



Peningkatan Pemahaman Hak Atas Kekayaan Intelektual Bagi Pelaku UMK Di Kecamatan Semarang Timur

Zaenal Arifin, Kukuh Sudarmanto, Diah Sulistyani Ratna Sediati

Magister Hukum Universitas Semarang, Semarang, Indonesia

zaenal@usm.ac.id

Abstract

A small enterprise is an independent productive economic enterprise carried out by an individual or business entity that is not a subsidiary or a branch which is owned, controlled or becomes part, either directly or indirectly, of a medium or large enterprise that meets the criteria of a small enterprise as referred to in the Act. DJKI Kemenkumham said that during the period 2019 to 2021 there were only 76,294 applications for registration. While the number of UMKs in Indonesia amounts to about 65.4 million. The legal protection of HKI in Indonesia has not been a serious concern. It is based on the low filing of HKI applications and the marks of controversy against HKI. Besides, the low public understanding of the importance of brand reputation in the field of creative industries. The problem faced in particular for the UMK Group in Semarang Eastern District of Semarang City is the low understanding of UMK perpetrators at Semarang East District of the legality of the business, the low level of UMC perpetrator who has had a brand certificate. The implementation of community dedication of education and socialization of the brand to the perpetrators of UMK. The material given to the UMK perpetrator is divided into two themes: legality of the enterprise and the brand. Participants' understanding of the benefits of licensing, OSS, NIB, and branding increased after dedication activities. These results are obtained from pre-test, socialization, and post-test community service activities. The post-devotion test results showed an average score of 82%, which is better than the pre-test average of 33%.

Keywords: Brand; Legality; Small Business

Abstrak

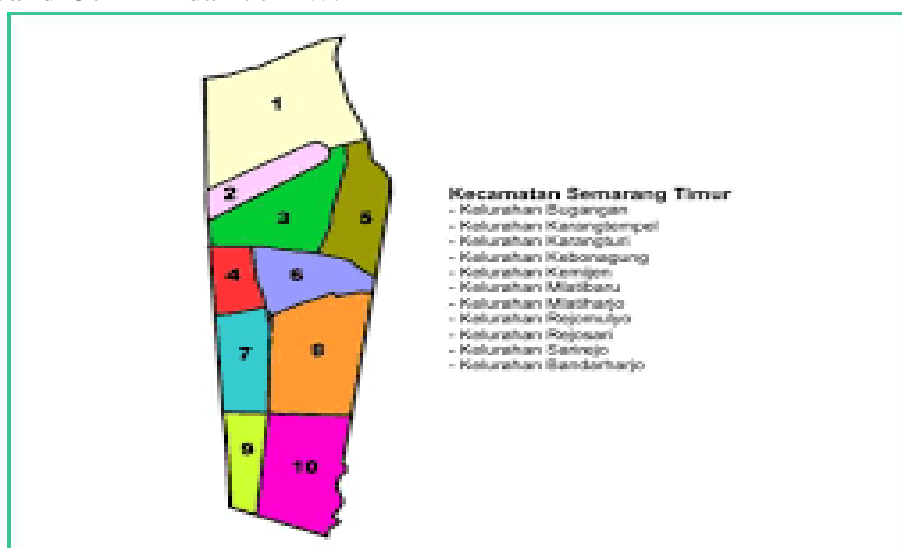
Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang tersebut. DJKI Kemenkumham mendata, selama kurun waktu 2019 sampai 2021 permohonan pendaftaran KI yang masuk hanya 76.294 permohonan. Padahal jumlah UMK di Indonesia berjumlah sekitar 65,4 juta. Perlindungan hukum terhadap HKI di Indonesia belum menjadi perhatian yang serius. Hal ini di berdasarkan pada rendahnya pengajuan permohonan HKI dan maraknya sengketa terhadap HKI. Selain itu rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya sertifikat merek di bidang industri kreatif. Permasalahan yang dihadapi khususnya bagi Kelompok UMK di Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang adalah rendahnya pemahaman pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur akan legalitas usaha, rendahnya pelaku UMK yang telah memiliki sertifikat merek. Sedangkan solusi yang ditawarkan yaitu peningkatan pemahaman pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur tentang legalitas usaha, mendorong pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur memiliki sertifikat merek. pelaksanaan pengabdian masyarakat berupa edukasi dan sosialisasi merek kepada pelaku UMK. Materi yang diberikan kepada pelaku UMK terbagi menjadi 2 tema yaitu legalitas usaha dan merek. Pemahaman peserta akan manfaat perizinan, OSS, NIB, dan merek meningkat setelah kegiatan pengabdian. Hasil ini diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa *pre-test*, pelaksanaan sosialisasi, dan *post-test*. Hasil tes pasca pengabdian menunjukkan nilai rata-rata 82%, yang lebih baik dari nilai rata-rata *pre-test* sebesar 33%.

