

PENDAMPINGAN PENDAFTARAN MEREK BAGI UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK MRAJAK KERAMIK DI DESA BANGUNJIWO KECAMATAN KASIHAN KABUPATEN BANTUL

Khoirul Anwar¹, Nur Dina²

^{1,2} Universitas Pawayatan Daha

Email: ¹khoirul.007007@gmail.com, ²nurdinakdr@gmail.com,

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM memiliki keunggulan dalam beberapa faktor, yaitu kemampuan fokus yang spesifik, fleksibilitas nasional, biaya rendah, dan kecepatan inovasi. Dalam memperjualbelikan produk barang atau jasa pelaku UMKM harus memiliki merek atau tanda pengenal sebagai pembeda dengan produk yang sejenis. Mitra yang terlibat dalam program pengabdian ini adalah Camat Kasihan, Kabupaten Bantul. Data yang kami himpun melalui staf kecamatan bahwa terdapat beberapa pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek dagangnya karena kurangnya pemahaman yang dimiliki sehingga produk barang atau jasa yang dipasarkan kurang memiliki daya saing dipasaran. Selain itu, tingkat pendidikan yang masih rendah dan tidak diketahuinya prosedur pendaftaran merek sesuai aturan yang berlaku. Tim pengabdian bersama dengan mitra mengundang pelaku UMKM untuk melakukan pendampingan pendaftaran merek yang akan dilaksanakan dalam beberapa metode, di antaranya *pre test*, diskusi interaktif, pendampingan, dan *post test*. Kegiatan ini memberikan perubahan pemahaman yang signifikan terkait pentingnya pendaftaran merek bagi pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan hasil *Pre Test* dan *Post Test* yang telah dilakukan, dimana terdapat peningkatan pemahaman dan keinginan untuk melakukan pendaftaran merek dagang dan jasa yang dimiliki agar mendapatkan perlindungan hukum dan memiliki daya saing di pasaran. Pemerintah daerah di Kecamatan Kasihan mengharapkan kegiatan ini dapat berkelanjutan agar pelaku UMKM lebih proaktif dalam melakukan pendaftaran merek terhadap produk yang mereka perjualbelikan.

Kata kunci: Pendaftaran, Merek, UMKM, Produk

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important and strategic role in national economic development. MSMEs have advantages in several factors, namely the ability to focus specifically, national flexibility, low costs, and speed of innovation. In trading goods or services, MSMEs actors must have a brand or identification mark to differentiate them from similar products. The partners involved in this service program are the Camat Kasihan, Bantul Regency. The data we collect through the sub-district staff shows that there are several MSMEs actors who have not registered their trademarks due to a lack of understanding so that the goods or services marketed are less competitive in the market. In addition, the level of education is still low and the trademark registration procedure is not known according to the applicable regulations. The service team together with partners invite MSMEs actors to provide assistance in trademark registration which will be carried out in several methods, including pre test, interactive discussion, mentoring, and post test. This activity provides a significant change in understanding regarding the importance of trademark registration for business actors. This is in accordance with the results of the Pre Test and Post Test that have been carried out, where there is an increase in understanding and desire to register trademarks and services owned in order to get legal protection and have competitiveness in the market. The local government in Kasihan Sub-district hopes that this activity can be sustainable so that MSMEs actors are more proactive in registering trademarks for the products they trade.

