

## STRATEGI PENINGKATAN USAHA MELALUI PELINDUNGAN MEREK BAGI UMKM SALE PISANG (Studi Kasus di RW 09 Desa Sayang, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang)

**Muhammad Amirulloh dan Helitha Novianty Muchtar**  
Dosen dan Peneliti Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran  
E-mail : muhamad.amirulloh@unpad.ac.id

**ABSTRAK.** Usaha Mikro Kecil dan Menengah (selanjutnya ditulis UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM memiliki arti penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi dan ketahanan nasional. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM telah mengalami pergeseran, dari yang sebelumnya permasalahan pembiayaan, kini masalah daya saing menjadi kendala utama pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Di RW 09 Desa Sayang Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang Jawa Barat terdapat UMKM Pisang Sale yang masih kurang pemahaman mengenai merek dan arti penting merek bagi promosi, distribusi dan penjualan produk pisang sale tersebut. Merek merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi penjualan dari produk-produk milik UMKM karena merek merupakan ujung tombaknya produk ketika produk bersaing di pasaran. Hal tersebut dikarenakan fungsi utama dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik itu barang maupun jasa) sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau yang mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Prioritas OKK ini, diperoleh kesimpulan bahwa perlunya ditingkatkan pemahaman akan arti penting merek, penggunaan merek secara benar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, serta pendaftaran merek sebagai strategi bisnis UMKM Sale Pisang RW 9 Desa Sayang. Tim telah melakukan sosialisasi dan peningkatan pemahaman tentang arti penting merek bagi bisnis, juga telah dilakukan pendampingan merek berupa konsultasi dan pengarahan bentuk merek yang sesuai dengan aturan/UU Merek yang berlaku, dan Tim telah melakukan pemberkasan pendaftaran merek “Setia Rasa” kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

**Kata kunci:** UMKM Sale Pisang, RW 09 Desa Sayang, Pendampingan dan Pendaftaran Merek, nilai tambah.

**ABSTRACT.** *Micro, Small, and Medium Enterprises have a strategic role in national economic development. Therefore, the empowerment of small and medium enterprise has important and strategic importance for economic growth and national resilience. The main problems faced by small and medium enterprise have been shifting, from the previous problems of financing, now the issue of competitiveness becomes the main obstacle of small and medium enterprise in marketing their products. In RW 09 Desa Sayang Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang, West Java, there are small and medium enterprise Sale Pisang which still lack understanding about and importance of trademark for promotion, distribution and sale of “Sale Pisang” product. Trademark is one factor that greatly affect the sale of products belonging to small and medium enterprise because the brand is the spearhead of the product when the product competes in the market. This is because the main function of a brand is so that consumers can characterize a product (be it goods or services) so that it can be distinguished from other companies similar or similar products that are owned by competitors. Based on the results of the implementation of Community Service Priority activities of this “OKK”, the conclusion shows that it is need to increase the understanding of the importance of the trademark, the use of the trademark properly in accordance with the provisions of legislation, and trademark registration as a business strategy of SMEs Sale Pisang RW 9 Desa Sayang. The Team has conducted socialization and enhancement of understanding on the importance of the trademark to the business, and has also been carried out in the form of consultation and guidance of the trademark form in accordance with the applicable Trademark Act, and the Team has done the registration of “Setia Rasa” trademark to Directorate General of Intellectual Property, Ministry of Law and Human Rights, The Republic of Indonesia.*

**Key words:** small and medium enterprise, Sale Pisang, RW 09 Desa Sayang, Assistance and Trademark Registration, value added.

### PENDAHULUAN

Merek merupakan sebuah nama atau lambang yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk barang dan jasa sebuah perusahaan di pasaran. Selain itu, merek juga merupakan salah satu bentuk asset harta kekayaan immaterial. Dalam kerangka perjanjian internasional, merek juga dinyatakan sebagai salah satu bentuk harta kekayaan (*property*), sebagaimana diatur dalam *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights – World Trade Organisation* (TRIPs – WTO). Dengan demikian, dengan dimilikinya merek dan sertifikat merek menjadikan pelaku UMKM memiliki

asset immaterial yang menambah baik citra profil pelaku UMKM dan dapat digunakan sebagai aset guna memperoleh layanan perbankan dan/atau lembaga keuangan lainnya.

