

MEMBUMIKAN PENDAFTARAN MEREK BAGI PELAKU UMKM DI DESA TRASAN KECAMATAN BANDONGAN KABUPATEN MAGELANG

Rani Pajrin^{1*}, Kuswan Hadji², Jihad Lukis Panjawa³

^{1,2,3}Universitas Tidar

Email: ranipajrin@untidar.ac.id

ABSTRAK

Merek merupakan salah satu aspek penting dalam mengenali dan melindungi suatu produk yang beredar di pasaran. Perlindungan merek sistemnya dilaksanakan secara first to file maka penting bagi pelaku usaha untuk mendaftarkan merek produknya sehingga secara hukum dilindungi hak-haknya sebagai pemegang merek. Sosialisasi dan edukasi dalam rangka pendaftaran merek bagi pelaku UMKM dilakukan di Desa Trasan sebagai upaya dalam membumikan hak kekayaan intelektual khususnya hak merek. Dari hasil kegiatan yang telah dilakukan bahwa para pelaku usaha masih minim pengetahuan akan hukum kekayaan intelektual khususnya dalam rangka pendaftaran hak merek. Usaha yang dilakukan para pelaku UMKM masih secara konvensional. Kajian ini memberikan manfaat terhadap tingkat pengetahuan maupun tingkat kesadaran hukum terhadap proses pendaftaran merek bagi pelaku UMKM di Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi tentang hukum merek menghasilkan tingkat pengetahuan dan sikap pelaku UMKM meningkat. Muncul kepatuhan hukum pada tahap compliance yaitu mulai muncul pengharapan terhadap perlindungan hukum terhadap merek terdaftar.

Kata Kunci: Hak Merek, Pelaku Usaha, Desa Trasan, Hak Kekayaan Intelektual

1. PENDAHULUAN

Di Era perdagangan global pentingnya pendaftaran merek memiliki manfaat dalam menjaga persaingan usaha yang sehat, melindungi kepentingan konsumen dan industri dalam negeri serta para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Persaingan usaha yang sehat tanpa adanya peniruan maupun pemalsuan merek menjadikan suatu keniscayaan didalam mewujudkan persainagan usaha yang sehat. Pada kondisi ini mengakibatkan pentingnya perlindungan bagi pemegang hak merek terdaftar. Persaingan usaha yang tidak sehat khususnya pemalsuan merek terdaftar merupakan persaingan usaha pada karakteristik perse illegal. Perse illegal yang dimaksud ialah suatu kegiatan bisnis yang secara mutlak dilarang undang-undang sehingga tidak terdapat ruang pembenaran pada aspek bisnis tersebut. Pemalsuan dalam

DedikasiMU (Journal of Community Service)**Volume 7, Nomor 1, Maret 2025**

bidang merek terjadi tidak hanya memalsukan barang atau jasanya tetapi juga memalsukan nama mereknya (Arifin and Iqbal 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Makara Mas tentang dampak ekonomi pemalsuan di Indonesia terdapat enam jenis barang yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Persentase produk palsu