Keywords: Registration, Brand, MSMEs, Product

PENDAHULUAN

Pentingnya industri bagi pembangunan Kabupaten Bantul dapat menjadi salah satu potensi ekonomi di kabupaten ini. Peran industri untuk pengembangan terlihat berdasarkan banyaknya perusahaan yang bergerak di dalamnya. Industri yang berkembang terdiri atas beberapa kelompok termasuk industri rumah tangga, industri kecil, industri menengah dan industri besar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena keunggulannya, yaitu kemampuan fokus yang spesifik, fleksibilitas nasional, biaya rendah, dan kecepatan inovasi. Oleh karena itu, UMKM menjadi salah satu pilar perekonomian yang menggerakkan roda perekonomian di Indonesia. Prasetya (2021) menjelaskan bahwa sektor UMKM di masa pandemi covid-19 memiliki berbagai masalah, seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku. Pelaku UMKM juga melakukan perubahan orientasi pemasaran akibat pandemi, banyak pelaku UMKM yang beralih ke perdagangan elektronik (*e-commerce*) untuk meningkatkan penjualan tetapi hal ini tidak didukung dengan kemampuan pelaku UMKM yang cenderung rendah dalam menggunakan teknologi. Data statistik menunjukkan bahwa UMKM memiliki jumlah unit usaha paling besar yang mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini dibuktikan bahwa jumlah unit UMKM mendekati angka 99,98% dari total unit usaha dengan kontribusi sebesar 56% dari total PDB di Indonesia (Wa Ode Zusnita Muizu, 2017). Mrva & Stachová (2014), menjelaskan dalam artikelnya bahwa sektor UMKM merupakan hal penting untuk pembangunan daerah karena UMKM lebih banyak menggunakan sumber daya lokal dan keuntungannya tetap ada di wilayah atau daerah. Hal ini sejalan di Indonesia bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang paling berkembang sebagai upaya pengentasan kemiskinan. Permasalahan yang sering dikeluhkan oleh pelaku UMKM, yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM (Hafiluddin, 2014), UMKM yang belum memiliki badan hukum secara kuantitas masih banyak, kurangnya inovasi produk, rendahnya akses permodalan, dan rendahnya tenaga pendamping di lapangan.

Selain itu, permasalahan yang juga dihadapi UMKM adalah permodalan, daya saing produk, pemasaran, *brand identity*, dan produktivitas. Sumber lain mengatakan bahwa selain permasalahan modal usaha, seringkali pelaku UMKM juga kurang mengetahui cara mengembangkan bisnis, kurang inovasi produk, sulit mendistribusikan barang, belum memaksimalkan pemasaran *online*, tidak adanya *branding*, tidak melakukan program loyalitas pelanggan, masih melakukan pembukuan secara manual, tidak memiliki mentor, dan tidak memiliki izin usaha resmi.

Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Bantul, yakni kecamatan Kasihan yang merupakan ibu kota dan pusat pemerintahan Kabupaten Bantul. UMKM yang terdapat dalam kawasan ini telah mengantongi Surat Izin Usaha

menurut data dari Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul sebanyak 73 UMKM pada tahun 2021. Namun, berdasarkan hasil wawancara kepada pihak Kecamatan Kasihan, terdapat beberapa pelaku UMKM yang belum mendaftarkan merek UMKM mereka. Keberadaan merek sangat penting untuk pelaku UMKM. Merek berfungsi sebagai identitas sebuah produk barang atau jasa. Lebih jauh lagi, merek juga dapat dilisensikan atau waralaba sehingga menjadi sumber penghasilan langsung berupa royalti. Merek juga dapat menjadi aset bisnis yang sangat berharga dan menambah pendapatan, karena merek itu sendiri memiliki nilai ekonomis yang berbanding lurus dengan reputasi yang telah dibangun, (Wiyono, 2022). Terdapat hubungan positif dan signifikan antara inovasi dan perubahan lingkungan dan kinerja UMKM, (Dahlan, 2017). Oleh karena itu, dibutuhkan sinergitas antara pemerintah, kementerian, perguruan tinggi, dan dinas terkait untuk mensupportpelaku UMKM.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka disusunlah program pendampingan hukum berupa pendampingan pendaftaran merek dan kemasan serta dilakukan pendekatan hukum kepada pelaku usaha agar dapat mengerti pentingnya merek dan agar aktif ikut untuk melakukan pendaftaran merek sebagai upaya dalam memberikan perlindungan hukum bagi pelaku UMKM di Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul.

Diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat meningkatkan wawasan dan keterampilan manajerial pelaku UMKM dan dapat meningkatkan daya saing produk yang dipasarkan. Selain itu, dapat menodorong peningkatan perekonomian dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas UMKM yang ada sehingga pelaku usaha lebih produktif dan tercapai kesejahteraan bagi pelaku UMKM di Kecamatan Lau, Kabupaten Maros. Pelaku UMKM juga akan mendapatkan perlindungan hukum jika telah mengajukan permohonan pendaftaran merek dan sampai terbitnya sertifikat merek sesuai dengan Undang-Undang No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Aula Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta pada tanggal 28 Februari 2024. Adapun yang menjadi peserta dalam kegiatan ini, yaitu pelaku UMKM di Kecamatan Kasihan. Terdapat beberapa tahapan dalam melaksanakan kegiatan ini, antara lain:

1. Tahap awal berupa pendataan jumlah pelaku UMKM di Kecamatan Kasihan dengan mengunjungi mitra di kantor Kecamatan Kasihan dan berdiskusi dengan camat dan stafnya.
2. Menyiapkan surat undangan kepada pelaku UMKM di Kecamatan Kasihan.
3. Sebelum memulai program pengabdian terlebih dahulu dilakukan *Pre test* kepada para peserta untuk mengetahui sejauhmana tingkat pemahaman yang dimiliki.

4. Selanjutnya dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan dengan menggunakan dua metode, yaitu:
 - a. Metode diskusi, peserta diberi kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan pendaftaran merek dan dipetakan beberapa kendala yang dimiliki. Hal ini menuntut keaktifan dari seluruh peserta sehingga acara akan berlangsung interaktif. Narasumber bersifat persuasif, edukatif, komunikatif, dan akomodatif dalam memberikan pencerahan dan solusi terkait mekanisme pendaftaran merek. Program edukasi ini bersifat *life centered* yang artinya masalah tersebut muncul dan bersumber dari peserta.
 - b. Metode pendampingan, peserta akan diberikan materi mengenai pemahaman secara komprehensif tata cara pendaftaran merek secara online. Pelaksanaan menggunakan metode ceramah dan presentasi, yaitu memberikan penjelasan pendaftaran merek berdasarkan Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis.
5. Setelah seluruh rangkaian kegiatan terlaksana, dilanjutkan dengan kegiatan *Post test* dalam bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan keberhasilan program yang telah kami jalankan. Hasil dari *Post test* ini akan menjadi bagian dari laporan akhir dan bukti efektivitas pelaksanaan program yang selanjutnya akan dipublikasikan ke media sebagai bentuk informasi bagi masyarakat dan sebagai pertanggungjawaban kegiatan yang telah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pendaftaran merek bagi pelaku UMKM diselenggarakan pada tanggal 28 Februari 2024 di Aula Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Kegiatan ini diikuti oleh 50 orang yang terdiri atas pelaku UMKM, perwakilan staf desa, staf kelurahan, dan staf camat di Kecamatan Kasihan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, saat melakukan registrasi peserta, tim pengabdian membagikan kuesioner *Pre test* kepada seluruh peserta untuk mengetahui pemahaman awal yang dimiliki sebelum mengikuti kegiatan pendampingan pendaftaran merek ini sekaligus mengetahui jenis usaha yang sedang dijalankan. Setelah itu peserta mengembalikan hasil *Pre test* yang telah diisi.

Kemudian dilanjutkan dengan acara pembukaan. Kegiatan ini dibuka langsung oleh sekertaris camat Kecamatan Kasihan, Ibu A. Nurwati, S.Sos yang menyambut baik kegiatan ini untuk mensupport para pelaku UMKM di Kecamatan Kasihan agar lebih produktif dan menghasilkan produk yang dapat bersaing di pasaran.



Gambar 1. Diskusi pemahaman tentang merek

Kegiatan ini menghadirkan dua orang narasumber yang kompeten di bidangnya untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terkait pendaftaran merek, yaitu Khoirul Anwar, S.H., M.H. selaku akademisi Fakultas Hukum Pawyatan Daha yang merupakan pengajar mata kuliah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) menjelaskan terkait apa itu merek serta pentingnya pendaftaran merek bagi pelaku UMKM dan Bapak Johan Komala Siswoyo, S.H. selaku operator Kekayaan Intelektual Kanwil Kemenkumham Yogyakarta yang memaparkan terkait prosedur pendaftaran merek secara online.