Pengertian merek menurut suatu undang-undang yaitu sebuah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan suatu barang atau jasa. Identitas atau merek dagang sebagai salah satu wujud karya intelektual memiliki sebuah peranan penting untuk kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Merek ini berguna untuk membedakan suatu

produk dengan produk yang lainnya sehingga dapat untuk mengidentifikasi pemalsuan merek suatu produk. Merek juga berfungsi sebagai alat promosi produk sehingga masyarakat dapat dengan cepat mengidentifikasi produk kesukaannya berdasarkan merek. Dengan memperhatikan hal ini diperlukan suatu perlindungan merek barang-barang yang akan diproduksi oleh suatu UMKM yang berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan pelaku ekonomi nasional yang mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian. Karena kegiatan usahanya mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. UMKM sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional yang memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi mendominasi lebih dari 95 % struktur perekonomian nasional. Di tengah tuntutan kemampuan bersaing di dalam negeri yang masih dilindungi proteksi pemerintah, UMKM harus mampu menghadapi persaingan global yang berasal dari berbagai bentuk usaha mendorong integrasi pasar antar negara dengan seminimal mungkin hambatan. Maka UMKM perlu memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan hukum dan pengembangan usaha seluas luasnya sebagai wujud keperpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat.

Salah satu pelaku UMKM sale pisang ini dilakukan oleh Ibu Setiawati dan Bapak Oma, yang memiliki rumah sekaligus tempat usaha produksinya di RT 03 RW 09 Desa Sayang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Setiawati, pelaku UMKM sale pisang di RW 09 Desa Sayang pada awalnya memiliki jumlah pelaku UMKM yang banyak, namun semakin hari semakin berkurang. Salah satu penyebabnya antara lain karena produk sale pisang mereka kalah bersaing dengan jenis produk oleh-oleh lain yang baru dan lebih modern serta menarik perhatian (*eye catching*). Kurang lakunya produk sale pisang sebagai oleh-oleh, lama kelamaan membuat para pelaku umkm sale pisang gulung tikar dan beralih profesi lain. Permasalahan lainnya yang diidentifikasi oleh tim adalah perlunya alat produksi khusus pada tahap pengeringan atau penjemuran, yang menurunkan tingkat produksi apabila cuaca mendung atau hujan.

Pelaku UMKM sale pisang yang tersisa, bertahan dengan pola produksi lama dan kurang mampu memanfaatkan IPTEK, khususnya merek dan kemasan produk. Produk sale pisang Ibu Setiawati telah menggunakan merek dengan nama “setia rasa”, namun demikian merek tersebut belum didaftarkan dan belum memiliki sertifikat merek dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI.

## METODE

Metode yang digunakan adalah dengan metode riset – *action research* (*kaji tindak*). Tahapan pelaksanaan

kegiatan yang terdiri dari : survey lapangan, sosialisasi merek, penjangkaran merek, pendampingan pembuatan merek, pendampingan pendaftaran merek, pendaftaran merek ke ditjen hki, pelaksanaan evaluasi kegiatan, dan penyusunan laporan kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya saing dan kemampuan UMKM perlu lebih ditingkatkan agar dapat memanfaatkan sistem perdagangan bebas yang berlangsung saat ini. Sistem itu dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk memperkenalkan produk-produk unggulan mereka di pasar global, ikut serta bahkan berperan secara nyata dalam sistim tersebut. Namun demikian tidak seluruh UMKM dapat memanfaatkan situasi pasar yang demikian untuk menembus pasar yang lebih luas atau bersaing dalam pasar yang semakin global.

Dalam kondisi ini kendati peluang pasar menjadi lebih terbuka, liberalisme perdagangan tidaklah otomatis dapat membantu bahkan menjadi ancaman bagi UMKM . Untuk mengantisipasi ancaman tersebut UMKM dituntut kreatif dan inovatif berani mengambil langkah dengan menghasilkan produk barang yang dari segi kualitasnya tidak kalah dengan produk dari perusahaan besar.

Identitas atau merek dagang sebagai salah satu wujud karya Intelektual memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Hal ini tidak terlepas karena suatu merek digunakan untuk membedakan suatu barang tertentu dari barang lain yang bentuknya sejenis . Berbagai pemalsuan merek dagang untuk suatu barang sejenis dengan kualitasnya lebih rendah daripada barang yang menggunakan merek yang dipalsukan itu. Untuk memperoleh keuntungan secara cepat dan pasti sehingga merugikan pengusaha seperti UMKM yang memproduksi barang asli. Dengan memperhatikan hal tersebut di atas diperlukan suatu perlindungan merek barang-barang yang diproduksi UMKM berdasarkan Undang Undang Merek. Perlindungan hukum terhadap suatu merek tidak hanya bertujuan untuk menguntungkan produsen tetapi juga mempunyai tujuan melindungi konsumen. Oleh karena itu perlindungan terhadap merek harus diatur dengan tegas agar dapat melindungi konsumen dari pemalsuan barang atau jasa yang mempergunakan merek secara tidak sah. Manfaat yang tidak kalah pentingnya dengan adanya perlindungan hukum dalam bidang merek adalah upaya membuka pasaran ekspor. Dengan diberikan perlindungan pada merek produk UMKM yang sesuai dengan ketentuan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek, lebih memotivasi kerja dan berimplikasi positif dalam meningkatkan daya saing sehingga menungkatkan pendapatan.

