

SOSIALISASI DESA SADAR HUKUM “PENDAFTARAN HAK MEREK DI DALAM  
UMKM”

*SOCIALIZATION OF LEGAL AWARE VILLAGE "REGISTRATION OF TRADE  
RIGHTS IN MSMEs"*

**Antho Fathanudien, Dikha Anugrah**

Email: [anthonfathanudien79@gmail.com](mailto:anthonfathanudien79@gmail.com) , [dikha@uniku.ac.id](mailto:dikha@uniku.ac.id)

Universitas Kuningan

---

**Article History:**

Received: 30 Oktober 2022

Revised: 22 November 2022

Accepted: 1 Desember 2022

**Keywords:** Socialization, Legal  
Awareness, Trademark  
Registration

***Abstract:** Kuningan is one of the regencies in West Java where many residents participate in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). From these SMEs there are various types of MSME businesses. such as: Various Businesses, Trade, Agricultural Industry, and Non-Agricultural Industry. So many of these MSMEs also produce so many trademarks that are produced. However, there are still quite a number of MSME industry players who have not registered their trademarks due to limited capital and a lack of understanding of the benefits of trademark registration for the MSME industry. Thus, MSMEs that do not register their trademarks do not get legal protection, because a trademark will get legal protection if it has registered a mark. The implementation method used in this study is the steps of dedication, partner participation, expertise, and team member assignments. The location that is our focus point is in Cipancur Village, Kalimanggis District, Kuningan Regency, West Java Province. This method is used to convey legal counseling material that is cognitive but packed with fun information. In addition, the approach method used in Community Service is through the workshop approach method, lectures and then at the end of the event a question and answer is held, with this question and answer the community is given the opportunity to ask questions according to the theme of the extension, or the community can ask questions outside of a predetermined theme. The purpose of this activity program is to provide socialization for MSME business actors in Cipancur Village, Kalimanggis District, Kuningan Regency, West Java, especially related to: 1) Legal awareness of business actors regarding the importance of trademark registration for MSME business actors, and 2) Motivating MSME business actors to protect the product innovations it finds in the form of Intellectual Property, namely its Brand Rights.*

### Abstrak

Kuningan merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Jawa Barat dimana banyak warganya yang turut serta dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari UMKM ini terdapat berbagai jenis usaha UMKM. seperti: Aneka Usaha, Perdagangan, Industri Pertanian, Dan Industri Non Pertanian. Begitu banyak jumlah UMKM tersebut juga menghasilkan begitu banyak pula Merek dagang yang dihasilkan. Akan tetapi, masih cukup banyak pelaku industri UMKM yang belum mendaftarkan merek dagangnya dikarenakan terbatasnya permodalan dan minimnya pemahaman akan manfaat pendaftaran merek bagi industri UMKM. Dengan demikian, UMKM yang tidak mendaftarkan merek dagangnya tidak mendapatkan perlindungan hukum, sebab suatu merek dagang akan mendapatkan perlindungan hukum jika telah melakukan pendaftaran merek. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah langkah-langkah pengabdian, partisipasi mitra, kepakaran, dan tugas anggota tim. Adapun lokasi yang menjadi titik fokus kami yaitu di Desa Cipancur Kecamatan Kalimanggis Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi penyuluhan hukum bersifat kognitif namun dikemas dengan informasi yang menyenangkan. Selain itu metode pendekatan yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini melalui metode pendekatan workshop, ceramah kemudian diakhir acara diadakan tanya jawab, dengan tanya jawab ini masyarakat diberikan kesempatan untuk bertanya sesuai dengan tema penyuluhan, atau masyarakat dapat bertanya di luar tema yang telah ditentukan. Tujuan dari program kegiatan ini adalah memberikan sosialisasi bagi pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Cipancur Kecamatan Kalimanggis Kabupaten Kuningan Jawa Barat, terutama terkait dengan: 1) Kesadaran hukum pelaku usaha dalam pentingnya pendaftaran merk bagi pelaku usaha UMKM, dan 2) Memotivasi pelaku usaha UMKM untuk melindungi inovasi produk hasil temuannya dalam bentuk Kekayaan Intelektual yaitu Hak Mereknya.