Kata kunci: Legalitas; Merek; Usaha Kecil



1. PENDAHULUAN

Kecamatan Semarang Timur merupakan salah satu kelurahan dari 16 Kecamatan di Kota Semarang Kecamatan Semarang Timur terletak di sisi timur wilayah Kota Semarang dengan batas-batas sebagai berikut: Sebelah Utara: Kecamatan Semarang Utara, Sebelah Timur: Kecamatan Gayamsari, Sebelah Selatan: Kecamatan Semarang Selatan, Sebelah Barat: Kecamatan Semarang Tengah. Kecamatan Semarang Timur dengan luas wilayah 770,28 Ha secara administratif terbagi dalam 10 Kelurahan. Jumlah penduduk Kecamatan Semarang Timur 82.980 jiwa terdiri dari 43.059 adalah laki-laki dan 39.921 adalah perempuan yang tersebar di 572 RT dan 77 RW.



Gambar 1 Peta Wilayah Kecamatan Semarang Timur

Menurut data https://iumk.semarangkota.go.id/v2/grid_umkm_publik/ jumlah pelaku UMKM di Kecamatan Semarang Timur sejumlah 1062 UMKM yang terdiri dari usaha kecil 117, usaha menengah 1 dan usaha mikro 944, yang Sebagian besar jenis usahanya adalah kuliner, konveksi, took smebakoo/kelontong, bengkel sampai dengan kerajinan.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMK, usaha mikro adalah usaha produktif milik individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang.(Arifin et al., 2023) Perizinan adalah salah satu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan dan berfungsi sebagai pengendalian pemerintah atas kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Perizinan dapat berupa pendaftaran, rekomendasi, sertifikasi, penentuan kuota, dan izin untuk melakukan suatu usaha, yang biasanya harus dimiliki atau diperoleh oleh suatu organisasi perusahaan atau seseorang sebelum yang bersangkutan dapat melakukan suatu kegiatan.(Sutedi, 2017)



Setiap kegiatan berusaha di Indonesia termasuk bagi pelaku UMK harus mempunyai ijin yaitu Nomor Induk Usaha (NIB). Dengan perizinan, pelaku usaha diharuskan untuk menjaga kualitas produk yang mereka buat. Pelaku usaha tidak bisa membuat barang atau jasa dengan sembarangan karena dalam perizinan tercantum penanggungjawab usaha, yang berarti pihak yang tercantum dalam perizinan akan bertanggung jawab jika terjadi hal yang merugikan pihak lain. (Ika Wulandari & Martinus Budiantara, 2022). Sebagaimana diatur dan tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018, perizinan berusaha yang terintegrasi secara elektronik, juga dikenal sebagai *Online Single Submission* (OSS), diberikan kepada kementerian dan pemerintah daerah. Pembentukan sistem OSS mempercepat dan meningkatkan penanaman modal. Ini juga memudahkan pengurusan perizinan yang diperlukan, baik perseorangan maupun badan usaha. (Ika Wulandari & Martinus Budiantara, 2022) Adanya pengaturan tentang OSS tersebut merupakan langkah nyata dari pemerintah dalam mempermudah proses perizinan, sehingga akan mendukung iklim investasi yang sehat.