Dalam melaksanakan kegiatan usahanya UMKM tidak dapat terlepas dari penggunaan logo atau nama yang dalam hukum Hak Kekayaan Intelektual disebut

dengan merek dagang. Merek adalah nama atau logo yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu barang produk atau jasa perusahaan di pasaran. Pengertian merek menurut undang-undang yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda yang digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Pengusaha biasanya berusaha mencegah orang lain untuk menggunakan merek mereka, karena dengan menggunakan merek para pedagang memperoleh reputasi baik dan kepercayaan dari para konsumen serta dapat membangun hubungan antara reputasi dengan merek yang telah digunakan perusahaan secara reguler. Reputasi yang dibangun oleh perusahaan bukanlah hal yang mudah, semua itu harus diperoleh dengan menggunakan tenaga, pikiran, waktu, bahkan biaya yang tidak sedikit.

Merek merupakan faktor yang sangat mempengaruhi penjualan dari produk-produk milik UMKM karena merek merupakan ujung tombaknya produk ketika produk bersaing di pasaran karena 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.

Sosialisasi merek dilakukan dalam kegiatan PPMP OKK ini, dengan maksud memberikan pengetahuan kepada UMKM sale pisang desa sayang terkait Kekayaan Intelektual khususnya hak merek, sosialisasi diberikan dari berbagai sisi terkait KI yaitu sosialisasi secara umum dari sisi Hukum KI khususnya merek, dan Sosialisasi KI dari sisi perdata dan penyelesaian sengketa KI. Sosialisasi KI juga bertujuan untuk merubah paradigma masyarakat bahwa pengembangan usaha tidak hanya menggunakan modal berupa uang, tapi peningkatan asset perusahaan melalui pendaftaran merek penting untuk dilakukan, karena melalui pengembangan dan promosi merek hingga merek tersebut dikenal oleh masyarakat banyak tingkat penjualan akan bertambah dan pada akhirnya akan meningkatkan usaha dan pendapatan perusahaan sale pisang.

Hasil dari penjangkaran merek ini beragam, ada UMKM sale pisang yang belum memiliki merek dan ingin membuat merek kemudian mendaftarkan mereknya, ada juga yang telah memakai merek pada produknya tetapi belum didaftarkan, dan beberapa lagi terdapat masyarakat yang punya merek tapi belum digunakan dalam produknya.

Ibu Setiawati bersama dengan seorang kakaknya beserta keluarga mereka mencoba bertahan untuk menekuni dan melanjutkan usaha pembuatan sale pisang tersebut. Metode pembuatan sale pisang yang mereka lakukan antara lain tidak menggunakan pemanis buatan sehingga memiliki rasa manis yang khas serta daya simpan produk yang awet, mampu bertahan untuk

jangka waktu yang lama. Pada Tahun 2006, Ibu Setiawati mulai menggunakan merek untuk mencirikan produk sale pisangnya, dengan nama "Setia Rasa", sedangkan kakaknya menggunakan merek "Motekar Rasa". Sejak digunakannya merek pada produk sale pisangnya, nilai jual produk mereka jadi meningkat, sehingga pendapatan bertambah dan dapat meningkatkan kapasitas produksinya. Namun demikian, hingga saat ini merek yang mereka gunakan belum didaftarkan dikarenakan kekurangpahaman mereka terhadap arti penting merek, kurang mengerti proses pendaftaran merek, serta tidak memiliki dana khusus untuk melakukan pendaftaran merek.

Tahapan penjangkaran dilakukan oleh tim PPMP OKK dengan cara menjaring pengusaha kecil/menengah yang telah memiliki merek, tetapi memiliki masalah/kesulitan dalam pendaftaran merek. Program ini ditargetkan untuk menjaring 1 atau 2 pengusaha untuk diberkaskan mereknya. Pada tahap ini, ada 2 merek yang telah dijaring, yaitu "Setia Rasa" dan "Motekar Rasa".