**Kata Kunci:** Sosialisasi, Sadar Hukum, Pendaftaran Merek

### PENDAHULUAN

Perekonomian ekonomi global membawa dampak pertumbuhan ekonomi di

Indonesia. Pertumbuhan tersebut ditandai oleh tiga hal. Pertama, jumlah pengangguran dan setengah menganggur yang besar dan semakin meningkat. Kedua, proporsi tenaga kerja yang bekerja pada sektor industri di kota hampir tidak dapat bertambah dan mungkin semakin berkurang. Ketiga, jumlah penduduk dan tingkat pertumbuhannya sudah begitu pesat sehingga pemerintah tidak mampu memberikan pelayanan kesehatan, perumahan, dan transportasi yang memadai. Ketiga hal tersebut menjadi ciri khas dari setiap kota yang mengalami pertumbuhan kegiatan ekonomi dengan cepat. Keadaan tersebut menyebabkan persaingan di dunia usaha semakin ketat. Dalam merespon keadaan seperti ini, diperlukan keterlibatan dari berbagai pihak, baik pemerintahan desa, pemerintahan daerah, individu maupun sektor-sektor produktif lainnya seperti UMKM.

UMKM merupakan industri kreatif yang memproduksi produk atau jasa kreatif. Sebagai karya kreatifitas produk yang dihasilkan berupa karya intelektual yang perlu mendapat penghargaan yang memiliki nilai ekonomi sehingga perlu adanya perlindungan hukum. Industri ekonomi kreatif mempunyai karakteristik berbeda dengan industri pada khalayak umum. Jenis industri ini memiliki keterikatan dalam proses perwujudan suatu produk atau jasa yang berasal dari ide atau gagasan (*Intelecual Property*). Industri kreatif memiliki nilai ekonomi yang tinggi bagi kesejahteraan dan lapangan pekerjaan masyarakat serta terbukti dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara<sup>1</sup>.

Merek sangatlah berperan penting didalam penjualan suatu produk, terutama produk yang dijual oleh usaha mikro kecil menengah, memberikan merek terhadap barang yang dijualnya memudahkan konsumen untuk mengingat suatu produk.

<sup>1</sup> Latipah Nasution, *Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19*, Jurnal 'Adalah, Volume 4 Nomor 1 (2020), Pusat Studi Konstitusi dan Legislasi Nasional (POSKO-LEGNAS), Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, hlm 242.

Perlindungan hukum terhadap merek di Indonesia belum menjadi perhatian yang serius. Hal ini di berdasarkan pada rendahnya pengajuan permohonan pendaftaran merek dan maraknya sengketa terhadap merek. Selain itu rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya merek di bidang industri kreatif. Merek tidak hanya terpaku pada masalah teknis hukum, melainkan juga menyangkut kepentingan ekonomi. Pelanggaran terhadap merek menimbulkan kerugian bagi negara, penemu, masyarakat, juga membawa dampak terhadap hubungan ekonomi, sosial budaya, hukum dan bahkan dapat memicu ketegangan politik antar Negara.

Perlindungan merek di Indonesia menganut asas konstitutif (pendaftaran) dengan prinsip *first to file*. Artinya, Merek hanya mendapatkan perlindungan apabila Merek tersebut didaftarkan ke pemerintah melalui Kementerian Hukum dan Ham dan dalam hal ini terdapat di Direktorat Kekayaan Intelektual. Apabila UMKM memiliki produk baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan suatu merek namun tidak didaftarkan, maka pelaku usaha UMKM tersebut kehilangan perlindungan hukum atas mereknya.

UMKM sebagai suatu industri berskala kecil masih menganggap bahwa perlindungan kekayaan intelektual bukanlah merupakan hal yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan masih minimnya pendaftaran Merek UMKM di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Padahal, menurut pandangan *World Intellectual Property Rights* (WIPO), UMKM memiliki banyak potensi untuk tumbuh kembang inovasi dan kreativitas atas produk. Namun, sayangnya kesadaran pengusaha UMKM akan pentingnya pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual untuk mendukung kegiatan usaha mereka masih rendah<sup>2</sup>

Namun merek yang belum didaftarkan akan menjadi mudah di curi oleh para pesaing usaha di era Globalisasi yang seperti ini, dimana persaingan ketat dan menghalalkan segala cara untuk membuat usahanya lebih maju dan sukses. Dalam hal ini perlu adanya kesadaran oleh para pemilik usaha dagang agar mendaftarkan mereknya agar mendapatkan perlindungan hukum.

---

<sup>2</sup> Andrew Betlehn & Prisca Oktaviani Samosir, *Upaya perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia* Jurnal Law and Justice. Volume 3, Nomor 1, April 2018. Hal 7.

