

SOSIALISASI MEREK KEPADA KELOMPOK WANITA TANI BAROKAH SEBAGAI NILAI TAMBAH PRODUK

Faranita Ratih L¹, Ani Nuraeni², Dwi Yuni Hastati³, Wien Kuntari⁴

^{1,2,3,4} Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor

e-mail: faranita@apps.ipb.ac.id, aninuraeni@apps.ipb.ac.id,

dwiyunisuyatma@apps.ipb.ac.id, wienkunt@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk usaha yang memiliki peran penting pada perekonomian Indonesia. Salah satu aset yang dimiliki oleh badan usaha adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang terdiri dari Hak Cipta dan Hak Kekayaan Industri terdiri atas paten, merek, desain industri, rahasia dagang dan desain tata letak sirkuit terpadu. Sebagai suatu aset maka perlu adanya perlindungan hukum atas HKI yang dimiliki oleh badan usaha. Pada kenyataannya masih sedikit UMKM yang paham dan telah mendaftarkan HKI yang dimilikinya. Untuk membantu meningkatkan nilai tambah dan diversifikasi produk olahan singkong maka dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Benteng Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor dengan sasaran Kelompok Wanita Tani Barokah dengan salah satu topiknya adalah sosialisasi merek sebagai salah satu HKI. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode demonstrasi pembentukan *Cassava Strip Pastry* sosialisasi tentang merek sebagai usaha untuk meningkatkan nilai tambah produk olahan singkong. Dari kegiatan ini Kelompok Wanita Tani Barokah mendapatkan pengetahuan baru tentang pembuatan *Cassava Strip Pastry* dan pentingnya merek bagi produk yang telah dihasilkan. Dengan kegiatan ini diharapkan meningkatkan nilai tambah dari produk olahan singkong yang telah dihasilkan dan menjadi usaha yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi warga Desa Benteng.

Kata Kunci : Hak Kekayaan Intelektual, Merek, UMKM

Abstract

Small and Medium Enterprises (MSMEs) is one form of business that has an important role in the Indonesian economy. One of the assets owned by business entities is Intellectual Property Rights (IPR) consisting of Copyright and Industrial Property Rights consisting of patents, brands, industrial designs, trade secrets and integrated circuit layout design. As an asset, there needs to be legal protection of IPR owned by business entities. In fact, there are still few MSMEs who understand and have registered the IPR. To help increase the added value and diversification of cassava processed products, community service activities are carried out in Desa Benteng, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor with the target of the Kelompok Wanita Tani Barokah with one of the topics being brand socialization as one of the IPR. This activity was carried out by demonstration method of cassava strip pastry socialization about the brand as an effort to increase the added value of cassava processed products. From this activity the Kelompok Wanita Tani Barokah gained new knowledge about the manufacture of Cassava Strip Pastry and the importance of the brand to the products that have been produced. With this activity is expected to increase the added value of cassava processed products that have been produced and become a sustainable and useful business for the residents of Desa Benteng.

Keyword: Intellectual Property Rights, Brands, MSMEs

PENDAHULUAN

Salah satu prioritas pemerintah pada transformasi ekonomi nasional adalah usaha kecil mikro dan menengah (UMKM). Pelaku UMKM memiliki peran penting pada ekonomi nasional sehingga mendapatkan perhatian khusus sebagai akibat pandemi Covid 19. UMKM berperan sebagai tulang punggung ekonomi nasional dan menggerakkan usaha domestik seperti yang disampaikan oleh Menteri UMKM Teten Masduki (Irawan, 2020). Pada masa pandemi Covid 19 pemerintah memberikan insentif subsidi bunga kepada pelaku UMKM. Pemberian insentif ini mengingat UMKM mampu bertahan saat Indonesia mengalami krisis tahun 1998. Dengan insentif ini UMKM diharapkan dapat bertahan dan bangkit di masa pandemi Covid 19 dan ikut serta menggerakkan perekonomian nasional.

Sistem perdagangan bebas saat ini adalah sebuah tantangan dan kesempatan yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM. UMKM diharapkan tidak hanya kuat di dalam negeri tetapi dapat mengembangkan usahanya dan bersaing di pasar luar negeri. Untuk memperkuat daya saing maka UMKM dapat memanfaatkan Kekayaan Intelektual saat mengembangkan usahanya.