Gambar 2. Penjelasan Narasumber

Peserta sangat antusias dan interaktif dalam mengikuti kegiatan. Setelah seluruh rangkaian materi dipaparkan oleh kedua narasumber, maka dilanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi. Para peserta menyampaikan hambatan yang menyebabkan belum didaftarnya merek barang ataupun jasa yang diperjualbelikan karena masih kurangnya pemahaman prosedur pendaftaran merek berdasarkan UU Merek dan Indikasi Geografis, biaya yang tinggi, penggunaan teknologi ketika mendaftar secara online, dan kekhawatiran dalam pengenaan pajak untuk

usaha yang mereka jalankan.

Pak Johan menyampaikan bahwa saat ini ada program bantuan pemerintah, khususnya bagi pelaku UMKM dalam memberikan bantuan pendaftaran merek dengan harga yang relatif murah, bahkan gratis jika mengikuti program Dinas Koperasi dan UKM. Selain itu, pihak Kemenkumham juga dapat memberikan bantuan dalam mengawal pendaftaran merek pelaku UMKM. Selanjutnya Bapak Khoirul menambahkan bahwa untuk pengenaan pajak tidak perlu dirisaukan karena usaha yang dikenakan pajak adalah usaha yang memperoleh omzet Rp 500 juta per tahun sehingga untuk pelaku UMKM yang masih tergolong menengah ke bawah dalam memperoleh penghasilan banyak yang bebas pajak.

Setelah tanya jawab selesai, dilanjutkan dengan pemberian *Post test* kepada para peserta untuk mengetahui perubahan pemahaman dan seberapa besar keinginan peserta untuk melakukan pendaftaran merek terhadap produk barang atau jasa yang dimiliki.



Gambar 3. Tanya jawab tentang merek

Hasil dari *Pre test* dan *Post test* yang telah dibagikan kepada para pelaku UMKM mengenai motivasi peserta dalam mengikuti kegiatan pengabdian dapat terlihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tingkat Motivasi Peserta

No	Kategori	Persentase (%)
1.	Rendah	5,00
2.	Sedang	15,00
3.	Tinggi	80,00
Jumlah		100,00

Sumber: Analisis data primer, 2024

Berdasarkan hasil *Pre test* dan *Post test* yang dilakukan kepada 50 orang peserta memperlihatkan tingkat motivasi peserta dalam mengikuti kegiatan, dimana kategori rendah 5%, sedang 15%, dan tinggi 80%. Selain itu, para peserta juga aktif dan tertib dalam mengikuti seluruh rangkaian acara. Diskusi interaktif juga dilakukan oleh parapeserta. Berikut rincian hasil *Pre test* dan *Post test* yang telah dilakukan, antara lain:

Tabel 2. Hasil *Pre test* dan *Post test*

No.	Indikator	Persentase	
		<i>Pre Test</i>	<i>Post Test</i>
1.	Seberapa penting pendaftaran merek	98%	100%
2.	Pengetahuan hukum tentang merek	38%	88%
3.	Produk sudah memiliki merek	20%	26%
4.	Produk sudah memiliki merek dan terdaftar	8%	8%
5.	Tata cara pendaftaran merek secara online	0%	80%
6.	Ingin mendaftarkan merek produk usaha	88%	100%
7.	Menguasai IPTEK dalam marketing produk usaha	6%	60%
8.	Seberapa ingin kegiatan PKM ini berlanjut	100%	100%

Sumber : Analisis data primer, 2024

Sebelum mendengarkan materi, 98% peserta memahami pentingnya pendaftaran merek dan setelah mendengarkan materi secara keseluruhan, para peserta akhirnya 100% memahami pentingnya pendaftaran merek bagi produk usaha yang diperjualbelikan. Pengetahuan terkait adanya aturan hukum tentang merek saat *Pre test* hanya 38% yang mengetahui dan setelah mengikuti kegiatan meningkat menjadi 88% peserta yang mengetahui adanya UU Merek dan Indikasi Geografis. Dari 50 orang pelaku UMKM terdapat 20% yang telah memiliki merek untuk produk usahanya dan setelah memahami kriteria merek yang dapat didaftarkan meningkat menjadi 26% yang ingin membuat merek terhadap produk hasil usahanya.