Kesadaran pentingnya merek bagi pengembangan bisnis, meskipun telah disadari oleh kebanyakan pengusaha, namun masih kurang disadari oleh kalangan pengusaha mikro dan kecil. Pengusaha mikro dan kecil kurang menyadari pentingnya merek karena mereka masih menganggap mengurus merek itu prosedurnya rumit dan berbelit-belit serta biayanya mahal. Manfaat merek juga tidak langsung dapat segera dirasakan dalam jangka pendek sehingga para pengusaha mikro dan kecil kurang antusias mengurus pendaftaran mereknya<sup>3</sup>.

Kesadaran pendaftaran merek oleh pengusaha UMKM ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual merupakan suatu kesadaran hukum yang ada. Kesadaran hukum dengan hukum mempunyai kaitan yang erat sekali. Kesadaran hukum merupakan faktor dalam penemuan hukum. Bahkan Krabbe menyatakan bahwa sumber dari segala hukum adalah kesadaran hukum<sup>4</sup>.

Upaya meningkatkan kesadaran hukum sangat perlu dilakukan agar masyarakat tergerak hatinya dalam kepemilikan merek terdaftar, agar produksinya makin maju dengan perluasan pasar yang signifikan. Kesadaran hukum ini terkait dengan kurangnya sosialisasi hukum, kurangnya pengetahuan dan kondisi budaya hukum masyarakat. Pengetahuan tentang cara perolehan merek dan pembuatannya dapat dilakukan dengan sosialisasi dan berbagai pelatihan. Jika masyarakat telah sering diberikan sosialisasi, maka diharapkan pengetahuan hukum meningkat, budaya hukum untuk melindungi produk sendiri pun muncul, sehingga seiring dengan meningkatnya kesadaran hukum pun maka jumlah merek terdaftar akan meningkat. Masyarakat harus dibekali tentang pentingnya merek bagi usahanya dan bagaimana mengelola bisnisnya agar selalu terlindungi hukum, pemahaman itikad baik dalam pendaftaran merek dan pelaksanaan bisnisnya.

Pendaftaran merek pun harus dilakukan dengan itikad baik. Itikad baik ini sangat penting dalam hukum merek karena berhubungan dengan persaingan bisnis dan reputasi pemilik merek. Menurut Pasal 4 dan 5 Undang-undang Tentang merek, terdapat kualifikasi merek yang tidak dapat didaftar dan yang ditolak.

Merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon

---

<sup>3</sup> Serfiyani, Cita Yustisia, Iswi Hariyani dan Serfianto, *Buku Pintar HAKI DAN WARISAN BUDAYA*, Gadjah Mada University Press, 2017, hlm 128

<sup>4</sup> Krabbe dalam v.aveldoorn, *pengetahuan Ilmu hukum*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita, hal 9

yang beritikad tidak baik., juga mereka tidak dapat didaftar bila mereka tersebut mengandung salah satu unsur a) bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku, b) moralitas agama, c) kesusilaan, d) ketertiban umum, e) tidak memiliki daya pembeda, f) telah menjadi milik umum, g) merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Masyarakat UMKM diberikan sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan insentif prodeo (gratis) perolehan merek terdaftar, tentu industri mereka makin percaya diri memasuki area global dan MEA. Mereka juga harus dibekali bagaimana cara perolehan Hak Kekayaan Intelektual utamanya cara pembuatan merek dan pendaftarannya, hukum kontrak dan penyelesaian sengketa hukum khususnya dalam bidang hukum bisnis.

Hambatan kurangnya pengetahuan hukum dan insentif serta fasilitas legalitas merupakan hal yang perlu diberikan perhatian khusus oleh pemerintah, selain bantuan perolehan Kekayaan Intelektual, pelbagai pelatihan produksi, teknik, dan manajemen. Peran organisasi juga perlu diaktifkan agar mampu melakukan agregasi secara kelompok menuju peningkatan produksi yang lebih baik. Peran Dinas Koperasi dan UMKM sangat diharapkan mampu menyokong usaha kecil ini. Mereka belum memahami betul apa pentingnya keterkenalan mereka, apa perlunya merek terdaftar, bagaimana jika mereknya melanggar terdaftar milik orang lain. Pengetahuan tentang fungsi merek belum dikenali, seperti halnya fungsi pembeda yakni membedakan produk satu UMKM dengan produk UMKM lain, fungsi jaminan reputasi yakni selain sebagai tanda asal usul produk juga secara pribadi menghubungkan reputasi produk bermerek tersebut dengan produsennya, sekaligus memberi jaminan kualitas akan produk tersebut, fungsi promosi yakni merek juga digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk baru dan mempertahankan reputasi produk lama yang diperdagangkan, sekaligus untuk menguasai pasar, dan fungsi rangsangan investasi dan pertumbuhan industri yakni merek dapat menunjang pertumbuhan industri melalui penanaman modal baik asing maupun dalam negeri dalam menghadapi mekanisme pasar bebas.