Kekayaan intelektual yang dikenal di masyarakat sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) terdiri atas Cipta, Merek, Paten, Desain Industri, Rahasia Dagang dan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu. HKI memiliki nilai ekonomis sehingga merupakan aset bagi badan usaha dalam mengembangkan usahanya, termasuk untuk UMKM. Sebagai suatu aset maka HKI milik badan usaha perlu diberikan perlindungan. Perlindungan HKI diberikan oleh negara setelah memenuhi kriteria dan syarat yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan. Walaupun HKI memiliki peranan penting untuk pengembangan usaha sangat disayangkan kesadaran pengusaha UMKM pentingnya pemanfaatan HKI yang dimilikinya masih rendah (Sardjono et al., 2013). Menurut Menteri Hukum dan HAM Yasona H. Laoly pengusaha UMKM yang mengajukan pendaftaran merek dagang masih rendah yaitu 10.632 UMKM dari 64,1 juta pelaku UMKM yang telah mengajukan pendaftaran merek (Catriana, 2020).

Merek adalah salah satu bagian dari HKI yang berperan sebagai penanda serta pembeda dari produk barang atau jasa. Selain itu merek berperan juga sebagai penanda reputasi dari produk barang atau jasa. Merek yang tersemat pada produk barang atau jasa akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli atau tidak produk tersebut. Salah satu persoalan penerapan HKI, salah satunya tentang merek, oleh UMKM adalah kurangnya kesadaran pentingnya HKI untuk perkembangan bisnis UMKM seperti yang disampaikan sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan kurangnya pengetahuan tentang HKI termasuk anggapan proses pendaftarannya yang sulit.

Kelompok Wanita Tani Barokah yang berlokasi di Desa Benteng di Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor adalah salah satu pelaku usaha kecil yang telah menghasilkan produk olahan berbahan dasar singkong yang sudah dipasarkan dengan jangkauan yang masih terbatas. Produk pangan berbahan dasar singkong yang telah dihasilkan diantaranya adalah tepung mocaf, sawut dan keripik singkong. Produk-produk tersebut telah dikomersialkan tetapi belum memiliki merek yang terdaftar. Untuk meningkatkan nilai tambah serta diversifikasi produk dari produk olahan singkong maka dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pembuatan cassava strip pastry yang disertai sosialisasi pengetahuan dasar tentang merek. Kegiatan ini bertujuan tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk olahan singkong tetapi juga menjadikan usaha berkelanjutan. Selain itu diharapkan usaha berkelanjutan ini bermanfaat tidak hanya bagi Kelompok Wanita Tani Barokah tetapi juga warga sekitar di Desa Benteng.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Benteng ini dilakukan melalui sosialisasi dengan Kelompok Wanita Tani Barokah yang menghasilkan produk olahan singkong. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar tentang merek termasuk usaha perlindungannya. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu:

Tahap Persiapan

Pada tahapan ini dilakukan koordinasi antara tim pengabdian masyarakat dan perwakilan dari Kelompok Wanita Tani Barokah. Koordinasi ini dilakukan agar pelaksanaan kegiatan sesuai dengan protokol kesehatan dengan menentukan jumlah peserta dan ketersediaan ruang di Desa

Benteng. Bagi tim pengabdian masyarakat pada tahapan ini menyiapkan materi yang akan diberikan kepada peserta sasaran kegiatan pengabdian masyarakat.

Tahap Pelaksanaan

Pada waktu yang ditetapkan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan sesuai materi yang disampaikan oleh tim. Sebelum tim pengabdian masyarakat menyampaikan materi, peserta diberikan *pre-test* untuk mengetahui pengetahuan dasar dari materi yang akan disampaikan. Pada tahapan ini peserta dari Kelompok Wanita Tani Barokah berjumlah 15 orang. Salah satu materi yang disampaikan adalah pentingnya merek bagi produk olahan singkong yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani Barokah. Materi disampaikan dengan bentuk ceramah dengan dibantu media *slide powerpoint* dan video. Selain media ini juga ditampilkan merek beberapa produk yang tersedia sebagai contoh langsung dari materi yang disampaikan.



Gambar 1. Demonstrasi Pembuatan *Cassava Strip Pastry* dan Pemberian Materi Tentang Merek

Tahap Evaluasi

Setelah seluruh materi disampaikan maka dilakukan evaluasi atas materi yang disampaikan. Untuk mengetahui keberhasilan peserta menerima materi yang disampaikan maka dilakukan *post test* kepada peserta. Pertanyaan yang disampaikan kepada peserta dalam bentuk pertanyaan tertutup untuk mengetahui pemahaman atas materi yang telah disampaikan.



Gambar 2. Tim Pengabdian Masyarakat Dosen Mengabdi dan Anggota Kelompok Wanita Tani Barokah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia telah memiliki seperangkat peraturan perundang-undangan bidang HKI, salah satunya adalah Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Tentang Merek). Pada dunia perdagangan merek berfungsi sebagai pembeda barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Selain sebagai pembeda merek berfungsi sebagai alat promosi dan penanda reputasi atas barang atau jasa tersebut. Sesuai dengan fungsinya maka merek menjadi

salah satu aset penting yang dapat memberikan keuntungan bagi badan usaha. Mengingat pentingnya merek ini maka perlu diberikan perlindungan hukum sebagai objek terhadap hak-hak perseorangan atau badan hukum (Sutedi, 2009).

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Pemilik merek terdaftar dapat menggunakan mereknya selama 10 tahun dan dapat diperpanjang. Negara akan memberikan perlindungan bagi pemilik merek terdaftar dari perbuatan curang atau pelanggaran hak atas merek oleh produsen lain. Hal ini sesuai dengan asas konstitutif dengan prinsip *first to file* yang dianut Indonesia untuk pendaftaran merek guna mendapatkan perlindungan dari negara (Hidayah, 2017).

Perlindungan atas merek diberikan oleh negara apabila merek tersebut didaftarkan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Hanya merek yang memenuhi syarat akan diterima pendaftarannya. Pada pemeriksaan substantif merek akan diperiksa merek yang ditolak pendaftarannya sesuai ketentuan yang berlaku.

UMKM sebagai salah satu bentuk badan usaha memerlukan merek sebagai penanda dari barang atau jasa yang dihasilkannya. Untuk mendukung pengembangan UMKM, pemerintah memberikan bantuan kepada UMKM. Salah satu bantuan yang diberikan oleh pemerintah adalah mempermudah proses pendaftaran merek dengan mengurangi biaya pendaftaran merek bagi UMKM (Betlehn & Samosir, 2018). Dengan kemudahan ini diharapkan banyak UMKM mendaftarkan mereknya. Pada kenyataannya walaupun telah diberikan kemudahan oleh pemerintah masih banyak UMKM yang belum mendaftarkan HKI yang dimilikinya termasuk merek. Kesadaran UMKM terhadap HKI menjadi salah satu faktor untuk dapat menghadapi perdagangan bebas (Adaninggar et al., 2016).

Pada kegiatan pengabdian masyarakat Pembuatan *Cassava Strip Pastry* salah satu materi yang diberikan adalah sosialisasi merek sebagai salah satu strategi untuk menambah nilai produk olahan singkong yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani Barokah. Sebelum materi disampaikan, peserta diberikan pertanyaan tentang materi kegiatan pengabdian masyarakat termasuk pertanyaan tentang merek seperti fungsi merek dan hal-hal yang dilarang dilakukan terhadap merek terdaftar. Pertanyaan-pertanyaan ini untuk mengetahui pengetahuan yang dimiliki oleh anggota Kelompok Wanita Tani Barokah tentang merek.

Pada tahap kedua kegiatan pengabdian masyarakat ini, kepada peserta disampaikan materi tentang merek. Penyampaian materi dilakukan dengan cara ceramah dengan menampilkan *slide powerpoint* dan video tentang kegunaan merek. Video tentang merek ini mempermudah peserta untuk memahami tentang merek. Selain dengan kedua bahan tersebut pemaparan materi tentang merek juga dibantu dengan barang-barang di sekitar tempat kegiatan pengabdian masyarakat yang mencantumkan merek. Pada bagian ini disampaikan contoh dua jenis air minum dalam kemasan dari dua merek yang menampilkan nama, logo dan warna yang berbeda yang menjadi penanda dari air minum dalam kemasan tersebut. Untuk menyampaikan salah satu fungsi merek sebagai penanda reputasi produk, kepada peserta diminta untuk memilih air minum dalam kemasan yang tersedia. Seluruh peserta memilih satu jenis air minum dalam kemasan karena air minum dalam kemasan tersebut sudah terkenal dan memiliki nama baik.

Bagian selanjutnya dari sosialisasi merek ini adalah prosedur pendaftaran merek yang saat ini dapat dilakukan secara *online*. Pada bagian ini juga disampaikan kemudahan dari pemerintah bagi pelaku UMKM yang mendaftarkan merek. Pada bagian selanjutnya disampaikan materi tentang hal-hal yang termasuk pelanggaran merek. Dengan bantuan video ditampilkan pemberitaan pelanggaran merek yang berakibat penjatuhan sanksi kepada pelakunya. Tujuan materi ini agar

peserta tidak melakukan pelanggaran merek yang nantinya dapat merugikan dirinya dan kegiatan usahanya.