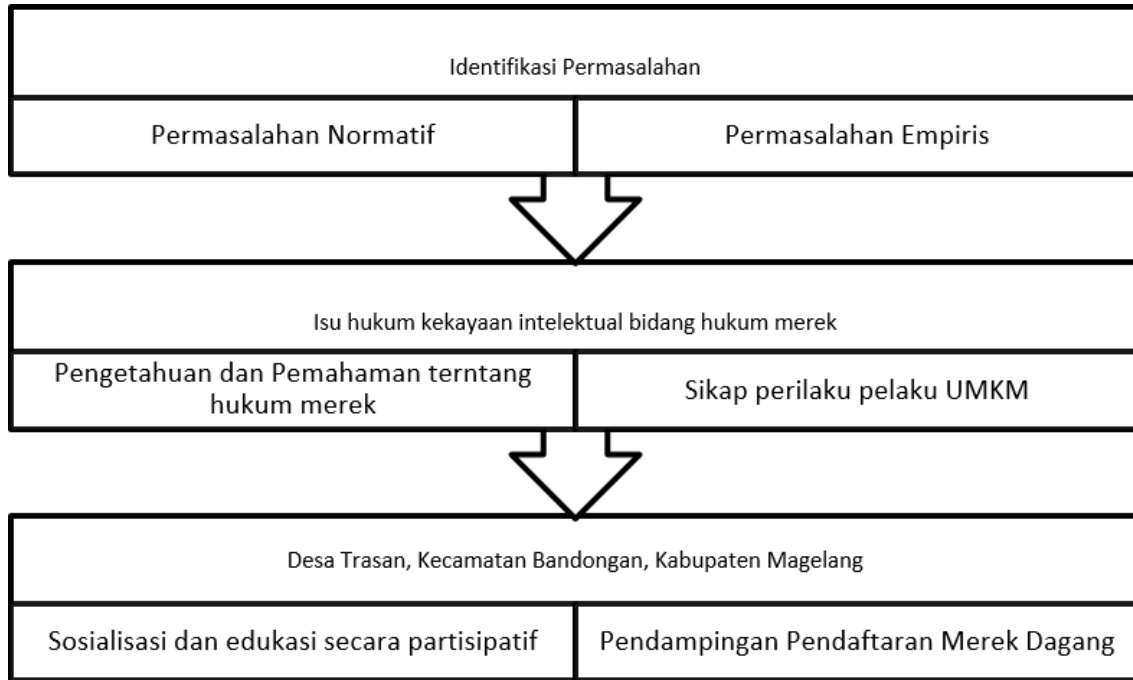
Produk	Persentase Produk Palsu
Software	33,50%
Kosmetika	12,60%
Farmasi	3,80%
Pakaian	38,90%
Barang dari kulit	37,20%
Makanan dan minuman	8,50%

Dari data diatas dapat terlihat bahwa terjadi pemalsuan terhadap barang-barang yang sering digunakan oleh konsumen atau masyarakat. Dari survey yang dilakukan terdapat produk pakaian menjadi angka tertinggi produk yang dipalsukan. Kondisi ini tentu dapat merugikan bagi pemegang hak merek maupun konsumen dari produk tersebut. Urutan yang kedua terjadi pada produk-produk barang dari kulit. Kondisi ini juga berdampak terhadap kerugian bagi pemegang merek maupun konsumen. Kemudian produk yang lain diurutan ketika merupakan software yang digunakan dalam komputer maupun laptop yang terinstal secara illegal. Software secara illegal tentu merugikan bagi pemilik atau pemegang software yang kemudian diduplikasi. Produk yang keempat merupakan kosmetika yang kemudian dipalsukan baik produknya maupun merek produknya. Kondisi ini tentu mengkhawatirkan ditengah masyarakat karena konsumen tidak mengetahui bahan-bahan yang digunakan dalam produk kosmetika palsu. Kita sering mendengar terjadi kerugian kesehatan bagi konsumen dikarenakan menggunakan produk kosmetika yang palsu. Produk kelima hasil survey makanan dan minuman. Kita memiliki lembaga yang mengawasi tentang Obat dan Makanan. Namun realitnya masih ditemukan produk-produk makanan palsu. Kondisi ini tentu mengkhawatirkan karena produk tersebut dikonsumsi dan masuk kedalam tubuh manusia. Apabila produk tersebut palsu maka dampak kesehatan juga tidak dapat jamin kesehatanya dan manfaatnya bagi tubuh. Data hasil survey terbut tentu menjadikan perhatian bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap upaya-upaya pencegahan agar adanya upaya meminimalisir pemalsuan produk-produk yang beredar didalam masyarakat.