Dalam rangka memberi kepastian hukum pada penggunaan merek, maka di samping penerapan regulasi yang tepat, juga perlu dibarengi penegakan hukum. Mengikuti pendapat Soekanto<sup>5</sup> bahwa faktor-faktor penegakan hukum terdiri atas adalah faktor hukumnya sendiri, penegak hukumnya, sarana dan fasilitas penegakan hukum, masyarakat dan kebudayaan, maka perlu pembangunan budaya hukum yang bias menumbuhkan kesadaran hukum masyarakat makin meningkat seiring laju perkembangan bisnisnya. Ini bisa dimulai dengan dengan sosialisasi, pengayaan pengetahuan melalui forum ilmiah dan pelbagai penyuluhan dan pelatihan, pendampingan hukum dan *need assessment* terhadap aspirasi masyarakat akan perlunya hukum baik bersifat penegakan hukum preventif maupun represif serta kebijakan pemerintah dan perhatian/kepedulian instansi terkait. Juga diperlukan pendampingan dalam hal manajemen dan pemasaran serta link kerja sama dan pemanfaatan Informasi Teknologi untuk kebutuhan promosinya.

Ketersediaan sarana dan prasarana bisnis yang memadai dengan sumber daya alam yang cukup, sumber daya manusia yang cukup dengan skill yang cukup (meskipun sebagian besar ingin naik dari usaha kecil ke usaha menengah), merupakan faktor pendukung upaya pengayaan materi hukum utamanya hukum bisnis/kontrak maupun penyadaran hukum Merek yang dilakukan. Dengan kesadaran mengikuti perkembangan bisnis, sifat keramahan, dan keterbukaan terhadap informasi yang akan diberikan, maka menjadi bekal potensial dalam upaya peningkatan kesadaran hukum tentang pentingnya kepemilikan merek terdaftar. Kepemilikan merek terdaftar sangat penting bagi tumbuhnya iklim bisnis yang lebih baik di kalangan home industry UMKM, agar mampu bersaing di era MEA ini, merajai pasar domestik dan mampu mengenalkan produknya dengan brandmark di pasar luar negeri. Mereka perlu diberi pengetahuan hukum yang cukup bagaimana perolehan merek terdaftar serta perkembangannya supaya menjadi merek terkenal di suatu hari nanti.

---

Soerjono Soekanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta, Raja

Grafindo, 2012, hlm. 8-9

<https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Karunia>

Mencermati faktor penghambat dan pendukung kesadaran hukum UMKM ini, maka diperlukan pemecahan masalah berupa revitalisasi peran baik dari pihak pemerintah dan instansi terkait, maupun dari diri UMKM sendiri akan mampu berdaya guna. Perlu dilakukan pemberdayaan masyarakat dalam perlindungan kekayaan intelektual yang tentu saja mengacu pada program pemberdayaan pemerintah. Memberdayakan merupakan suatu proses yang dilakukan oleh pemerintah dan/atau kelompok berbasis komunitas untuk mengelola sekaligus melindungi hak kekayaan intelektual yang dimilikinya. Salah satu strategi yang dapat dikembangkan dalam memberdayakan masyarakat dalam mengelola dan melindungi adalah dengan konsep partisipatif. Pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif diarahkan untuk mengelola sekaligus melindungi hak kekayaan intelektual yang dimilikinya. Seperti diketahui bahwa secara konseptual pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif dapat dijelaskan :<sup>6</sup>

- a. Pemetaan potensi wilayah, yang meliputi potensi SDA, SDM, kondisi sosial budaya, ketersediaan sarana prasarana sosial ekonomi serta potensi perekonomian.
- b. Melakukan analisis dari hasil pemetaan potensi untuk menentukan beberapa alternatif pengembangan usaha.
- c. Analisis kelayakan dari berbagai pilihan usaha yang telah ditetapkan sebagai dasar dalam menentukan usaha yang akan dijadikan fokus (usaha inti), usaha pendukung, usaha terkait, usaha hulu, dan hilir serta lembaga-lembaga yang akan melakukan support pada pengembangan usaha.
- d. Output yang diharapkan dengan konsep ini adalah penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi wilayah, pertumbuhan investasi dan penurunan angka kemiskinan.