Di era 4.0 saat ini, seiring dengan perkembangan industri, teknologi, dan perdagangan, peran tanda pengenal dalam identifikasi produk dan barang dagangan menjadi semakin penting. Timbul cara yang mudah untuk memasarkan produk sebagai hasil dari pemberian tanda pengenal kepada barang-barang hasil pekerjaannya itu. (Arifin & Iqbal, 2020) Pelaku UMK kurang menyadari pentingnya melindungi kekayaan intelektual, dan banyak yang mengabaikan peraturan dan hukum. Untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif, pelaku UMK harus melindungi kekayaan intelektual produk mereka, seperti merek, paten, hak cipta, dan desain industri. DJKI Kemenkumham mendata, selama kurun waktu 2019 sampai 2021 permohonan pendaftaran KI yang masuk hanya 76.294 permohonan. Padahal jumlah UMK di Indonesia berjumlah sekitar 65,4 juta. (KemenkumHAM, 2021) Permasalahan di atas disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang pentingnya HKI, sehingga banyak pelaku UMK yang menganggap pendaftaran HKI bukanlah hal yang penting. Hal ini disebabkan oleh sikap tradisional pelaku usaha di Indonesia, serta banyak dari pelaku usaha tersebut yang masih belum mempertimbangkan pentingnya perlindungan HKI terhadap UMK. Manfaat perlindungan HKI terhadap UMK antara lain dapat meningkatkan nilai tambah bagi produk dan pengusaha. (Toguan, 2021) HaKI sangat penting bagi pelaku usaha dan UMK karena memberikan perlindungan hukum atas karya sebagai pemilik karya dan pemilik usaha. Dengan demikian, mereka dapat dengan leluasa memanfaatkan nilai ekonomi dari karya cipta dan produk mereka tanpa takut melanggar hukum. (Arifin et al., 2023)

Beberapa tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha tersebut termasuk aksesibilitas pendaftaran kekayaan intelektual, yang dianggap sulit untuk diakses, dan biaya pendaftaran yang mahal. Peran pemerintah dalam birokrasi yang tidak terorganisir dan koordinasi antar instansi



menjadikan masalah yang ada lebih rumit. Pelaku usaha tidak mengetahui HKI karena kurangnya sosialisasi.(Anggraeni et al., 2021) Perlindungan hak merek di Indonesia didasarkan pada prinsip first to file. Ini berarti bahwa merek dapat dilindungi hanya jika merek tersebut didaftarkan terlebih dahulu di Direktorat Kekayaan Intelektual. Karena itu, jika suatu usaha kecil dan menengah (UMKM) memproduksi barang atau jasa tetapi tidak didaftarkan, maka produk yang diproduksinya akan kehilangan perlindungan hukum atas merek.(Apriani & Said, 2022)

Dari informasi yang diperoleh Gerai Kopimi, data UMK yang telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual berupa merek masih sangat terbatas yaitu hanya ada 89 pelaku UMK dari total 1062 UMK yang ada di Kecamatan Semarang Timur. Adanya perlindungan atas hak karya intelektual berupa merek dan rahasia dagang bagi produk UMK ini juga menjaga nilai ekonomis suatu produk, produk yang dimiliki oleh UMK dilindungi kekayaan intelektualnya memiliki nilai hak ekonomi (*economic rights*) yaitu nilai ekonomis yang akan didapat dari suatu perlindungan kekayaan intelektual. Hal ini tentu akan meningkatkan keuntungan produk bagi produsen dan apabila setiap UMK di Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang sadar untuk melindungi produknya pada kekayaan intelektual maka akan membantu daerah dalam peningkatan nilai ekonomi di daerah, karena apabila nilai ekonomi suatu produk meningkat karena terlindungi oleh kekayaan intelektual maka pemasukan daerah dari hasil penjualan produk UMK tersebut pun secara otomatis akan meningkat.