2. METODE

Kegiatan yang akan dilakukan dalam program ini ialah melakukan sosialisasi dan

edukasi terhadap Pelaku usaha mikro kecil menengah di wilayah Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang. Kegiatan ini tentu penting dalam rangka memberikan pemahaman terdapat para pelaku usaha mikro kecil menengah agar mereka memiliki kesadaran hukum khususnya kesadaran hukum terhadap hukum merek. Selain meningkatkan pemahaman pentingnya pemahaman tentang hukum merek kegiatan ini tentu memberikan peluang dalam melakukan pengembangan usahanya sehingga dapat berjalan secara berkelanjutan karena memperoleh perlindungan hukum atas merek yang didaftarkan.



Gambar 1. Tahapan Pemecahan Masalah

Metode tersebut diharapkan mampu menemukan persoalan secara mendasar tentang belum sadarnya para pelaku usaha di wilayah Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang. Model partisipatif yang diterapkan mampu mengidentifikasi persoalan mendasar sehingga solusi yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan yaitu timbulnya kesadaran pendaftaran akan merek dagang

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan dan pemahaman tentang hukum merupakan keniscayaan bagi seluruh lapisan masyarakat. Terdapat asas yang menyebutkan bahwa masyarakat dianggap tahu akan hukum yang berlaku. Namun demikian secara umum masyarakat awam hanya mengetahui tentang peraturan perundang-undangan secara terbatas, terlebih pengetahuannya hanya sebatas pesan maupun perintah moral dan tanpa mengetahui peraturan perundangan mana yang

DedikasiMU (Journal of Community Service)**Volume 7, Nomor 1, Maret 2025**

mengaturnya (Hita 2023). Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2011 tentang bantuan hukum merupakan undang-undang yang menjadi dasar sebagai upaya dalam meningkatkan pemahaman hukum, maka diperlukan penyuluhan hukum bagi masyarakat dalam kondisi ekonomi lemah (Hutama and Sabijanto 2023).

Sosialisasi dalam rangka meningkatkan pengetahuan serta pemahaman hukum yang dilakukan di Desa Trasan melibatkan para pelaku UMKM yang terbagi menjadi beberapa jenis usaha seperti kuliner, produksi produk kemasan, industri kerajinan tangan, jual beli produk, jasa reparasi elektronik. Keseluruhan pelaku UMKM yang hadir memang belum memiliki merek dagang yang terdaftar. Data peserta yang secara keseluruhan mengikuti program pendaftaran merek dagang bagi pelaku UMKM sebagai berikut:

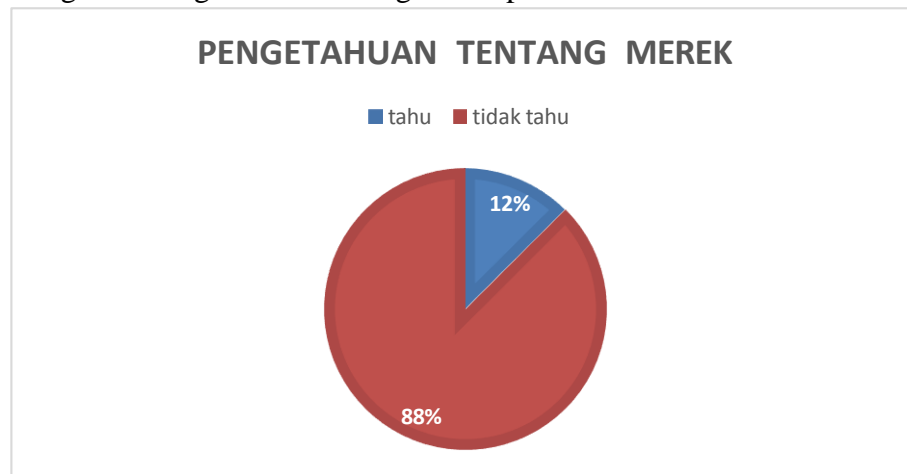
Tabel 2. Daftar peserta pelaku usaha di lingkungan Desa Trasan