Pembinaan perilaku dan kesadaran hukum juga tidak bisa dilihat sebagai sesuatu yang berdiri sendiri, tanpa menyadari, bahwa ada semacam syarat yang sebaiknya dipenuhi seperti kesejahteraan ekonomi. Menargetkan pembinaan kesadaran hukum dan perilaku di tengah-tengah kesulitan ekonomi rakyat bisa

---

<sup>6</sup> EndangPurwaningsih, *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi, Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM*,Setara Press, 2019, hlm. 28-29.

digolongkan sebagai suatu program yang sulit dicapai. Sebenarnya untuk mencari bentuk ataupun sistem perundangan yang tepat perlu ditumbuhkan kesadaran hukum dan partisipasi berbagai pihak baik masyarakat maupun pemerintah.

Dengan meningkatnya arus modernisasi dan globalisasi, proses perubahan dari kesadaran komunal menjadi lebih individual akan terjadi. Konsep Kekayaan Intelektual yang individualisme telah membuka mata hati masyarakat tidak terkecuali para UMKM. Mereka perlu motivasi untuk mendaftarkan merek, yang tentu saja perlu didampingi dan diberikan perhatian khusus. Jadi solusi hukum terhadap permasalahan merek terdaftar yang sebagian besar belum dimiliki oleh UMKM dapat dimulai dengan mengatasi masalah budaya hukum, mengangkat produk UMKM, dan menumbuhkan kesadaran hukum masyarakat untuk menjaga dan melindunginya, melestarikan dengan tetap berproduksi, menciptakan kreasi baru, dan memberikan tanda pembeda melalui merek dengan mendaftarkannya ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Pemerintah dan masyarakat selayaknya mampu memadukan peran untuk membangun dan memperkuat budaya dan pengembangan teknologi agar saling mengisi demi perlindungan kepentingan nasional. Penguasaan dan pembentukan budaya harus dilakukan secara berkesinambungan dan terus menerus sehingga secara bersinergi dapat menumbuhkan kesadaran hukum yang diinginkan. Peran- peran lain seperti konsultan, instansi terkait lain secara interaktif saling mengisi, sehingga mampu meberikan landasan yang kuat bagi tumbuh kembangnya pemajuan iptek, pemberdayaan SDM dan penguasaan hukum.

Direktorat Jenderal HKI, Dinas Pariwisata, dan Pemerintah Daerah biasanya ingin sekali menonjolkan ikon suatu daerah agar lebih go nasional ataupun internasional, untuk itu demi menunjang perlindungan merek, diharapkan bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan secara berkesinambungan dengan cara memantau perkembangan bantuan yang diberikan, selain itu juga, masyarakat mengharapkan lembaga ini memegang tugas penting antara lain :

- 1) Melakukan pendataan produk UMKM.

- 2) Membuatkan ikon industri daerah yang layak jual baik nasional dan internasional dengan mengangkat produk UMKM.
- 3) Memberikan pelatihan bidang teknis, manajemen, hukum dan pemasaran.
- 4) Memfasilitasi perolehan merek terdaftar terhadap produk UMKM.

Jadi sebenarnya merek terdaftar dan merek terkenal sebagai cermin reputasi sekaligus pembeda yang menandai produk, sangat penting dalam dunia investasi, baik industri maupun UMKM. Saat ini dengan adanya UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis masyarakat ataupun produsen juga investor wajib memperhatikan indikasi geografis terdaftar juga merek terdaftar, jika akan mendaftarkan mereknya. Masyarakat produsen (perkumpulan/asosiasi) atau Pemerintah Daerah dapat mendaftarkan indikasi geografis daerahnya.

Apabila sebuah merek yang dimiliki oleh pengusaha mikro kecil menengah tersebut belum didaftarkan maka merek tersebut belum memperoleh haknya yaitu memperoleh perlindungan Hukum.