Setelah dikaji rencana bisnis dan pengembangan usahanya, Tim mengusulkan agar terhadap Merek "Setia Rasa" milik Ibu Setiawati dan Bapak Oma dilakukan penyempurnaan. Hal tersebut mengingat bahwa dalam merek "Setia Rasa" yang selama ini digunakan oleh Ibu Setiawati dan Bapak Oma tertulis secara jelas kata-kata "Sale Pisang", sedangkan rencana bisnis dan pengembangan usaha mereka adalah akan menggunakan merek "Setia Rasa" tersebut untuk seluruh jenis oleh-oleh, tidak hanya sale pisang. Produk-produk baru yang nantinya akan juga menggunakan merek "Setia Rasa" antara lain adalah keripik singkong, keripik talas, opak, wajit, dan lain-lain produk olahan makanan berbahan dasar buah. Oleh karena itu, Tim menyarankan kepada Ibu Setiawati dan Bapak Oma selaku pemilik merek "setia rasa", agar tidak lagi mencantumkan kata-kata "Sale Pisang" dalam merek mereka dengan tujuan agar merek "Setia Rasa" dapat digunakan sebagai etiket merek untuk seluruh produk olahan makanan berbahan dasar buah tersebut. Adapun penggunaan jenis produk baik berupa sale pisang, keripik singkong, keripik talas, wajit opak, dan lain-lain, tetap dapat dicantumkan sebagai keterangan produk yang tidak (perlu) menjadi bagian dari merek yang didaftarkan. Keterangan jenis produk tersebut tetap dapat digunakan dalam kemasan dengan komposisi letak dan ukuran yang sedemikian rupa sehingga tidak menutupi atau menyamai nama merek "Setia Rasa" itu sendiri. Hal tersebut dipertimbangkan mengingat bahwa masyarakat konsumen pada umumnya sudah mengetahui jenis produk yang ditawarkan ataupun yang akan dibelinya dengan melihat secara fisik produknya.

Ibu Setiawati dan Bapak Oma selaku pemilik merek "setia rasa" menyambut baik usulan dari Tim untuk melakukan penyempurnaan terhadap merek "setia rasa" sehingga perubahan etiket merek "setia rasa" tersebut menjadi seperti gambar di bawah ini:



Tahapan pendampingan pemberkasan merek dilakukan oleh tim Pengusul PPMP OKK, terdiri atas beberapa tahap: penelusuran merek; pengisian formulir pendaftaran merek; pembuatan surat pernyataan yang menyatakan bahwa merek yang dimohonkan adalah miliknya; mempersiapkan 30 (tiga puluh) lembar etiket merek berukuran 8 cm x 8 cm (4 lembar dilekatkan pada formulir) yang dicetak di atas kertas; mempersiapkan arti etiket merek; menentukan kelas barang/jasa. Pendaftaran merek ke DJKI Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 8-9, Gedung Ditjen HKI Lantai 8, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia. Demi menarik minat warga masyarakat biaya pendaftaran merek telah dianggarkan dalam anggaran PPMP OKK ini. Melalui pendaftaran merek secara otomatis aset yang dimiliki oleh UMKM akan meningkat karena merek merupakan aset kebendaan yang tidak berwujud, merek ini dapat meningkatkan penjualan produk sale pisang karena dengan didaftarnya merek, melalui merek pelaku UMKM akan membangun reputasi hingga akhirnya melalui merek penjualan akan meningkat dan secara otomatis meningkat pula pendapatan dari pelaku UMKM.

UMKM merupakan perusahaan atau usaha kecil yang mencari keuntungan dengan begitu merek dapat digunakan untuk mengmebangkan diri dan menambahkan aset tak berwujud, hal ini diungkapkan juga dalam artikel :

*The fundamental differences between nonprofit organizations and for-profit commercial enterprises, it seems reasonable that the law might provide a different set of trademark rules for charitable groups*

*and perhaps provide even greater protection for the marks of well-known nonprofits that work to serve a substantial number of people.*

## SIMPULAN

Masyarakat merasa terbantu dengan program PPMP OKK Pendampingan dan Pendaftaran Merek bagi UMKM Sale Pisang di RW 09 Desa Sayang Kec. Jatinangor Kab. Sumedang, karena dengan adanya PPMP OKK ini masyarakat dapat terbuka kesadaran dan pemahamannya akan arti penting merek bagi produknya, teringat dari sisi biaya dan terbantu dari sisi pemberkasan merek, serta dengan didaftarkan merek milik pelaku usaha sale pisang ini diharapkan akan meningkatkan penjualan dan peningkatan mutu produk, sehingga meningkatkan perekonomian melalui peningkatan daya saing dan nilai jual produk serta potensi kemungkinan terbukanya lapangan pekerjaan serta maraknya kembali usaha sale pisang di wilayahnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad, 1994, *Hukum Harta Kekayaan*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.
- <http://www.jatinangorku.com/10-produk-ukm-sumedang-tembus-pasar-modern.html>
- Lauren Behr, ‘\* 243 TRADEMARKS FOR THE CURE : WHY NONPROFITS NEED THEIR OWN SET OF TRADEMARK RULES’, 2013, 1–25.
- Muhammad Amirulloh & Helitha Novianty, 2016, *Hukum Kekayaan Intelektual*, Bandung, Unpad Press.
- Tim Lindsay, 2005, *Hak Kekayaan Intelektual, Suatu Pengantar*, Bandung, PT. Alumni.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis