

SOSIALISASI HUKUM PENDAFTARAN MEREK SERTA STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM TEMPE BASIAH KHAS KARAWANG

Meita Fadhilah¹, Taun², Fatimah Azzahra³

^{1,2}, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang

³ Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: meita.fadhilah@fh.unsika.ac.id

Abstrak

Hak Kekayaan Intelektual sebagai perlindungan hukum bagi pencipta milik perorangan atau kelompok yang berupaya untuk menghasilkan karya berhak cipta yang bernilai ekonomis serta berguna untuk mengantisipasi dan mencegah pelanggaran hak kekayaan intelektual orang lain. Pentingnya pendaftaran Merek untuk menghindari adanya kerugian bagi pemilik Merek sebagai orang yang memiliki hak atas brand tersebut. Memiliki merek tersendiri merupakan bagian dari adanya upaya untuk memiliki ciri khas (personal branding) bagi pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) agar pelaksanaan pemasaran produknya dapat digunakan dalam jangka panjang dan terus menerus. Selain itu pendaftaran merek ini bertujuan untuk melakukan filter produk yang di produksi tersebut memiliki merek serupa ataupun membiarkan orang lain untuk dapat bebas menjual ataupun memalsukan produk yang dibuatnya. Tujuan utama dari adanya pelaksanaan sosialisasi hukum ini untuk membuka wawasan kepada Masyarakat pentingnya melakukan pendaftaran merek dalam pengembangan produk umkm, dan untuk melindungi hak yang dimiliki oleh pemilik hak merek atas kemungkinan kerugian yang mungkin terjadi di kemudian hari.

Kata kunci: Pendaftaran Merek, Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm), Pemasaran Produk.

Abstract

Intellectual Property Rights as a legal protection for individual or group creators who attempt to produce copyrighted works that have economic value and are useful for anticipating and preventing violations of other people's intellectual property rights. The importance of trademark registration is to avoid losses for the trademark owner as the person who has the rights to the brand. Having its own brand is part of an effort to have a distinctive characteristic (personal branding) for Micro Small and Medium Enterprises (MSME) owners so that the marketing of their products can be used in the long term and continuously. Apart from that, brand registration aims to filter products that are produced that have similar brands or to allow other people to freely imitate or counterfeit the products they make. The main aim of implementing this legal outreach is to open up insight to the public about the importance of registering a brand in the development of MSME products, and to protect the rights of brand rights owners against possible losses that may occur in the future.

Keywords: Brand Registration, Micro, Small And Medium Enterprises (Msmes) Products, Product Marketing.

PENDAHULUAN

Kabupaten Karawang adalah sebuah wilayah kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Wilayah Kabupaten Karawang Sebagian besar dataran Pantai yang luas, terhampar di bagian Pantai Utara, sedang di bagian Selatan merupakan wilayah limpahan dari Kawedanan Jonggol merupakan daerah perbukitan yang sejuk terdapat Gunung Sanggabuana. Secara iklim dan kondisi geografis berbeda dengan sebagian besar wilayah Kabupaten Karawang yang di dominasi oleh dataran rendah, datar dan beriklim panas (Bappeda Kabupaten Karawang, 2024). Berdasarkan data tutupan lahan tersedia data tutupan lahan tahun 2016, Kabupaten Karawang memiliki 21 jenis penutup lahan. Kabupaten Karawang didominasi oleh penutup lahan sawah, permukiman, dan kolam. Sawah menutupi Kabupaten Karawang dari wilayah tengah ke arah utara dengan luas 109.245 Ha atau 57% dari total luas Kabupaten Karawang (Bappeda Karawang, 2024).