Maka dari itu untuk memperoleh perlindungan hukum akan merek yang dimilikinya, para pengusaha UMKM dapat mendaftarkan mereknya. Hal tersebut dijamin didalam pasal 3 Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang berbunyi “Hak atas Merek diperoleh setelah Merek Tersebut didaftarkan”.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode sosialisasi dan observasi yang menjelaskan bahwa perlindungan hukum produk UMKM melalui pendaftaran merek di Kementerian Hukum dan HAM dan DJKI sangat penting dan juga menjelaskan tentang mekanisme dan alur pendaftaran merek di DJKI. Peserta akan melakukan diskusi dan tanya jawab dengan pemateri terkait pendaftaran merek untuk mendapatkan perlindungan hukum produk UMKM. Adapun biaya untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat diselenggarakan dengan biaya sendiri, dengan tujuan untuk memenuhi Beban Kerja Dosen (BKD). Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2022, pukul 09.00-12.00 Wib yang diselenggarakan kelompok 62 KKN 2022 yang bekerjasama dengan Desa Cipancur Kecamatan Kalimanggis Kabupaten

Kuningan. Pengabdian bertempat di Gedung serbaguna Desa Cipancur Kecamatan Kalimanggis Kabupaten Kuningan yang merupakan subjek di dalam pengabdian masyarakat yang dilaksanakan. Metode kualitatif merupakan analisis data dalam pengabdian masyarakat tersebut.

Adapun tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, adalah:

1. Pada tahapan ini tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan survei ke salah satu UMKM yang ada di Desa Cipancur Kecamatan Kuningan yang ada di Kabupaten Kuningan sudah berdiskusi dengan Kepala Desa Desa Cipancur dan Ketua UMKM mengenai kendala UMKM tersebut. Selanjutnya Tim pengabdian masyarakat mewawancarai ketua UMKM dan tim PKM menyiapkan seluruh materi yang akan dipaparkan pada saat sosialisasi dengan dibantu oleh bagian teknis pelaksanaan dari mahasiswa KKN Universitas Kuningan.
2. Tahap pelaksanaan  
Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2022, dengan beberapa sesi yaitu memberikan materi dan sharing pengalaman.
3. Tahap Evaluasi  
Pada sesi ini dilakukan diskusi terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM dan tanya jawab terkait dengan mekanisme dan alur pendaftaran merek di DJKI, sehingga Tim pengabdian masyarakat dapat menganalisa apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM sebagai evaluasi untuk dapat dianalisis
4. Tahap penyusunan laporan  
Pada tahap penyusunan laporan akhir dilakukan setelah dilaksanakan sosialisasi dan mendapatkan hasil evaluasi, yang dibuatkan dalam bentuk laporan akhir yang akan diserahkan kepada LPPM Universitas Kuningan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun hasil dari pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan, yaitu:

1. Temuan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat  
Subjek dalam pengabdian ini adalah pelaku UMKM di Desa Cipancur Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan yang masih banyak belum

mengetahui bahwa perlindungan hukum terhadap merek produk UMKM sangat penting dan masih banyak yang belum memahami mekanisme, prosedur dan alur pendaftaran merek di DJKI.

2. Kegiatan pengabdian masyarakat yang memberikan kontribusi kepada pelaku usaha UMKM

Kontribusi para tim pengabdian masyarakat kepada para pelaku usaha UMKM yaitu memberikan pemahaman pentingnya pendaftaran merek demi produk yang mereka hasilkan sehingga mendapatkan perlindungan hukum dan kepastian hukum bagi produknya dan adanya peningkatan jumlah merek terdaftar pada produk UMKM di Desa Cipancur Kecamatan Kalimanggis Kabupaten Kuningan.

3. Diskusi dan tanya jawab peserta dengan pemateri

Pada sesi diskusi dan tanya jawab membahas tentang apa itu merek, prosedur dan alur pendaftaran merek. Pengabdian kepada masyarakat pada sesi pemotoan bersama dengan kepala desa, aparat desa setempat dan mahasiswa KKN Universitas Kuningan didokumentasikan pada gambar berikut:





Tabel Capaian Pengabdian

kegiatan	Jumlah keseluruhan peserta	Jumlah peserta yang paham	Jumlah peserta yang tidak paham	keterangan
Penyampaian teori	25 orang	75%	25%	Pemahaman materi
Sesi tanya jawab	25 orang	97%	3%	Sesi sharing, berbagi pengalaman serta pemahaman materi yang telah disampaikan

Sumber: Hasil Analisis (2022)