Secara khusus beberapa permasalahan yang dihadapi khususnya bagi Kelompok UMK di Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang adalah (1) Rendahnya pemahaman pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur akan legalitas usaha. (2) Rendahnya pelaku UMK yang telah memiliki sertifikat merek Target luaran yang dihasilkan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Semarang ini diharapkan bagi anggota Kelompok UMK di Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang yaitu (1) meningkatkan pemahaman pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur tentang legalitas usaha (2) mendorong Pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur memiliki sertifikat merek

2. METODE

Berdasarkan masalah yang dihadapi, perlu ditangani dengan melakukan edukasi dan sosialisasi tentang legalitas usaha dan pendaftaran merek bagi pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur. Sosialisasi merupakan suatu proses pembelajaran dan penyesuaian individu atau kelompok terhadap norma-norma, nilai-nilai, budaya, dan struktur sosial dalam suatu masyarakat. Proses ini penting untuk membangun identitas dan membentuk pola pikir serta perilaku yang sesuai dengan lingkungan sosial. Terdapat beberapa metode sosialisasi yang digunakan dalam konteks ini Target luaran yang dihasilkan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Semarang ini diharapkan bagi anggota Kelompok UMK di



Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang yaitu (1) meningkatkan pemahaman pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur tentang legalitas usaha (2) mendorong Pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur memiliki sertifikat merek

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari konstitusi, khususnya pasal 33 ayat (1), adalah untuk meningkatkan ekonomi negara. Perekonomian negara harus berdasarkan kolaborasi di atas prinsip keluarga untuk mencapai suatu tujuan, yaitu kesejahteraan dan kemakmuran. mewujudkan tujuan tersebut, mungkin banyak usaha, salah satunya adalah dengan melindungi hukum terhadap usaha mikro dan kecil (UMK) yang ada di Indonesia saat ini. (Apriani & Said, 2022) Hambatan yang sering ditemui oleh UMK di Indonesia antara lain banyaknya birokrasi perijinan untuk legalitas usaha, pengurusan sertifikasi halal dan pendaftaran merek.

Melindungi usaha kecil, menjamin pertumbuhan ekonomi yang inklusif, dan mengurangi kesenjangan ekonomi adalah tugas utama pemerintah Indonesia. Untuk membantu bisnis kecil, beberapa kebijakan telah diterapkan, seperti pinjaman dengan bunga rendah, pelatihan keterampilan, dan akses pasar yang lebih luas. Selain itu, telah dilakukan upaya untuk mengurangi beban administratif dan peraturan yang tidak menguntungkan untuk menciptakan lingkungan usaha yang lebih baik bagi sektor ini. Untuk mendorong pertumbuhan bisnis kecil, pemerintah juga aktif mendukung program insentif seperti penurunan pajak.

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memperkuat Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang menetapkan tanggung jawab pemerintah untuk mengamankan dan membina sektor UMK. Peraturan Pemerintah ini menegaskan bahwa seluruh bagian pemerintahan harus bekerja sama untuk meningkatkan UMK dan memenuhi semua kebutuhan UMK dengan mengikuti program perolehan barang dagangan dan administrasi yang diselenggarakan oleh otoritas publik. (Fernanda Oktavia Larasati et al., 2022)

Pemerintah terus bekerja sama dengan sektor swasta dan lembaga keuangan melalui Kementerian Koperasi dan UKM untuk memberikan dukungan finansial dan teknis yang diperlukan. Oleh karena itu, tanggung jawab pemerintah Indonesia untuk melindungi bisnis kecil tidak hanya memberikan pelaku UMK akses sumber daya tetapi juga menciptakan lingkungan usaha yang dapat mendukung perkembangan UMK itu sendiri. Seperti kebijakan pemerintah bagi UMK tentang kemudahan mendapatkan kredit perbankan dan suku bunga yang rendah, adanya kemudahan bagi UMK dalam legalitas berusaha seperti kemudahan pendirian perseorangan, sertifikasi halal dan pendaftaran merek bagi UMK.