No	Nama	Jenis Usaha
1	Sum	Toko Kelontong
2	Jam	Produsen Kripik
3	Umi	Toko Kelontong
4	SM	Penjual Baju
5	Bu	Bengkel Motor
6	NR	Penjual pewangi laundry
7	AAS	Service HP
8	MH	Produsen Peyek
9	MF	Toko Kelontong
10	Suj	Bengkel Motor
11	YR	Penjahit
12	As	Kripik kimpul
13	Sum	Batagor
14	YS	Jahe Instan
15	Jam	Salad buah
16	Zae	Interior mobil
17	Mus	Warung sembako
18	Win	Penjahit
19	NAR	Souvenir
20	RY	Es Teh
21	NA	Nasi gudeg
22	Jum	Catering
23	RN	Warung kopi
24	FA	Mochi

Hasil observasi dan wawancara dengan 24 responden tersebut belum adanya pelaku UMKM di Desa Trasan yang memiliki merek dagang bagi produk maupun jasa yang

diperdagangkan. Tingkat pengetahuan tentang regulasi atau proses-proses pendaftaran merek belum dimiliki atau dikuasai oleh mereka. Minimnya literasi akan hukum merek menjadikan usaha yang dilakukan masih sangat tradisional. Kondisi yang demikian maka penting adanya upaya dalam meningkatkan pengetahuan tentang hukum merek di Desa Trasan. Dari data yang diperoleh oleh tim, bahwa tingkat pemahaman pelaku UMKM di Desa Trasan dapat dilihat pada diagram dibawah ini.

Bagan 1. Pengetahuan tentang merek pelaku UMKM di Desa Trasan



Berdasarkan dengan data tersebut hanya sebanyak 3 pelaku UMKM atau setara 12 % dari 24 Pelaku UMKM yang memahami tentang hukum merek. Kondisi ini tentu belum ideal apabila dikaitkan dengan kesadaran hukum masyarakat terhadap hukum merek apabila tingkat pengetahuan masyarakat hanya 12% dari 24 pelaku UMKM. Minimnya pengetahuan akan hukum merek karena mereka tidak mampu mengakses baik dari sikap perilaku yang menganggap bahwa belum penting dalam melakukan pendaftaran merek bagi mereka. Merek pada dasarnya merupakan tanda yang memiliki fungsi sebagai penanda produk tertentu yang tentunya bermanfaat bagi konsumen maupun produsen. Konsumen akan lebih mudah mendapatkan produk yang dicari apabila memiliki tanda. Sedangkan produsen bahwa merek merupakan suatu penanda dalam rangka memperkenalkan produknya melalui merek. Selain itu merek juga merupakan bukti kepemilikan terhadap suatu produk tertentu.

UMKM sendiri merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan pilar perekonomian yang turut serta menggerakkan perekonomian negara. UMKM terbukti mampu tumbuh dan berkembang ditengah krisis termasuk ditengah pandemic covid-19. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah membagi menjadi 3 bagian yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Yang dimaksud dengan usaha mikro ialah usaha produktif dapat dilakukan oleh perorangan atau badan usaha perorangan. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang-cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung.

DedikasiMU (Journal of Community Service)**Volume 7, Nomor 1, Maret 2025**

Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung (Inayah 2019).

Tabel 3. Katagorisasi usaha mikro, kecil dan menengah

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

No	Penjelasan	Mikro	Kecil	Menengah
1	Kekayaan bersih	Paling banyak Rp. 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan	Paling sedikit Rp. 50.000.000,00 sampai dengan Rp. 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan	Paling sedikit Rp. 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2	Hasil penjualan	Penjualan paling banyak Rp. 300.000.000,00	Penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00	Penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00

Dalam hal perlindungan merek adalah first to file artinya perlindungan hukum bagi pendaftar pertama di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual. Pemahaman mengenai pendaftar pertama menjadi penting dikarenakan adanya potensi kesamaan antara nama merek yang sudah terdaftar dengan nama merek yang belum terdaftar. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terdapat beberapa hal nama-nama yang memiliki kesamaan pada pokoknya. Pemahaman tentang pendaftar pertama menjadi penting karena dikemudian hari akan menimbulkan sengketa apabila nama merek tersebut telah ada pihak yang mendaftarkan terlebih dahulu.