Tempe adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia. Tempe sudah lama dikenal selama berabad-abad silam. Makanan ini diproduksi dan dikonsumsi secara luas. Tempe merupakan makanan yang terbuat dari biji kedelai atau biji lain dan juga beberapa bahan lain yang diproses melalui fermentasi dari apa yang secara umum dikenal sebagai “ragi tempe”. Lewat proses fermentasi ini, biji kedelai mengalami proses penguraian menjadi senyawa sederhana sehingga mudah dicerna. Indonesia merupakan negara produsen tempe terbesar di dunia dan menjadi pasar kedelai terbesar di Asia. Sebanyak 50% dari konsumsi kedelai Indonesia dijadikan untuk memproduksi tempe, 40% tahu, dan 10% dalam bentuk produk lain (seperti tauco, kecap, dan lain-lain). Konsumsi tempe rata-rata per orang per tahun di Indonesia saat ini diperkirakan mencapai sekitar 6,45kg. umumnya, Masyarakat Indonesia

mengonsumsi tempe sebagai panganan pendamping nasi. Dalam perkembangannya, tempe diolah dan disajikan sebagai aneka panganan siap saji yang diproses dan dijual dalam kemasan. Kripik tempe, misalnya adalah salah satu contoh panganan populer dari tempe yang banyak dijual dipasar (Tim Penyusun Badan Standarisasi Nasional, 2012).

Pemerintah Indonesia memiliki fokus dalam menghadapi krisis dan memulihkan kembali perekonomian Indonesia, pemerintah mendorong pengembangan dan penguatan sektor UMKM sebagai motor ekonomi rakyat dan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Pemberdayaan UMKM menjadi salah satu prioritas nasional mengingat besarnya potensi dan kehebatannya dalam menghadapi krisis ekonomi, membantu penyerapan tenaga kerja, dan sebagai motor pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah berfokus pada program-program yang mendukung UMKM, baik yang telah dilaksanakan sebelum masa pandemi maupun program baru yang bersifat sustainable. Kebangkitan sektor UMKM diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan mempercepat pemulihan ekonomi nasional (M. Junaidi, 2024). Kebijakan pemerintah yang berpihak kepada UMKM antara lain dengan meningkatkan kemitraan. Selain itu, perluas akses pembiayaan bagi UMKM melalui permodalan usaha. Kemudian, mengakselerasi penciptaan start-up dan peluang usaha baru (Triyoga, 2024).

Peluang usaha baru yang ada pada Kelompok UMKM di Desa Cadaskertajaya, Kecamatan Telagasari, Kabupaten Karawang, yaitu dengan memanfaatkan biji pohon basiah yang cukup melimpah di daerah tersebut untuk membuat tempe. Tempe biasa terbuat dari biji kacang kedelai, sedangkan tempe yang akan dipasarkan saat ini oleh kelompok UMKM Cadaskertajaya merupakan tempe yang terbuat dari biji pohon basiah. Tempe basiah ini merupakan inovasi terbaru yang sedang dikembangkan dan dipasarkan saat ini kelompok UMKM di desa Cadaskertajaya sedang mengembangkan tempe dari biji pohon basiah. Inovasi baru ini penting untuk dilakukan pendaftaran merek. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dalam Pasal 1 butir (1), merek adalah adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka susunan warna atau kombinasi dari unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Pihak produsen, merek digunakan untuk jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas dan pemakaiannya. Baik pedagang, merek digunakan untuk promosi barang- barang dagangannya guna mencari dan memperluas pasar. Pihak konsumen, merek dilakukan untuk memberikan pilihan barang dan jasa yang diperlukan berdasarkan prioritas kebutuhannya. Pemberian merek juga akan menunjukkan kualitas (mutu) barang dan jasa tersebut dan juga berusaha untuk mencegah terjadinya peniruan. Merek memberi-kan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan. Hal ini tidak saja berguna bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu bagi barang dan jasa konsumen. Merek juga dapat menjadi sarana promosi dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa yang bersangkutan (Gultom, 2018).

METODE

Metode pelaksanaan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini diterapkan dengan cara melakukan serangkaian proses kegiatan yang sudah terstruktur dan ditata secara sistematis.