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, ada beberapa mekanisme, alur dan proses pendaftaran merek terkait dengan hasil diskusi dan tanya jawab pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, yaitu:

- a. Permohonan pendaftaran Merek dapat dilakukan secara elektronik atau non-elektronik dalam bahasa Indonesia yang diajukan oleh Pemohon ataupun menggunakan Kuasa.
- b. Tanggal, bulan, dan tahun Permohonan; nama lengkap, kewarganegaraan, dan alamat Pemohon; nama lengkap dan alamat, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dicantumkan dalam melakukan prosedur permohonan. Jika pemohon mengajukan permohonan melalui Kuasa maka harus menyertakan surat kuasa. Dan jika Merek yang dimohonkan pendaftarannya menggunakan unsur warna maka pendaftar harus memberikan keterangan warna; nama negara dan tanggal permintaan Merek yang pertama kali dalam hal Permohonan diajukan dengan Hak Prioritas; dan kelas barang dan/atau kelas jasa serta uraian jenis barang dan/atau jenis jasa.

- c. Surat pernyataan kepemilikan merek yang dimohonkan pendaftarannya harus menandatangani surat Permohonan oleh Pemohon atau Kuasanya sesuai dengan prosedur DJKI.
- d. Pada ayat (5) yang diatur didalam Peraturan Pemerintah, Permohon wajib melampiri bukti pembayaran biaya yang ditentukan per kelas barang dan/atau jasa, dan melampiri label Merek Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- e. Merek yang berupa bentuk 3 (tiga) dimensi, maka label Mereknya dilampirkan dalam bentuk karakteristik. Merek juga dapat berupa suara, yang dilampirkan berupa notasi dan rekaman suara sebagaimana sesuai yang dimaksud pada ayat (4).

Mekanisme, prosedur juga alur pendaftaran merek dagang, telah dipahami oleh pelaku usaha UMKM termasuk dengan pentingnya pendaftaran merek sebagai upaya perlindungan hukum terhadap produk UMKM yang dihasilkan, merupakan tujuan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dan untuk hasil yang maksimal, pelaku UMKM perlu juga diberikan pendampingan hukum terutama untuk memperoleh legalitas merek maupun legalitas produk UMKM dengan sertifikat merek yang dikeluarkan oleh DJKI yang berstatus legal hukum.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Diawal dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu pelaku UMKM masih banyak yang belum memiliki dan mengetahui bahwa pentingnya perlindungan hukum produk UMKM melalui pendaftaran merek, sehingga banyak produk UMKM yang belum didaftarkan. Setelah dilakukannya Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan dengan melakukan sosialisasi terkait dengan Pendaftaran Merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, pelaku UMKM memahami dan tertarik untuk mendaftarkan produk UMKM mereka. Dan pelaku UMKM pun memahami ketentuan-ketentuan hukum terkait dengan perlindungan hukum produk para pelaku UMKM, sehingga perekonomian para pelaku UMKM pun dapat meningkat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Desa Cipancur, Aparat Desa, Ketua UMKM, masyarakat Cipancur, mahasiswa KKN Universitas Kuningan dan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). sehingga Penyuluhan ini terselenggara dengan baik dan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Endang Purwaningsih, *Hak Kekayaan Intelektual dan Investasi, Kajian HKI dalam Dunia Investasi termasuk pada UMKM*, Setara Press, 2019.

Krabbe, *Pengetahuan Ilmu hukum*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 2017

Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta, 2003.

Serfiyani, Cita Yustisia, Iswi Hariyani dan Serfianto, *Buku Pintar HAKI DAN WARISAN BUDAYA*, Gadjah Mada University Press, 2017.

Soerjono Soekanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta, Raja Grafindo, 2012.

### **Artikel/ Jurnal:**

Andrew Betlehn & Prisca Oktaviani Samosir, *Upaya perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia* Jurnal Law and Justice. Volume 3, Nomor 1, April 2018.

Endang Purwaningsih, dkk. *Penyuluhan Hukum Informasi dan Transaksi elektronik Bagi Para Guru dan Siswa SDN 05 Cempaka Baru Kemayoran Jakarta Pusat*, Jurnal ABDIMAS UNMER Malang, Vol. 3 Desember 2018.

Latipah Nasution, *Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19*, Jurnal 'Adalah, Volume 4 Nomor 1 (2020), Pusat Studi Konstitusi dan Legislasi Nasional (POSKO-LEGNAS), Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.