAGANG DALAM MELINDUNGI INDUSTRI KREATIF UMKM

Oleh:

Nurvi Oktiani<sup>1</sup>, Nurhidayati<sup>2</sup>, Ana Ramadhayanti<sup>3</sup>, Dhuha Safria<sup>4</sup>, Yoseph Tajul Arifin<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: <sup>1</sup>[nurvi.nvk@bsi.ac.id](mailto:nurvi.nvk@bsi.ac.id)

---

### Article History:

Received: 10-08-2023

Revised: 17-08-2023

Accepted: 19-09-2023

### Keywords:

pendaftaran, merek dagang,  
Industri Kreatif

**Abstract:** *UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian negara, karena mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, melalui aktivitas produksi, penjualan dan ekspansi bisnis. Selain itu UMKM mampu mendorong inovasi, diversifikasi ekonomi dan menciptakan bisnis yang dinamis. UMKM memiliki keberagaman produk dan layanan unik, untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang spesifik. Untuk itu pelaku usaha UMKM harus memiliki merek dagang tersendiri. Merek dagang harus didaftarkan agar memiliki nilai. Dengan pendaftaran merek akan memberikan hak eksklusif untuk menggunakan merek tersebut dalam kegiatan bisnis. Selain itu juga memberikan perlindungan hukum terhadap penggunaan yang tidak sah dan penyalahgunaan merek oleh orang lain. Merek Dagang yang terdaftar juga akan membantu membedakan suatu produk barang yang satu dengan barang yang lain, serta memiliki nilai ekonomis dalam bisnis karena dapat dijadikan agunan untuk pendanaan pada lembaga keuangan. Karena itulah Universitas Bina Sarana Informatika bekerja sama dengan mitra UMKM Bekasi-Aryza Collection mengadakan sosialisasi pendaftaran merek dagang agar merek dagang para pelaku UMKM mendapat perlindungan hukum*

---

## PENDAHULUAN

Kemajuan suatu negara sangat didukung dengan pertumbuhan ekonominya. Salah satu pendukung dalam pertumbuhan ekonomi adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di



Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8% .(Kemenkop, 2021). UMKM juga mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usaha besar ke konsumen (Kemenkop, 2021)

Pelaku usaha mikro yang banyak, berdampak pada persaingan usaha yang semakin ketat. Untuk membedakan produk barang atau jasa yang sejenis maka perlu memberikan merek dagang pada produk tersebut. Merek berupa tanda yang dapat dilihat secara grafis dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi dan/atau bentuk tiga dimensi, tanda suara, hologram, atau kombinasi keduanya. atau lebih unsur untuk membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan niaga barang dan jasa. (UU No.20 Tahun 2016). Melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, pemerintah telah memulai sistem pendaftaran merek yang terintegrasi secara on line untuk memberikan kemudahan akses pendaftaran merek dagang. Pendaftaran merek di Indonesia menganut system konstitutif artinya pemegang hak merek adalah yang pertama kali mendaftarkan merek tersebut. Untuk itu penting bagi pelaku usaha UMKM segera mendaftarkan merek dagangnya.

Merek dagang merupakan Hak Kekayaan Intelektual memiliki fungsi yang penting dalam dunia perdagangan, ia tidak saja menjadi pembeda antara barang dan atau jasa sejenis, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk memenangkan persaingan dalam merebut pasar konsumen.(Verawati, 2022). Kekayaan intelektual berharga manakala sudah mendapat perlindungan hukum. Untuk itu pelaku industri kreatif harus mendaftarkan melalui pengajuan permohonan hak kekayaan intelektual kepada Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (Dirjen HKI). Setelah memperoleh bukti pendaftaran dan sertifikat Hak Kekayaan Intelektual, maka akan dapat dimanfaatkan dalam kegiatan bisnis. Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual sebagai investasi berbisnis yang akan meningkatkan manfaat ekonomi dan memberikan keuntungan bagi pemiliknya. (Ferianto, 2022). Hak Kekayaan intelektual melindungi produk pikiran dan atau kecerdasan manusia yang kedudukannya dapat lebih berharga dari aset aset lainnya yang dilindungi entitas hukum.(Mochamad Daffa, 2021). Diharapkan dengan Hak Kekayaan Intelektual, akan merangsang masyarakat untuk terus membuat karya karya inovasi terbaik. Seperti yang diutarakan John Hopkins bahwa “Hak Kekayaan Intelektual adalah mata uang dasar dari ekonomi kreatif, yang membuat orang dapat menyatakan kepemilikan, mengontrol penggunaan serta menentukan harga (Howkins, 2013).

Merek sebagai Hak kebendaan yang sifatnya monopoli tersebut dapat dipakai oleh orang lain dengan izin dari pemilik merek. (RR, 2020). Merek memiliki nilai ekonomis dan peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, sebagai aset merek dagang maupun jasa akan memberikan gambaran kepada konsumen tentang suatu kualitas produk, dan reputasi perusahaan yang dapat menentukan pengambilan keputusan dalam suatu pembelian oleh konsumen serta loyalitas konsumen terhadap merek tersebut. Semakin terkenal suatu merek dagang dengan reputasi yang baik, akan semakin memberikan keuntungan bagi pemegang merek tersebut. Karena itulah merek dapat diperjualbelikan.

Merek sebagai aset perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan besar bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan pengelolaan manajemen yang baik. Dengan semakin pentingnya peranan merek maka terhadap merek perlu diletakkan



perlindungan hukum yakni sebagai objek yang terhadapnya terkait hak-hak perseorangan ataupun badan hukum (D. Delfiyanti, K. Khairani, Y. Yasniwati, 2020) Berdasarkan hal tersebut di atas, kami menyelenggarakan pengabdian masyarakat untuk pelaku usaha khususnya UMKM usaha mikro asesoris berbahan kawat dan batu "Aryza Collection" yang bertujuan untuk 1) Penyuluhan tentang pentingnya merek dagang ; 2) memberikan pendampingan cara pendaftaran merek dagang

Pengabdian masyarakat ini, dilaksanakan Universitas Bina Sarana Informatika bekerjasama dengan mitra UMKM "Aryza Collection" dengan tema "Sosialisasi Pendaftaran Merek Dagang Dalam Melindungi Industri Kreatif-Umkm"

## **METODE**

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan pada UMKM Aryza Collection,yaitu:

### 1. Tahap Persiapan

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra Aryza Collection UMKM dengan wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya sebelum pelaksanaan, maka dibuat proposal dengan menyusun perencanaan kegiatan yang akan dilakukan dan alasan kegiatan perlu dilakukan mengacu pada pendapat dari beberapa sumber referensi dan disesuaikan dengan permasalahan yang ada di mitra.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Setelah persiapan sudah dilakukan sesuai dengan perencanaan, selanjutnya berlanjut ke tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat. Tahap pelaksanaan dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 2 September 2023. Pada tahap ini dilakukan Sosialisasi dan cara cara pendaftaran merek dagang Aryza Collection Bekasi dengan pelatihan secara tatap muka.

### 3. Tahap Monitoring dan Evaluasi.

Selanjutnya pada tahap ini peserta pengabdian diberikan beberapa pertanyaan kuesioner melalui google form untuk mengetahui bagaimana respon dari peserta pengabdian masyarakat.

## **HASIL**

Sosialisasi ini dilaksanakan oleh Mitra Aryza Collection berserta Anggota Cluster Acecoris UMKM Kota Bekasi, kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada Sabtu, 02 September 2023 bertempat di Blu Plaza, Bekasi Jln. Jalan Chairil Anwar No. 27-36 Kota Bekasi Timur, adapun serangkaian acara yang dilakukan diantaranya 1) pembukaan oleh ketua pelaksana Program Hibah Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun 2023 pada skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, dilanjutkan dengan 2) kata sambutan dari Mitra dari Aryza Collection, 3) pemaparan materi dari bapak Sofyan Hadi selaku Kepala Seksi Promosi UMKM pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi, kemudian dilanjutkan dengan 4) pemaparan materi berkenaan dengan Pendaftaran Merek Dagang yakni bagaimana proses pendaftaran merek dagang yang dipaparkan tim pelaksana selanjutnya sesi tanya jawab



**Gambar 1. Sosialisasi Pendaftaran Merek Dagang Dalam Melindungi Industri Kreatif UMKM**

Sosialisasi dilakukan bersamaan dengan Mitra Aryza Collection beserta Anggota Cluster Acecoris UMKM Kota Bekasi dimana diantaranya distribusi responden sebagai berikut:

**Tabel 1. Distribusi frekuensi Responden berdasarkan jenis kelamin**

No	Jenis kelamin	Freq	Percent
1	Laki-Laki	3	20%
2	Perempuan	12	80%
Jumlah Responden		15	100%

Berdasarkan data diatas untuk jumlah distribusi Frekuensi Responden kegiatan sosialisasi dilakukan sebanyak 20% dari peserta pria dan 80% untuk responden Perempuan Sedangkan jika dilihat dari distribusi Frekuensi responden berdasarkan usia dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 2 . Distribusi frekuensi Responden berdasarkan Usia**

No	Usia	Freq	Percent
1	< 20 Tahun	2	13%
2	20-35 Tahun	5	33%
3	35-50 Tahun	5	33%
4	>50 Tahun	3	20%
Jumlah Responden		15	100%

Adapun berdasarkan data diatas berdasarkan usia untuk usia peserta < 20 tahun sebesar 13 %, 20 – 35 tahun sebanyak 33%, 35 – 50 tahun sebanyak 33%, dan usia > 50 tahun sebanyak 20%, berkenaan dengan pelaksanaan sosialisasi ini maka beberapa indikator pencapaian keberhasilan diantaranya:

**Tabel 3. Indikator Pencapaian Pelaksanaan Sosialisasi**

No	Indikator Pencapaian	Skor rata-rata	Grade (Keterangan)
1	Peningkatan Informasi berkenaan dengan sosialisasi pendaftaran merek dagang kegiatan pada saat pelaksanaan	4.31	A (Sangat Puas)



2	kesesuaian pemaparan materi yang diberikan berkenaan dengan sosialisasi merek dagang	4.23	A (Sangat Puas)
3	Dukungan Prasarana dan sarana penunjang sosialisasi merek dagang	4.23	A (Sangat Puas)
4	Kemanfaatan sosialisasi sarana penunjang sosialisasi merek dagang	4.23	A (Sangat Puas)
5	Peningkatan wawasan mengenai merek dagang	4.23	A (Sangat Puas)
6	Pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada mitra secara berkelanjutan	4.23	A (Sangat Puas)
7	Menambah keterampilan mitra dalam upaya pengembangan merek dagang	4.00	A (Sangat Puas)
7	Sosialisasi memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh peserta	4.23	A (Sangat Puas)

Berdasarkan deskripsi diatas maka dapat dijelaskan bahwa indikator keberhasilan pelaksanaan sosialisasi dilihat dari peningkatan informasi berkenaan dengan sosialisasi yang diadakan, kesesuaian pemaparan materi, dukungan prasarana dan sarana penunjang, kemanfaatan sosialisasi sarana penunjang, peningkatan wawasan mitra, pemanfaatan IPTEK secara berkelanjutan, keterampilan mitra dalam pengembangan merek dagang, pemberian solusi bagi permasalahan mitra

## KESIMPULAN

Pengabdian Masyarakat ini mampu memberikan peningkatan pemahaman tentang. Pendaftaran Merek Dagang Dalam Melindungi Industri Kreatif UMKM, dengan adanya merek dagang bagi UMKM dapat meningkatkan daya saing disunia usaha serta dapat memberikan serta membedakan barang ataupun jasa yang diproduksi atau yang dibuat , selain itu dengan adanya merek dapat memudahkan dalam hal pemilihan barang, memudahkan komunikasi antara produsen dn konsumen, adanya usaha dalam menarik konsumen, memproteksi barang dan jasa yang diproduksi, dan mencegah terjadinya plagiat atau aksi pembajakan akan produk

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih sebesar – besarnya kepada Kementerian Pendidikan dan kebudayaan Riset dan Teknologi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi atas pendanaan Program Hibah Pengabdian Masyarakat Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat.

**DAFTAR REFERENSI**

- [1] Kemenkop, U. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- [2] Verawati, D. E. (2022). Pentingnya Pendaftaran Merek Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 5(2). <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/abdikarya/article/view/7250/5125>
- [3] Ferianto. (2022). Memahami Konsep Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Sebagai Aset Tidak Berwujud Untuk Kegiatan Perdagangan (Bisnis). <https://rumahpaten.id/memahami-konsep-hak-kekayaan-intelektual-hki-sebagai-aset-tak-berwujud-untuk-kegiatan-perdagangan-bisnis/>
- [4] Mochamad Daffa. (2021). DMSN Talk Series 2021, “Research Dissemination Series – HKI For Research Dissemination.” <https://www.sbm.itb.ac.id/id/2021/10/14/ketahui-lebih-dalam-pentingnya-hak-kekayaan-intelektual-dalam-bisnis/>
- [5] Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (New Editio). Penguin UK, 2013.
- [6] D. Delfiyanti, K. Khairani, Y. Yasniwati, and W. F. (2020). Upaya Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Melalui Pelatihan Pendaftaran Merek Dagang Di Nagari Sasak Dan Nagari Kapa. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 3(1). <https://doi.org/doi: 10.25077/bina.v3i1.248>
- [7] RR, A. S. and F. S. (2020). Pemberdayaan Pengusaha Kecil Dan Menengah Melalui Kepemilikan Sertifikat Merek. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(1). <https://e-journal.unair.ac.id/jlm/article/view/20319>.