Sikap dan perilaku tentang pendaftaran merek bagi pelaku UMKM Kelurahan Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang menjadi penting karena proses awal munculnya kesadaran akan pentingnya pendaftaran merek diawali dengan sikap dan perilaku. Membangun kesadaran hukum didalam masyarakat dimulai dengan melakukan pemahaman hukum terhadap masyarakat secara Berkelanjutan. Berbagai upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kesadaran hukum agar tergerak hatinya dalam terhadap kepemilikan merek yang terdaftar supaya produksinya semakin maju dan meningkatkan pasar secara signifikan.

DedikasiMU (Journal of Community Service)**Volume 7, Nomor 1, Maret 2025**

Berdasarkan data yang diperoleh saat sosialisasi dan pendampingan maka sikap terhadap hukum merek masih rendah dikarenakan belum adanya pelaku usaha di wilayah Desa Trasan yang mendaftarkan merek dagangnya di DJKI. Selain belum memahami secara teknis mereka juga masih beranggapan bahwa merek dagang berjumlah penting karena sejauh ini usaha yang mereka lakukan telah menghasilkan keuntungan meskipun belum memiliki merek terdaftar. Pada sisi yang lain mereka sebetulnya telah sadar akan pentingnya merek hal ini terbukti dari hasil observasi hampir semua pelaku UMKM telah memiliki nama usahanya meskipun tidak terdaftar di DJKI.

Dalam mewujudkan sebuah kesadaran hukum maka sikap dan perilaku dari masyarakat perlu adanya kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan. Kepatuhan dapat terwujud apabila pengetahuan terhadap hukum dipahami secara mendalam dikalangan masyarakat. Dalam konteks hukum merek maka para pelaku usaha termasuk UMKM perlu memahami hukum merek secara mendalam. Dari hasil observasi dan wawancara dalam metode Focus Grup Discussion (FGD) menunjukkan bahwa pengetahuan pelaku UMKM terhadap hukum merek di kalangan pelaku UMKM di Desa Trasan masih rendah. Hanya 12 % pelaku UMKM yang tahu tentang hukum merek, kondisi ini tentu agak kesulitan mengukur sikap dan perilaku sedangkan yang tahu tentang hukum merek hanya 12 % saja dari peserta FGD. Dengan demikian maka sosialisasi dan edukasi terhadap hukum merek bagi kalangan UMKM menjadi sangat penting dan mendasar dalam pembangunan ekonomi secara berkelanjutan. Tanpa adanya merek maka reputasi dari produk tentu diragukan serta keberlanjutan dari produk juga akan rendah karena secara prinsip merek dari sebuah produk tidak ada.