Untuk melengkapi penyampaian materi tentang merek maka dibuka ruang diskusi bagi peserta untuk tanya jawab tentang merek. Pada bagian ini peserta menunjukkan antusiasme dengan menyampaikan beragam pertanyaan merek. Hal ini karena produk yang mereka hasilkan hanya diberikan etiket label seadanya. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan peserta diantaranya adalah tips untuk membuat merek termasuk merek yang akan didaftarkan dapat diterima pendaftarannya dan langkah-langkah yang perlu dipersiapkan untuk pendaftaran merek.

Pada bagian akhir kegiatan peserta diberikan kembali pertanyaan tentang materi kegiatan pengabdian masyarakat ini. Berdasarkan hasil tes ini diketahui ada peningkatan nilai peserta. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta cukup mengerti dan memahami materi yang disampaikan, termasuk materi tentang merek. Sebagian besar peserta telah memahami bahwa merek berfungsi sebagai pembeda serta penanda reputasi dari produk. Dari hasil tes ini juga diketahui bahwa peserta memahami bahwa menggunakan merek terdaftar sebagai merek untuk produknya adalah salah satu bentuk pelanggaran hukum. Selain hasil tes pada kegiatan ini dihasilkan rancangan kasar merek untuk *Cassava Strip Pastry* yang nantinya akan peserta hasilkan.

Tabel 1 Hasil pre-test dan post test peserta kegiatan

Uraian	Nilai (%)
Pre-test	85,71
Post-test	94,29

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat Pembuatan *Cassava Strip Pastry* dapat disimpulkan bahwa peserta cukup memahami pengetahuan tentang peningkatan nilai tambah produk olahan singkong, termasuk materi tentang merek. Dari hasil *post test* yang dilakukan ada peningkatan nilai tes yang menunjukkan bahwa peserta telah mendapat pemahaman lebih lanjut tentang merek. Pengetahuan dasar tentang merek menjadi pembuka wawasan bagi Kelompok Wanita Tani Barokah pentingnya merek untuk produk yang dihasilkannya. Pengetahuan dasar tentang merek juga mencegah terjadinya pelanggaran merek seperti penggunaan merek yang telah terdaftar sebelumnya yang dapat merugikan usaha yang telah dirintis oleh Kelompok Wanita Tani Barokah.

SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat Pembuatan *Cassava Strip Pastry* diharapkan dapat berjalan berkesinambungan berupadampingan pembuatan merek dan pendaftaran merek untuk produk olahan singkong yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani Barokah. Pada pendampingan pembuatan merek dapat melibatkan dosen atau mahasiswa dari jurusan desain untuk membantu mendesain merek untuk produk dari Kelompok Wanita Tani Barokah. Pada kegiatan lanjutan ini Kelompok Wanita Tani Barokah dapat memberikan ide-ide kepada tim pengabdian masyarakat berikutnya untuk membantu mendesain merek untuk produknya. Selain itu Kelompok Wanita Tani Barokah mulai mempersiapkan dokumen-dokumen persyaratan yang diperlukan untuk pendaftaran merek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kelompok Pengabdian Masyarakat Dosen Sekolah Vokasi IPB mengucapkan terima kasih kepada Kelompok Wanita Tani Barokah beserta perangkat Desa Benteng Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor Jawa Barat yang telah berpartisipasi pada kegiatan ini. Selain itu ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Pertanian Bogor yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adaninggar, A. W., Saptono, H., & Roisah, K. (2016). Perlindungan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terkait Hak Kekayaan Intelektual Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1–11.
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM di Indonesia. *Jurnal Law & Justice*, 3(1), 3–11.
- Catriana, E. (2020, July 17). *Dari 64,1 Juta UMKM, Baru 10.632 yang Mengurus Merek Dagang*. <https://Money.Kompas.Com/Read/2020/07/17/161100826/Dari-64-1-Juta-Umkm-Baru-10.632-Yang-Mengurus-Merek-Dagang>.
- Hidayah, K. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Setara Press.
- Irawan, K. I. (2020, June 20). UMKM Terpukul Krisis Akibat Pandemi Covid 19. *Kompas*. Diunduh dari <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/06/20/umkm-terpukul-krisis-akibat-pandemi-covid-19/>
- Sardjono, A., Prastyo, B. A., & Larasti, D. G. (2013). Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Usaha UKM Batik Di Pekalongan, Solo dan Yogyakarta. *Hukum Dan Pembangunan*, 4(44), 496–517.
- Sutedi, A. (2009). *Hak Atas Kekayaan Intelektual*. Jakarta: Sinar Grafika.