Terkait prosedur dan mekanisme pendaftaran merek secara online tidak ada peserta atau 0% yang memahami dan setelah mendengarkan materi sebesar 80% peserta yang mengetahui prosedur dan mekanisme pendaftaran merek secara online. Selanjutnya 100% peserta ingin melakukan pendaftaran merek. Peserta yang tadinya hanya 6% yang memahami penggunaan Iptek dan meningkat menjadi 60% yang mengerti penggunaan iptek dalam marketing produk usaha. Kemudian 100% ingin agar kegiatan ini berkelanjutan. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil *Pre test* dan *Post test* secara keseluruhan memperlihatkan peningkatan pemahaman dan keinginan para peserta untuk melakukan pendaftaran merek dan pendampingan lebih lanjut. Berikut dokumentasi bersama narasumber dan para pelaku UMKM.



Gambar 5. Dokumentasi

Ibu A. Nurwati mengharapkan kegiatan ini dapat berkelanjutan agar pelaku UMKM lebih proaktif dalam melakukan pendaftaran merek produk yang diperjualbelikan. Hal ini direspon oleh bu Amaliyah selaku ketua tim dengan membuat tim kecil untuk melihat *progress* pencapaian kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Diharapkan pelaku UMKM di Kecamatan Lau dapat menjadi *role model* atau percontohan dalam melakukan pendaftaran merek bagi pelaku UMKM lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pendampingan Pendaftaran Merek bagi UMKM di Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul memberikan perubahan pemahaman yang signifikan akan pentingnya pendaftaran merek bagi pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan hasil *Pre Test* dan *Post Test* yang telah dilakukan kepada pelaku UMKM, dimana terdapat peningkatan pemahaman dan keinginan untuk melakukan pendaftaran merek dagang dan jasa yang dimiliki agar mendapatkan perlindungan hukum dan memiliki daya saing di pasaran.

Pemerintah daerah di Kecamatan Lau mengharapkan kegiatan ini dapat berkelanjutan agar pelaku UMKM lebih proaktif dalam melakukan pendaftaran merek terhadap produk yang mereka perjualbelikan. Oleh karena itu, sebagai bentuk *follow up* dan keberlanjutan program, maka dibuatlah *Whatsapp Group* untuk berkomunikasi secara interaktif antara pelaku UMKM, tim pengabdian, dan perwakilan kantor kementerian Hukum dan HAM Sulsel untuk memberikan pendampingan lanjutan dalam hal pendaftaran merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahlan Muhammad. (2017). Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 81-86.
<http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612>.
- Hafiluddin, M. R., Suryadi, & Saleh. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis “Community Based Economic Development” (Studi pada pelaku UMKM di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo). *Wacana, Jurnal Sosial dan Humaniora*, 17(2), hlm. 68–77.
<http://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/305/255>.
- Mrva, M., & Stachová, P. (2014). Regional Development and Support of SMEs – How University Project can Help. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, hlm. 617–626.
<http://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877042813055468>.
- Prasetya Y.A, Sugiharti, Fadhila Z.R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 03(01), 102-108.
<http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/1628>.
- Wa Ode Zusnita Muizu, Merita Benik, K. (2017). Pendampingan Pengelolaan UMKM di Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon-Jawa Barat. Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M) 2017 (Pp.100-103), 2017, hlm. 100–103.
- Wiyono Bambang, dkk. (2022). Permohonan Pendaftaran Merek Bagi UKM. *Pro Bono, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 82-85.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jbp/article/view/18616/9541>.