Dalam konteks hukum maka perlindungan terhadap suatu produk tertentu juga tidak ada karena secara prinsip first to file atau siapa yang mendaftar pertama itulah yang memperoleh perlindungan akan merek. Produk yang istimewa dikalangan konsumen maka perlu ada upaya perlindungan secara berkelanjutan yaitu hukum merek. Menurut Kelman dalam membedakan tentang kepatuhan hukum dibedakan menjadi 3 hal yaitu compliance, identification, internalization. Pada poin compliance merupakan kepatuhan yang timbul dikarenakan adanya suatu pengharapan terhadap imbalan maupun menghindarkan diri dari sanksi. Pada poin kedua yaitu identification merupakan kepatuhan yang timbul bukan dikarenakan nilai intrinsik tetapi menjaga tentang keutuhan kelompok atau menjaga hubungan dengan para pemegang kekuasaan. Poin ketiga, internalization merupakan kepatuhan hukum secara intrinsik serta kaidah yang sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini. Proses yang dilakukan didalam sosialisasi dan edukasi bagi pelaku UMKM di Desa Trasan merupakan upaya dalam mewujudkan kepatuhan hukum kekayaan intelektual yaitu hukum merek. Kondisi yang terjadi pada pelaku UMKM belum adanya kepatuhan hukum baik compliance, identification maupun internalization (Fathanudien, Budiman, and Tendiyanto, 2021).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan Sosialisasi dan Edukasi secara bertahap pengetahuan dan sikap pelaku UMKM di Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Bandongan mulai meningkat. Sikap dan perilaku mulai meningkat minimal pada tahapan compliance yaitu ada pengharapan perlindungan terhadap produk barang maupun jasa. Secara kualitatif adanya ketertarikan terhadap informasi yang baru yang tentunya berkaitan dengan aspek urgensi dari pendaftaran merek. Tantangan dalam proses pendaftaran bagi pelaku UMKM ialah aspek biaya dan tingkat pengetahuan masyarakat terhadap hukum merek. Para pelaku UMKM masih berhitung biaya pendaftaran merek dengan dampak bisnis yang diterima oleh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Andanawari, S., Harta, P., & Suhar, S. (2021). Analisis Pendapatan Usaha Ternak Ayam Petelur (Studi Kasus di Desa Kedungsari dan Desa Trasan Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang). *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 18(33). JICNUSANTARA.COM.
- Arifin, Zaenal, and Muhammad Iqbal. (2020). “Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar.” *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1): 47. doi: 10.26623/jic.v5i1.2117.
- Arrosyid, A. Z. (2017). Resistensi Petani Terhadap Penjualan dan Persewaan Sawah Kepada Warga Luar Desa (Studi Kasus di Desa Trasan Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang Jawa Tengah). *SINTESA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(2). JICNUSANTARA.COM.
- Fathanudien, Anthon, Haris Budiman, and Teten Tendiyanto. (2021). “Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat dalam Memahami Pendaftaran Merek bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.” *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(03): 286–92. doi: 10.25134/empowerment.v4i03.5094.
- Herpindo, S. S., Hanif, M. N., Yudhanto, W., & Afiq, M. N. (2023). Literasi Digital Pembuatan Deskripsi Katalog Dwibahasa Produk UMKM di Desa Trasan, Kabupaten Magelang. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 1(4), 417–423. JOURNAL.INSTITERCOM-EDU.ORG.
- Hita, Lely. (2023). “Sosialisasi Mengenai Pentingnya Hukum Dimasyarakat Desa Kutawargi Karawang.” *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1): 2942–51.
- Hutama, Vina, and Virly Vidiasti Sabijanto. (2023). “Meningkatkan Kesadaran Hukum di Kalangan Masyarakat Marginal Melalui Penyuluhan.” *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, 2(2): 212–18. doi: 10.57251/multiverse.v2i2.1130.
- Inayah. (2019). “Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perlindungan Kekayaan.” *Law and Justice Journal*, 4(2): 120–36.
- Malau, L. R. E., & Ginung, Y. A. (2021). Analisis Pendapatan dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Penerapan System Rice of Intensification (SRI) di Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS*

DedikasiMU (Journal of Community Service)

Volume 7, Nomor 1, Maret 2025

(Journal of Agribusiness Management), 9(01). JICNUSANTARA.COM.

Prihastiwi, D. A., Astutik, E. P., & Retnosari, R. (2023). Pelatihan “Pepak Jatra” Pengemasan, Branding, dan Sistem Pembukuan Sederhana pada Jamu Tradisional Desa Trasan Kabupaten Magelang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 3(1). JICNUSANTARA.COM.

Rahmawati, D., & Putri, L. (2024). Analisis Dampak Penggunaan Katalog Web terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 45–60.