Pelaku usaha kecil di Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang telah melakukan upaya penting untuk menyosialisasikan merek mereka. Salah satu upaya pelaku UMK ini yaitu dengan



bekerjasama dengan perguruan tinggi. Universitas Semarang sebagai perguruan tinggi mempunyai kewajiban tridharma melakukan pendampingan dan pembinaan UMK khususnya UMK di Kecamatan Semarang Timur Perguruan tinggi sangat membantu dan memajukan UMK. Perguruan tinggi dapat melakukan penelitian dan pengembangan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang dinamika pasar dan tantangan yang dihadapi oleh usaha mikro dan kecil (UMK). Dengan membentuk pusat inkubasi atau bekerja sama langsung dengan UMK, perguruan tinggi dapat menyediakan pendampingan teknis, pelatihan manajer, dan bimbingan strategis. Selain itu, perguruan tinggi dapat membantu usaha mikro dan kecil (UMK) mendapatkan akses ke sumber daya baru, seperti teknologi terkini, penelitian pasar, dan jejaring bisnis. Perguruan tinggi juga dapat membantu UMK mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka butuhkan melalui kerja sama dengan dunia usaha. Dengan demikian, peran perguruan tinggi dalam mendampingi dan membina UMK sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka. Selain itu program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) juga sebagai upaya pemerintah dalam melibatkan perguruan tinggi untuk melakukan pendampingan kepada UMK. Perguruan tinggi dengan melibatkan dosen dan mahasiswa akan menjadi bentuk pembelajaran langsung di masyarakat seperti magang, kewirausahaan, studi atau proyek independen, pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan masyarakat, UMK, dan penelitian. (Purwaningsih & Muslikh, 2022)

Pelaku UMK di Semarang Timur menyadari betapa pentingnya merek untuk strategi pemasaran mereka dalam menghadapi pasar yang berkembang pesat. Identitas merek yang kuat adalah kunci untuk memenangkan kepercayaan pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan pasar dan kesadaran konsumen tentang nilai merek. Sosialisasi pentingnya merek dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif memungkinkan peningkatan daya saing dan akses ke pasar yang lebih besar, terutama melalui *platform* digital. Pelaku usaha kecil mendapat manfaat besar dari bantuan pemerintah setempat dan pihak terkait melalui program pelatihan dan sosialisasi. Bantuan ini membantu mereka memahami dan menerapkan praktik terbaik dalam membangun dan mempertahankan merek mereka.

Setelah perguruan tinggi membina dan mendorong UMK, Langkah selanjutnya adalah dengan bekerja sama dengan pemerintah daerah sebagai regulator. Perguruan tinggi harus melakukan pendekatan dengan pemerintah untuk mendorong pemerintah untuk mendukung UMKM dengan berbagai cara, seperti kebijakan tentang pengurusan perijinan, sertifikasi, dan kemudahan akses kredit perbankan bagi pelaku UMK. (Aribowo et al., 2018)



Gambar 1. Narasumber membrikan materi perpanjangan merek

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur dilasanakan di Aula Kecamatan Semarang Timur pada hari Jumat 28 Desember 2023, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibuka oleh Sekretaris Kecaamatan Semarang Timur, yang selanjutnya langsung dimulai dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat berupa edukasi dan sosialisasi merek kepada pelaku UMK. Materi yang diberikan kepada pelaku UMK terbagi menjadi 2 tema yaitu legalitas usaha dan merek.

Sebelum diberiakn materi peserta diberikan *pre test* terlebih dahulu untuk mengukur inkikator peningkatan pemahaman dari peserta pengabdian. Selanjutnya diberikan materi pertama tentang legalitas usaha, pelaku UMK di Kecamatan Semarang Timur dicerikan edukasi tentang kewajiban bagi pelaku usaha untuk memiliki Nomor Induk Usaha (NIB). Proses pengurusan NIB ini Perizinan Usaha Terintegrasi secara Elektronik (ESS) atau OSS. NIB digunakan oleh pelaku usaha untuk memberi mereka kemampuan untuk melakukan bisnis yang sesuai dengan bidang usahanya. Nomor identitas tersebut terdiri dari tiga belas angka, dengan tanda tangan elektronik dan pengaman di dalamnya. Perizinan itu sendiri termasuk bagian terpenting dalam memuali suatu usaha. Legalitas berusaha akan memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Bagi pemerintah perizinan merupakan bentuk pelayanan publik kepada masyarakat. Tindakan administratif pemerintah merupakan pelayanan pemberian dokumen oleh pemerintah, antara lain yang dimulai dari seseorang yang lahir memperoleh akta kelahiran hingga meninggal dan memperoleh akta kematian, termasuk segala



hal ihwal yang diperlukan oleh penduduk dalam menjalani kehidupannya, seperti memperoleh izin mendirikan bangunan, izin usaha, sertifikat tanah, dan surat nikah.(Arrum, 2019)

Perizinan berusaha berupa NIB berfungsi sebagai identitas dan juga berfungsi sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), dan Akses Kepabebean untuk bisnis yang melakukan impor dan ekspor. Pelaku usaha harus mendaftar di OSS Republik Indonesia untuk mendapatkan NIB. Tidak ada biaya untuk alias gratis ketika Anda mendaftar. OSS itu sendiri adalah izin berusaha yang diberikan oleh lembaga OSS kepada pelaku usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati atau wali kota. NIB berlaku seumur hidup, atau sepanjang pelaku usaha beroperasi. Pelaku usaha harus memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) sebagai syarat untuk mendapatkan bantuan sosial, pelatihan, atau pendampingan. Masyarakat belum sepenuhnya memahami keberadaan OSS sebagai salah satu lembaga yang menangani perizinan. Mayoritas dari sebelas peserta pelatihan tidak mengenal OSS. OSS adalah *platform* yang digunakan oleh para pelaku usaha dari skala mikro, kecil, menengah, dan besar untuk mendapatkan perizinan secara online. Sebagian besar peserta kursus hanya mengetahui bahwa pengurusan perizinan dapat dilakukan secara langsung melalui kecamatan dengan membawa syarat yang diperlukan. Pelaku usaha masih belum akrab dengan keberadaan OSS yang menyediakan layanan perizinan secara online. Peserta pelatihan sebelumnya merasa khawatir tentang legalitas usaha yang dikeluarkan oleh OSS dan khawatir jika perizinan yang dikeluarkan tidak diakui. Sehingga peserta lebih yakin akan keberadaan OSS, tim pengabdian memberikan penjelasan lebih detail dan terperinci.

Materi selanjutnya yaitu tentang merek, materi yang diberikan berkaitan dengan merek antara lain pengertian merek, jenis merek, fungsi merek. Untuk memperluas pangsa pasar dan membangun citra positif di mata konsumen, proses sosialisasi merek bagi pelaku UMK yang baik sangat penting. Pertama-tama, pengusaha UMK harus memahami apa yang ingin mereka sampaikan melalui merek mereka. Ini mencakup menentukan target pasar, menentukan tempat yang unik, dan memilih elemen visual atau slogan yang menunjukkan fitur unggul barang atau jasa yang ditawarkan. Membangun sebuah merek bukanlah pekerjaan yang mudah; itu membutuhkan banyak waktu dan uang untuk membangun reputasi yang kuat di mata publik. Jika perusahaan yang tidak bertanggung jawab meniru merek yang telah dibangun dengan susah payah, itu akan sangat tidak adil. Untuk menghindari praktik penipuan yang menghasilkan persaingan yang curang, perusahaan memerlukan perlindungan hukum atas merek mereka.(Permata et al., 2019)

Dari materi ini diberikan bagaimana pengertian merek sesuai dengan UU Merek, jenis jenis merek, dan fungsi merek. Dari fungsi merek ini antara lain dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, loyalitas dan meningkatkan omzet penjualan. Pemateri memberikan contoh



bagaimana penjualan es tes yang sekarang lagi marak di Indonesia dengan mempunyai merek makam merek esteh seperti Es Teh Desa, Es Teh Kota, Es Teh Warisan, Es Teh Nusantara dan lain-lain. Pelaku usaha kecil yang mempunyai merek fapat mengembangkan produknya seperti waralaba es tersebut, meningkatkan omzet penjualan dan dapat memperluas area pemasaran seakligus meningkatkan omzet penjualan. Hanya dengan berjualan es the dapat memperoleh jutaan rupiah tiap harinya hanya dengan mempunyai merek. Untuk berjualan es teh tanpa merek untuk meraih omzet jutaan rupiah akan sangat sulit. Pelaku UMK hanya melihat merek sebagai identitas produknya, tidak menyadari bahwa merek memiliki nilai yang signifikan bagi mereka selain sebagai identitas produk. Kesadaran pemberian merek pada produk dan pengelolaan merek oleh pelaku UMK masih rendah.(Safitri Pantja Koesoemasari et al., 2022) Dari kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat dan kesadaran bagi pelaku UMK akan pentingnya sebuah merek akan menambah nilai pada produk yang dimiliki dan dijual oleh pelaku usaha.(Muljani et al., 2020)