Berlandaskan pada Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 20 ayat (2) tentang sistem Pendidikan Nasional dan pada Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi bahwa peran yang dimiliki oleh Perguruan Tinggi dalam Pengabdian Kepada Masyarakat sangat penting dalam menciptakan dampak positif dan berkelanjutan bagi lingkungan sekitarnya. Adanya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat desa Cadaskertajaya, Kecamatan Telagasari, Kabupaten Karawang, merupakan salah satu Upaya yang dapat dilakukan oleh Perguruan Tinggi yang berfungsi juga sebagai pihak yang mampu menjembatani antara ilmu pengetahuan, teknologi dan keterampilan yang mumpuni yang telah dimiliki, dengan kebutuhan dan permasalahan yang senyatanya terjadi di Masyarakat demi kemajuan dan kemaslahatan Masyarakat di desa Cadaskertajaya kedepannya.

Awal pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan adanya pelaksanaan survey desa yang sesuai dengan melakukan penetapan daerah sasaran sesuai dengan hasil observasi. Lalu dilakukan peninjauan lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat dan mencari tahu fakta-fakta yang ada di desa Cadaskertajaya, Kecamatan Telagasari, Kabupaten Karawang, serta permasalahan yang senyatanya terjadi dan sedang dihadapi oleh Masyarakat. Setelah dilaksanakan penetapan kesesuaian lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat lalu dilaksanakan observasi, serta wawancara dengan Masyarakat. Setelah melaksanakan observasi lalu dilakukan kajian atas permasalahan yang ada terhadap bahan materi yang disampaikan agar tepat guna, tepat sasaran, juga dengan mudah dipahami oleh masyarakat secara luas. Kemudian dilaksanakan penyuluhan secara berkala sesuai dengan kebutuhan masyarakat disesuaikan dengan kebutuhan PKM dan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Selanjutnya dilaksanakan kegiatan program sosialisasi hukum pentingnya pendaftaran merek dalam pengembangan produk UMKM tempe dari biji pohon basia yang merupakan salah satu ciri khas yang dimiliki oleh desa Cadaskertajaya, Kecamatan Telagasari, Kabupaten Karawang. Sosialisasi hukum ini merupakan bentuk dari adanya Tindakan preventif yang dilaksanakan dalam pengabdian kepada Masyarakat ini dengan memberi pemahaman mengenai pentingnya pelaksanaan pendaftaran merek. Lalu dilaksanakan tahapan pendampingan pendaftaran merek secara online pada web <https://www.dgip.go.id.>, sebagai bentuk dari adanya Tindakan represif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekayaan Intelektual (KI) merupakan hasil pemikiran berupa ide atau gagasan yang diwujudkan atau diekspresikan dalam bentuk penemuan, karya ilmu pengetahuan sastra dan seni, desain, simbol/tanda tertentu, kreasi tata letak komponen semikonduktor maupun varietas hasil pemuliaan. Hak Kekayaan Intelektual (selanjutnya disingkat menjadi HKI) adalah produk hukum berupa hak yang timbul atas kekayaan intelektual yang dihasilkan. Hasil Kekayaan Intelektual tersebut kemudian digunakan dalam dunia perdagangan sehingga menghasilkan nilai ekonomi bagi penemu/pencipta kreasi tersebut (Feriyanto, 2017). HKI terbagi menjadi 2 (dua), yaitu: Hak Cipta, dan Hak Kekayaan Industri yang didalamnya terdapat paten, desain industri, merek, desain tata letak dan sirkuit terpadu, rahasia dagang, dan perlindungan varietas tanaman (Sutoyo, 2018). Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dalam Pasal 1 ayat (1) menyebutkan, 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.

Hak merek adalah salah satu hak kekayaan industri yang penting keberadaannya diketahui dan dipahami oleh masyarakat, pelaku usaha termasuk para mahasiswa dan praktisi hukum. Para pelaku usaha memunyai banyak kepentingan dalam melindungi merek ketika bersaing di pasar global. Persaingan usaha semakin kompetitif seiring dengan munculnya arus globalisasi. Para pelaku usaha wajib melindungi mereknya melalui pendaftaran merek, sehingga mereknya mempunyai perlindungan hukum terhadap pelanggaran merek yang dapat merugikan pelaku usaha (Hidayah, 2017). Pada Undang-undang merek dan indikasi geografis dinyatakan bahwa hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan Negara dalam hal ini yaitu oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau kepada pihak lain untuk menggunakannya dengan memberikan izin terlebih dahulu.

Perlindungan merek sangat penting sekali, merek selain sebagai harta kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha (pemilik merek), juga sebagai alat untuk melindungi Masyarakat selaku konsumen dari terjadinya penipuan kualitas barang tertentu. Konsumen akan merasa dirugikan jika merek yang mereka anggap berkualitas, ternyata diproduksi oleh pihak lain dengan

kualitas rendah. Hal ini juga bisa berakibat menurunkan reputasi perusahaan. Merek berfungsi sebagai pembeda dari produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Barang atau jasa yang di buat seseorang atau badan hukum tersebut merupakan barang atau jasa sejenis. Merek juga dapat berfungsi merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. Diakui Commercial Advisory Foundation in Indonesia (CAFI) bahwa masalah paten dan trademark di Indonesia memegang peranan yang penting di dalam ekonomi Indonesia.

Azas yang ada di Indonesia mengenai merek yaitu menganut azas konstitutif, yaitu hak atas merek diperoleh atas pendaftarannya, artinya pemegang hak merek adalah seseorang yang mendaftarkan untuk pertama kalinya kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) (Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah, 2007). Azas konstitutif yang menentukan perlindungan merek berdasarkan first to file (Rohaini, 2022). Pelanggaran merek menurut UU No. 20 Tahun 2016 terdiri dari pelanggaran atas merek terdaftar yang sama pada keseluruhannya dan pelanggaran atas merek terdaftar yang sama pada pokoknya. Pelanggaran terhadap hal ini dapat ditempuh melalui gugatan perdata ataupun pengaduan tindak pidana merek. Dalam hal ini, yang berhak mengajukan gugatan atas pelanggaran merek hanya pemegang merek yang telah terdaftar. Bagi Merek tidak terdaftar tidak mendapat perlindungan hukum, artinya tidak berhak mengajukan gugatan atas merek terdaftar maupun atas merek tidak terdaftar lainnya.

Desa Cadaskertajaya, salah satu desa yang berada di Kecamatan Telagasari, Kabupaten Karawang, merupakan desa yang memiliki hasil alam yang cukup melimpah salah satunya yaitu pohon basiah. Pohon basiah ini merupakan salah satu pohon yang ternyata memiliki biji. Biji yang melimpah yang dihasilkan dari pohon basiah ini berusaha dimanfaatkan oleh ibu-ibu yang terkumpul di kelompok UMKM dan Ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) bekerja sama dengan Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang melakukan uji coba untuk dapat diolah sedemikian rupa menjadi sebuah makanan dan camilan nikmat yang biasa dikonsumsi oleh orang Indonesia yaitu tempe. Tempe yang sehari-hari dimakan terbuat dari kacang kedelai, tetapi kali ini dengan tangan-tangan terampil dan uji coba yang dilakukan maka terbuatlh tempe dari biji pohon basiah.

Tempe basiah ini merupakan suatu inovasi baru yang sedang diusahakan untuk dilakukan pemasaran agar Masyarakat secara luas mengetahui bahwa tempe tidak hanya berasal dari kacang kedelai saja, melainkan dapat terbuat dari biji pohon basiah dan sama lezatnya seperti tempe pada umumnya. Tempe basiah ini merupakan cemilan khas karawang dan dengan adanya inovasi baru ini kelompok UMKM dan Ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) bersama dengan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan sosialisasi hukum mengenai pentingnya pendaftaran merek dalam pengembangan produk UMKM tempe basiah. Serta dipandu step by step bagaimana cara pendaftaran merek secara online di website Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Selain itu, dengan terselenggaranya Pengabdian Kepada Masyarakat ini, mendorong dan memotivasi kelompok UMKM dan Ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) untuk melakukan bagaimana pengemasan yang lebih baik, dan menjualnya dalam bentuk makanan siap saji yaitu keripik tempe basiah yang di kemudian hari bisa dipasarkan secara lebih luas di platform e-commerce seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, ataupun Tiktok Shop dan juga platform e-commerce lainnya.



Gambar 1. Pembukaan awal pada saat akan melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 2. Pelaksanaan pembuatan tempe basiah



Gambar 3. Pembahasan pengemasan, dan strategi pemasaran tempe basiah menjadi keripik tempe basiah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik simpulan bahwa problematika yang awal dihadapi kelompok UMKM dan Ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) mengenai melimpahnya biji pohon basiah dapat diatasi dengan adanya Kerjasama yang terlaksana secara baik dengan Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang yaitu dengan cara membuat tempe dan juga keripik tempe. Selain itu Kerjasama dengan Fakultas Hukum Universitas Singaperbangsa Karawang yaitu dengan terlaksananya inovasi pembuatan tempe dari biji pohon basiah ini penting dilakukan pendaftaran merek sebagai bentuk adanya pengembangan produk umkm khas karawang dari Desa Cadaskertajaya, dan pelaksanaan pelatihan pendaftaran merek online ini terlaksana sebagai bentuk perlindungan hukum bagi kelompok UMKM dan Ibu PKK dari Desa Cadaskertajaya. Selain itu dilakukan pelatihan bagaimana pelaksanaan pengemasan dan strategi pemasaran yang baik melalui platform e-commerce agar masyarakat dapat membeli tempe basiah dan keripik tempe basiah secara luas.

SARAN

Masih diperlukannya pendampingan pada kelompok UMKM dan Ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) mengenai tindak lanjut pengolahan biji pohon basiah. Sosialisasi dan pendampingan terkait pendaftaran merek juga penampdingan atas strategi marketing tempe basiah harus ditingkatkan lagi terutama oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang dalam hal ini Diskoperindag Kabupaten Karawang sehingga pelaku usaha mendapatkan informasi dan mereka memahami akan pentingnya pendaftaran merek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan pada LPPM Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan pengabdian dan pihak Pemerintah Desa Cadaskertajaya juga pada Ibu-

ibu PKK Desa Cadaskertajaya telah memberikan izin serta membantu menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu, disampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perindustrian, Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah, (2007). Hak Atas Kekayaan Intelektual, Jakarta: 2007.
- Ferianto, M. (2017). Memahami dan Cara Memperoleh Hak Kekayaan Intelektual, Yogyakarta: LPPM Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- Gultom, M. H. (2018). Perlindungan Hukum bagi Pemegang Hak Merek Terdaftar Terhadap Pelanggaran Merek, April 2018, Jurnal Warta Edisi:56, Universitas Dharmawangsa.
- Hidayah, K. (2017). Hukum Hak Kekayaan Intelektual, Malang: Setara Press, 2017.
- Junaidi, M. (2024). <https://djp.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html#:~:text=Pemerintah%20berfokus%20pada%20program%2Dprogram,dan%20memp%20ercepat%20pemulihan%20ekonomi%20nasional>, diakses pada hari Selasa, tanggal 4 Juni 2024, pukul 14.19 WIB.
- RKPD Kabupaten Karawang Tahun 2024. (2024). Gambaran Umum Kabupaten Karawang 2024, Karawang, BAPPEDA Karawang.
- Rohaini, (2022). Pengantar Hukum Kekayaan Intelektual, Lampung: Pusaka Media, 2022.
- Sutoyo, D. K., Y. Djoko Suseno, (2017). Hukum atas Hak Kekayaan Intelektual, Solo: Unisri Press, 2018.
- Tim Penyusun Badan Standarisasi Nasional. (2012). Tempe: Persembahan Indonesia untuk Dunia, Badan Standarisasi Nasional, Jakarta 2012.
- Triyoga, H. (2024). <https://www.viva.co.id/berita/nasional/1711676-mardiono-pemerintah-fokus-rumuskan-kebijakan-yang-berpihak-ke-umkm?page=2>, diakses pada hari Selasa, tanggal 4 Juni 2024, pukul 14.33 WIB.