
**PENGARUH PENDAFTARAN MEREK DAGANG
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN INDUSTRI RUMAH TANGGA
DI MASA PANDEMI COVID-19**

Yuli Heriyanti

Program Studi S1 Hukum, Fakultas Hukum
Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Email : yuliheryanti2@gmail.com

ABSTRAK

Home industry is an example of business and is the livelihood of the general public in Indonesia. This can be found in every region in Indonesia which has a home industry which is generally a regional specialty food or drink. As a home industry that is hereditary makes this business does not develop. This is caused by the marketing system that is still traditional and the community's lack of knowledge about the development of information technology. This online media has never been utilized by businesses in terms of developing the selling power of their products. The development of information technology at this time finally paid off with the growing popularity of home-based products and typical Indonesian food to the corners of the world. Some typical foods that are marketed have a variety of mentions in each region with the same ingredients. The variety of names makes the need for a brand that can identify the product. The brand will give more value to the product because with the brand, businesses can collaborate with third parties to market their products. With the Law No. 20 of 2016 concerning Brands and Geographical Indications and electronic commerce as well as training on the use of information technology to the general public will facilitate in terms of increased revenue, time efficiency both for production, marketing and sales processes.

Key Words : Home Industry, Brands, Information Technology

PENDAHULUAN

Industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara luas dan pengertian secara sempit. Dalam pengertian secara luas, industri mencakup semua usaha dan kegiatan di bidang ekonomi yang bersifat produktif. Sedangkan pengertian secara sempit, industri atau industri pengolahan adalah suatu kegiatan yang mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dalam hal ini termasuk kegiatan jasa industri dan pekerjaan perakitan (assembling) (Nugroho, 2013).

Merek dagang adalah setiap tanda atau kombinasi dari tanda yang mampu membedakan barang atau jasa dari satu badan ke badan usaha lain. Tanda tersebut meliputi kata, termasuk nama perorangan surat, angka, unsur-unsur figuratif dan kombinasi warna juga kombinasi tanda (Agus Sardjono, Brian Amy Prasetyo, 2013).

Maraknya industri rumah tangga yang ada di wilayah Kabupaten Kampar menandakan geliat di sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) dan UMKM, meskipun telah produktifnya para pelaku industri tetapi hasil produksi belum dikenal secara luas atau nasional dikarenakan penjualan produk hanya seputar pasar-pasar yang ada di wilayah Kabupaten Kampar. Dalam upaya memperluas jaringan dagang maka Bapak Kholil sebagai pengusaha Kerupuk Obung mendaftarkan merek dagang, produksi kerupuk bapak Kholil memiliki beragam produk berupa kerupuk ubi kayu. Kerupuk ubi kayu ini terbagi lagi menjadi beberapa macam, yaitu: kerupuk ubi kayu balado, kerupuk ubi kayu mentah dan kerupuk ubi kayu kuning.

Kerupuk ubi kayu kuning ini untuk beberapa daerah dikenal dengan nama yang berbeda yaitu untuk wilayah Bangkinang masyarakat lebih sering menyebutnya kupuk obung, wilayah Salo menyebutnya kerupuk kuning sedangkan wilayah Kuok dan Air Tiris menyebutnya dengan kerupuk tujin. Dengan hanya mengandalkan hari pasar disetiap daerah yang ada di Kabupaten Kampar maka, pendapatan mereka hanya didapat sebanyak jumlah kerupuk yang mereka bawa dan terjual pada hari pasar. Dalam seminggu biasanya mereka hanya berjualan dua kali sesuai dengan jarak pasar dengan tempat tinggal mereka. Ada juga yang hanya berjualan sebanyak satu kali dalam seminggu atau tidak sama sekali karena sakit. Akhirnya ini menghambat perkembangan wilayah penjualan yang secara otomatis juga mengurangi tingkat pendapatan mereka. Pemasaran yang sangat tradisional ini juga disebabkan karena mereka tidak memiliki merek dan kemasan yang menarik. Dengan kemasan dari pembungkus plastik seadanya membuat nilai produk tidak dapat ditingkatkan. Untuk rasa yang gurih sebenarnya usaha kerupuk ini dapat dikembangkan secara luas karena rasa tersebut disukai secara umum oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dan juga selera Warga Negara Asing. Oleh karena itu sudah semestinya produksi rumahan tersebut dimaksimalkan melalui merek dagang dan penjualan secara online dimedia sosial. Dengan adanya merek juga memungkinkan untuk melakukan kerjasama dengan pihak ketiga dalam rangka memperluas pemasaran dan peningkatan *income*.

METODOLOGI

Penelitian Pengaruh pendaftaran merek dagang terhadap peningkatan penjualan industry rumah tangga di masa pandemi Covid 19. Adalah:

Pengambilan data diambil di tempat pembuatan kerupuk obung, dengan mengumpulkan data penjualan selama 2 bulan sebelum menggunakan merek dagang. Data setelah menggunakan merek dagang diambil selama satu bulan.

Pengolahan data berdasarkan penjualan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh teknologi informasi terhadap jumlah penjualan hasil industri rumah tangga di masa Pandemi Covid-19.

Perkembangan zaman membuat industri teknologi dan informasi semakin bergerak maju dan berkembang dengan pesat. Revolusi industri 4.0 mampu mengubah segala sendi kehidupan masyarakat dari mulai pola perilaku, gaya hidup, cara orang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidup, metode kerja dan transaksi keuangan, peluang bisnis dengan berbagai kompleksitas adaptasi dan tranformasi pengalaman hidup dalam aktivitas keseharian masyarakat Indonesia. Kemajuan teknologi memungkinkan terjadinya otomatisasi hampir di semua bidang. Teknologi dan pendekatan baru yang menggabungkan dunia fisik, digital, dan biologi secara fundamental akan mengubah pola hidup dan interaksi manusia.

Permasalahan yang umum ditemui, banyak dari pelaku usaha masih enggan mengenal teknologi internet untuk mengembangkan usahanya. Padahal pemanfaatan teknologi, informasi, dan jaringan internet semakin mudah dijangkau dan digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Dalam bisnis skala kecil dan menengah, memaksimalkan penjualan dan pendapatan barang atau jasa merupakan hal penting untuk bertahan di situasi krisis seperti saat ini. Karyawan di divisi penjualan tentu akan berusaha keras untuk membaca setiap peluang demi meningkatkan penjualan. Namun, proses administrasi seringkali menjadi hambatan melaksanakan tugas utama mereka dengan optimal. Selama ini, adopsi penggunaan teknologi ini masih didominasi oleh perusahaan besar karena dianggap sebagai teknologi yang eksklusif dan berbiaya mahal. Padahal sebaliknya, manfaat *cloud* bagi UKM untuk meningkatkan kinerja, tentu dengan biaya relatif murah. Dalam penerapannya, *cloud* hanya membutuhkan jaringan internet karena memiliki *server* yang terpusat. Menurut definisinya, *cloud* merupakan proses pengolahan daya komputasi melalui jaringan internet yang berfungsi menjalankan program melalui komputer yang telah terkoneksi satu sama lain pada waktu yang sama. *Cloud* adalah teknologi yang menjadikan internet sebagai pusat *server* untuk mengelola data dan aplikasi pemilik usaha. Dalam arti, **UKM** dapat dengan mudah mengakses informasi melalui internet dan menjalankan program tanpa harus menginstal aplikasi terlebih dahulu.

Disadari atau tidak, peran teknologi sudah sangat membantu masyarakat dalam melakukan pencegahan penyebaran virus corona. Perkembangan teknologi yang semakin maju dinilai memiliki dampak positif dalam menghambat penyebaran virus corona. Dengan penerapan pembatasan interaksi, masyarakat akan lebih bergantung pada gadget mereka. Aktivitas sehari-hari, hiburan, hubungan sosial, hingga kebutuhan logistik bisa dengan mudah diakses melalui gadget masing-masing.

Berkaca dari kasus penyebaran covid maka sudah selayaknya pemanfaat media online pada saat sekarang diperlukan dalam hal pemasaran produk industri rumah tangga. Sebagian besar industri rumah tangga yang menggunakan teknologi informasi berupa media sosial maupun memiliki website tetap bertahan dan tidak terdampak dan mengalami kenaikan yang signifikan. Contoh dilapangan seperti usaha rumahan Rendang, kita dapat lihat bahwa di *online store*/toko online, produksi dari industri rumah tangga tidak mengalami penurunan bahkan meningkat. Hal ini dikarenakan konsumen lebih banyak melakukan pembelian dengan menggunakan aplikasi media online dibandingkan harus membeli langsung ke pasar. Untuk makanan seperti oleh-oleh sebuah daerah sebutlah kerupuk sanjai Cristine Hakim khas Padang, merupakan salah satu usaha dari industri rumah tangga yang dapat dibeli melalui online tanpa konsumen harus datang ke Padang. Usaha kerupuk sanjai ini memanfaatkan momen berkembangnya teknologi informasi dengan memakai online store atau bergabung dengan website seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya. Produk-produk lain dari usaha rumahan Christine Hakim lainnya adalah rendang suwir. Rendang suwir memiliki bentuk seperti abon dengan cita rasa bumbu rendang yang khas, dan produk ini dijual secara online juga.

Pengaruh merek terhadap industri rumah tangga di masa Pandemi Covid-19.

Pertama-tama merek merupakan nama atau panggilan yang akan di"cap"kan disetiap produk yang dipasarkan. Merek ini umumnya berfungsi untuk menciptakan persepsi konsumen. Produk yang memakai merek dapat memberikan keuntungan atau manfaat tidak hanya bagi penjual. Tetapi juga pembeli, akan tetapi sebaliknya penggunaan merek yang salah juga dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan yang memasarkan produk tersebut.

Merek sendiri memiliki beberapa fungsi, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai daya pembeda dari suatu produk barang atau jasa antara satu produsen dengan produsen lainnya;
2. Sebagai tanda untuk mengidentifikasi asal barang dan jasa (*an indication of origin*) dari suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa perusahaan lain;
3. Sebagai penghubung suatu barang dan jasa yang bersangkutan dengan produsennya;
4. Sebagai penentu kualitas dari suatu barang dan/atau jasa;
5. Sebagai sarana promosi dalam dunia perdagangan;
6. Untuk menggambarkan jaminan kepribadian (*individuality*) dan reputasi atas suatu barang dan jasa hasil usaha sewaktu diperdagangkan;
7. Sebagai sarana pengendali pasar.

Suatu merek yang mempunyai reputasi akan mempunyai nilai yang tinggi dan berharga apalagi sudah dikenal baik oleh konsumen oleh karenanya pendaftaran merk sangat diperlukan oleh para pengusaha untuk melindungi hak kekayaan intelektualnya.

Merek yang tidak dapat didaftarkan apabila

1. Bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum.
2. Sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

3. Memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis.
4. Memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi.
5. Tidak memiliki daya pembeda.
6. Merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Merek menjadi kata kunci dalam pencarian konsumen di aplikasi secara online maupun di website. Artinya konsumen mengenali produk dengan nama yang mereka kenal. Dalam sistem informasi, merek menjadi hal yang penting agar pencarian lebih cepat dan mudah. Semakin terkenal sebuah merek maka semakin cepat pencarian di mesin pencarian yang ada di internet atau aplikasi store. Semenjak pandemi Covid-19 ini penjualan secara online sangat meningkat dan didominasi oleh merek dagang yang sudah familiar dimasyarakat dan sudah dikenal baik kualitas dan kuantitas. Di dunia pendidikan saat sekarang kita dapat melihat bahwa layanan jasa pendidikan dengan merek/brand **Ruang Guru** menjadi usaha yang memanfaatkan teknologi informasi dan sekaligus merek. Alhasil merek mereka dicari dimesin pencarian berkaitan dengan bidang pendidikan. Contoh lain merek dagang yang berhasil maju dan mendapatkan penghasilan yang meningkat selama pandemi Covid-19 ini adalah pelayanan jasa kesehatan dengan merek/nama **HalloDoc**. Artinya bahwa merek dimasa pandemi ini sangat menentukan bagaimana konsumen menjadikannya sebagai kata kunci di mesin pencarian di internet.

1. Simpulan.

Teknologi Informasi sangat Fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik itu barang maupun jasa) yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Merek juga dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam memelihara dan meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki guna menjamin bahwa merek produk yang mereka miliki memiliki reputasi yang baik.

Manfaat Pemasaran Online antara lain sebagai berikut :

1. Jangkauan yang lebih luas.
2. Menghemat waktu, Tenaga dan Biaya. .
3. Proses Lebih Mudah.
4. Mudah Untuk Dipantau.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sardjono, Brian Amy Prasetyo, dan D. G. L. (2013). *PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM MEREK UNTUK PENGUSAHA UKM BATIK DI PEKALONGAN, SOLO, DAN YOGYAKARTA*
Agus Sardjono, Brian Amy Prastyo, dan Desrezka Gunti Larasati 1.
- Nugroho, M. B. (2013). Industri dan Industrialisasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>