Gambar 2. Mitra pengabdian antusias mengikuti kegiatan sosialisasi merek

Materi selanjutnya dengan memberikan edukasi tentang bagaimana memperkenalkan merek kepada calon pelanggan dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial dan kanal komunikasi. Pelaku UMK dapat menunjukkan keunggulan produk mereka dengan konten kreatif, memberikan informasi yang relevan, dan membangun interaksi dengan peserta. Selain itu, kehadiran aktif di media sosial memungkinkan pelaku UMK untuk menjawab pertanyaan atau umpan balik konsumen, meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan.

Selain itu, penting untuk menjalin kemitraan dengan kelompok atau komunitas lokal yang memiliki minat yang sama. Ini dapat dicapai dengan sponsor acara, berpartisipasi dalam aktivitas



sosial, atau bekerja sama dengan orang-orang terkenal di lingkungan pelaku UMK. Selain itu pelaku UMK dapat meningkatkan kesadaran merek lokal dan membangun relasi yang kuat dengan terlibat dalam komunitas. Tidak kalah pentingnya, pelaku UMK yang baik harus sosialisasi merek mereka dengan memahami identitas merek mereka, menggunakan media sosial, berinteraksi langsung dengan pelanggan, bermitra dengan komunitas lokal, dan menerima umpan balik positif dari pelanggan. Umpan balik positif dari pelanggan dapat sangat membantu meningkatkan kredibilitas merek.

Materi selanjutnya adalah mengenai proses pendaftaran merek, proses pendaftaran merek diatur oleh undang-undang yang berlaku sebagai berikut: pemohon atau kuasanya mengisi dan menandatangani formulir permohonan pendaftaran, melampirkan setidaknya dokumen bukti pembayaran, surat pernyataan kepemilikan merek, dan label merek, dan mengajukannya ke Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia ("Menkumham"). Setelah diterima oleh Menkumham, permohonan pendaftaran merek harus dilengkapi secara formal. Permohonan merek harus disampaikan dalam waktu 15 hari kerja sejak tanggal penerimaan dan harus memenuhi persyaratan minimum. Setelah itu, permohonan merek akan diumumkan dalam berita resmi merek. Selama periode pengumuman ini, setiap pihak memiliki waktu dua bulan untuk mengajukan keberatan atau oposisi secara tertulis kepada Menkumham, disertai dengan alasan permohonan merek. Dalam jangka waktu empat belas hari kerja sejak tanggal keberatan diterima, salinan keberatan harus dikirim ke pemohon atau kuasanya. Dalam jangka waktu dua bulan sejak tanggal pengiriman salinan keberatan dari Menkumham, pemohon atau kuasanya berhak mengajukan sanggahan terhadap keberatan.

Setelah pelaksanaan kegiatan sosialisasi selesai, sesi berlanjut dengan tanya jawab dan diskusi. Peserta pengabdian aktif bertanya berkaitan dengan syarat bagi pelaku usaha untuk mendaftarkan perizinan dan pendaftaran. Tim pengabdian dapat menjawab pertanyaan peserta seperti jangka waktu NIB, metode perubahan data, dan aktivasi. Selain itu, pada sesi ini, pelaku usaha yang sudah memiliki NIB dan merek membagikan pengalaman dan manfaat yang diperoleh dari adanya kepemilikan legalitas berusahaan dan sertifikat merek.

Setelah pelaksanaan pengabdian selesai, dilakukan *post test*. *Post test* terdiri dari 5 soal yang sama dengan *pre test* Tujuan dari tes tambahan adalah untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami materi yang diberikan setelah kegiatan pengabdian masyarakat oleh Magister Hukum USM. Pemahaman peserta akan manfaat perizinan, OSS, NIB, dan merek meningkat setelah kegiatan pengabdian. Hasil ini diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa *pre-test*, pelaksanaan sosialisasi, dan *post-test*. Hasil tes pasca pengabdian menunjukkan nilai rata-rata 82%, yang lebih baik dari nilai rata-rata *pre-test* sebesar 33%.



4. PENUTUP

Perizinan itu sendiri termasuk bagian terpenting dalam memulai suatu usaha. Legalitas berusaha akan memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Setiap kegiatan berusaha di Indonesia termasuk bagi pelaku UMK harus mempunyai ijin yaitu Nomor Induk Usaha (NIB). Dengan perizinan, pelaku usaha diharuskan untuk menjaga kualitas produk yang mereka buat. Bagi pemerintah perizinan merupakan bentuk pelayanan publik kepada masyarakat. Untuk memperluas pangsa pasar dan membangun citra positif di mata konsumen suatu produk harus mempunyai merek. Fungsi merek ini antara lain dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, loyalitas dan meningkatkan omzet penjualan. Pemahaman peserta akan manfaat perizinan, OSS, NIB, dan merek meningkat setelah kegiatan pengabdian. Hasil ini diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa *pre-test*, pelaksanaan sosialisasi, dan *post-test*. Hasil tes pasca pengabdian menunjukkan nilai rata-rata 82%, yang lebih baik dari nilai rata-rata *pre-test* sebesar 33%.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. D., Santoso, B., & Prabandari, A. P. (2021). *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bidang Pengrajin Batik dan Kuliner*. 14, 650–665.
- Apriani, N., & Said, R. W. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 28. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v3i1.1069>
- Aribowo, H., Ismawati, & Putra, Y. D. (2018). Kiat dan Strategi Perguruan Tinggi Dalam Pemberdayaan Potensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perekonomian Daerah Sebagai Bagian Dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. *Annual Conference on Community Engagement*, 62–74.
- Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47–65. <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2117>
- Arifin, Z., Sudarmanto, K., Sulistyani, D., & Sediati, R. (2023). Peningkatan Pemahaman Hak Atas Kekayaan Intelektual Bagi Pelaku UMK Di Kelurahan Sendangmulyo. *Jurnal PEDATI*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jp.v1i1.6542>
- Arrum, D. A. (2019). Kepastian Hukum Dalam Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (Online Single Submission) di Indonesia. *Jurist-Diction*, 2(5), 1631. <https://doi.org/10.20473/jd.v2i5.15222>
- Fernanda Oktavia Larasati, Salma Nur Khalisa, & Diah Pudjiastuti. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Untuk Mengembangkan UMKM Berdasarkan Undang Undang Cipta Kerja. *Diktum: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(1), 132–146. <https://doi.org/10.24905/diktum.v10i1.162>
- Ika Wulandari, & Martinus Budiantara. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 386–394. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8205>



- KemenkumHAM. (2021). *Perlindungan Kekayaan Intelektual Bagi UMKM*.
<https://www.kemenkumham.go.id/berita/perlindungan-kekayaan-intelektual-bagi-umkm>
- Muljani, N., Arini, Suhartatik, A., Lindawati, T., & Nagel, P. J. F. (2020). Pentingnya Merek Dan Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Dari Usaha Mikro Dan Kecil. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 53–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33508/v3i2.2997>
- Permata, R. R., Safiranita, T., & Utama, B. (2019). Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Jawa Barat. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 10(2), 33–38. <https://doi.org/10.28932/di.v10i2.1133>
- Purwaningsih, E., & Muslikh. (2022). Kampus Merdeka Dalam Pengembangan UMKM (Suatu Model Kolaboratif Partisipatif). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(8), 2731–2740.
- Safitri Pantja Koesoemasari, D., Wijayanto, W., & Pujiastuti, R. (2022). Pentingnya Merek Dan Kualitas Produk Bagi Umkm Di Desa Ciberem, Kecamatan Sumbang. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 20–24.
<https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.7>
- Sutedi, A. (2017). *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*. Sinar Grafika.
- Toguan, Z. (2021). Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *UIR Law Review*, 5(2), 42–56.