

## PROSEDUR PENDAFTARAN MEREK USAHA MIKRO DI DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO KABUPATEN MALANG

### *MICRO BUSINESS MARK REGISTRATION PROCEDURE IN COOPERATIVE AND MICRO BUSINESS OFFICE THE MALANG DISTRICT*

Ilmi Nafiatul Amala<sup>1</sup>, Wahyu Retno Sari<sup>1</sup>, Mochamad Ali Septia Rozikin<sup>1</sup>, Indra Luqmana<sup>1\*</sup>,  
Yenie Eva Damayanti<sup>1</sup>

<sup>1)</sup> Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Raden Rahmat

\*Email korespondensi: [indraluqmana@outlook.com](mailto:indraluqmana@outlook.com)

#### *Abstract*

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in driving the Indonesian economy. However, many MSMEs do not understand the importance of business legality and trademark registration. This can hinder their business development and access to capital. To overcome this problem, the Cooperatives and Micro Enterprises Office of Malang Regency conducted socialization and consultation on trademark registration procedures for MSMEs. Socialization is carried out face-to-face using PowerPoint presentations to explain the process of trademark registration and the benefits of owning a brand. Followed by individual consultations to help MSMEs. The success of the activity is measured through questionnaires before and after the activity to assess the understanding of MSMEs. The trademark registration process for MSMEs includes verification of availability, submission of applications to the Directorate General of Intellectual Property, completion of requirements, and waiting for announcement. Brands are very important for MSMEs because they facilitate product identification, protect product characteristics, create a company image, and attract loyal customers. Therefore, socialization regarding business legality and brand interests needs to continue to be carried out to help the growth of MSME businesses.*

**Keywords:** Brand Registration Procedure, Micro Business, Socialization

#### **Abstrak**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendorong perekonomian Indonesia. Tetapi, banyak UMKM kurang memahami pentingnya legalitas usaha serta pendaftaran merek. Hal ini bisa menghambat pengembangan usaha dan akses permodalan mereka. Untuk mengatasi persoalan ini, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang melakukan sosialisasi dan konsultasi mengenai prosedur pendaftaran merek bagi UMKM. Sosialisasi dilakukan secara tatap muka menggunakan presentasi PowerPoint untuk menjelaskan proses pendaftaran merek dan manfaat memiliki merek. Diikuti konsultasi perorangan untuk membantu UMKM. Keberhasilan kegiatan diukur melalui kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan untuk menilai pemahaman UMKM. Proses pendaftaran merek bagi UMKM meliputi verifikasi ketersediaan, pengajuan permohonan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, penyelesaian persyaratan, dan menunggu pengumuman. Merek sangat penting bagi UMKM karena memudahkan identifikasi produk, melindungi karakteristik produk, menciptakan citra perusahaan, dan menarik pelanggan setia. Oleh karena itu, sosialisasi perihal legalitas usaha dan kepentingan merek perlu terus dilakukan guna membantu pertumbuhan usaha UMKM.

**Kata kunci:** Prosedur Merek, Usaha Mikro, Sosialisasi



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2024 Author

Diterima: 27 Maret 2024; Disetujui: 27 April 2024; Terbit: 27 April 2024

## PENDAHULUAN

Peran UMKM saat ini sangat penting dalam meningkatkan ekonomi Indonesia (Srijani, 2020). Menurut Anorangga (1997), UMKM mempunyai kontribusi cukup besar terutama di Indonesia sebagai negara berkembang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia masih bertahan dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi sejak 1997 hingga 2011. Hingga 2011, UMKM memberikan sumbangsih besar bagi negara dengan menyumbang 61,9% Produk Domestik Bruto (PDB) melalui pembayaran pajak. Sektor usaha mikro 36,28%, sektor kecil 10,9% dan sektor menengah 14,7% melalui pembayaran pajak (BPS, 2011). Banyaknya UMKM akan menciptakan lapangan kerja lebih banyak. Selain itu, UMKM bisa jadi sumber penghasilan terutama di pedesaan dan rumah tangga berpenghasilan rendah. Kegiatan UMKM merupakan bidang usaha yang dapat tumbuh dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM juga wadah bagus untuk membuka lapangan pekerjaan yang direncanakan pemerintah, swasta, dan pelaku usaha perorangan.

Merek adalah gambar atau nama yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasar. Merek merupakan hasil karya intelektual manusia yang erat kaitannya dengan aktivitas ekonomi dan perdagangan. Merek memegang peran penting dalam bisnis global. Kekayaan intelektual yang seringkali tak terpisahkan antara lain merek dagang, paten, hak cipta, desain industri, rahasia dagang, tata letak sirkuit terintegrasi, serta indikasi geografis. Demikian juga dengan UMKM. Meski skala usahanya kecil, UMKM pasti memiliki merek dagang atau jasa. Dengan merek, produk barang atau jasa bisa dibedakan asal, kualitas, dan keaslian. Kadang harga suatu produk mahal karena merek, bukan produk itu sendiri. Fungsi merek sangat penting bagi pelaku usaha, di antaranya mempermudah pengolahan pesanan dan pelacakan masalah, melindungi karakteristik produk, membantu segmentasi pasar, menarik pelanggan setia dan menguntungkan, serta membentuk citra perusahaan (Rahmat, 2019).

## METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sosialisasi

dan konsultasi. Sosialisasi bertujuan memberikan penjelasan mengenai tata cara pendaftaran merek bagi usaha mikro serta manfaat memiliki merek. Sosialisasi dilaksanakan secara tatap muka dengan mengundang pelaku usaha mikro setempat. Informasi disampaikan secara interaktif menggunakan presentasi powerpoint. Gambar 1 menunjukkan dokumentasi kegiatan sosialisasi pentingnya merek bagi pelaku UMKM yang diselenggarakan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang. Tujuan sosialisasi ini adalah agar pelaku UMKM memahami manfaat memiliki merek dagang atau jasa untuk produk/layanan mereka. Pelaku UMKM diajak memahami bagaimana merek dapat meningkatkan daya saing, melindungi hak kekayaan intelektual, serta menarik minat konsumen. Diharapkan setelah sosialisasi, pelaku UMKM semakin memahami pentingnya memiliki merek untuk mengembangkan usahanya.



**Gambar 1.** Dokumentasi Sosialisasi Merek

Konsultasi dilakukan untuk menjawab pertanyaan dan memberi masukan terkait tahapan pendaftaran merek bagi pelaku usaha mikro. Konsultasi dilaksanakan secara perorangan setelah sosialisasi. Alat ukur keberhasilan kegiatan ini adalah tingkat pemahaman pelaku usaha mikro terhadap prosedur pendaftaran merek yang diukur melalui kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan. Data kualitatif juga didapat dari catatan hasil diskusi dan kendala selama proses konsultasi. Gambar 2 menunjukkan dokumentasi kegiatan konsultasi merek pelaku UMKM di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang. Tujuan konsultasi adalah memberikan bimbingan terkait langkah pendaftaran merek guna meningkatkan

pemahaman dan manfaat memiliki merek bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Hasil diskusi dan kendala selama konsultasi difasilitasi untuk mendapatkan solusi bersama guna membantu UMKM dalam pendaftaran mereknya.



**Gambar 2.** Dokumentasi Konsultasi merek

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, disebutkan bahwa merek adalah hak eksklusif yang diberikan negara kepada pemilik merek terdaftar untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya selama jangka waktu tertentu. Secara normatif, legalitas merupakan identitas yang mengesahkan suatu badan usaha sehingga terlindungi secara hukum (Fitriani, 2017). Legalitas usaha juga berfungsi melindungi kelangsungan bisnis UMKM (Indrawati & Rachmawati, 2021). Dengan mendapatkan perizinan, pelaku usaha mikro akan memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) yang berlaku untuk berbagai izin usaha, standar produk, dan sertifikat halal. Memiliki merek juga dapat meningkatkan mutu dan harga barang. Berdasar informasi tersebut, kegiatan sosialisasi tentang perizinan dan merek dilaksanakan untuk membantu permasalahan pelaku usaha mikro. Ketidaktahuan dan enggan memiliki NIB serta merek dapat berdampak pada akses permodalannya. Agar bisnis berkembang, perlu dipenuhinya dokumen legalitas salah satunya hak merek. Kadang harga suatu produk tinggi bukan karena produknya, melainkan merek.

Berdasarkan Pasal 2 ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, merek yang dilindungi meliputi tanda berupa gambar, logo,

nama, kata, huruf, angka, warna, dalam bentuk 2D atau 3D, suara, hologram, atau kombinasi 2 unsur atau lebih. Tanda-tanda tersebut bertujuan membedakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh perorangan atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/jasa. Merek dapat berupa simbol grafis seperti gambar, kata atau huruf, kombinasi warna, hingga bentuk 2D maupun 3D. Suara dan hologram juga termasuk elemen yang dapat digunakan sebagai merek. Fokusnya adalah untuk membedakan identitas produk atau jasa dari yang lainnya agar dapat diidentifikasi dan dilindungi hak ciptanya. Dengan demikian, berbagai tanda dapat digunakan dan dilindungi sebagai merek asalkan memenuhi ketentuan yang berlaku.

Sistem perlindungan merek di Indonesia menganut asas pendaftaran atau konstitutif. Artinya suatu merek akan mendapatkan perlindungan apabila sudah terdaftar resmi di pemerintah. Pemerintah yang menjadi pihak berwenang untuk mendaftarkan merek di Indonesia adalah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Jadi, pemilik suatu merek harus mengajukan permohonan pendaftaran terlebih dahulu ke DJKI. Prinsip hukum yang dianut Indonesia untuk menentukan pemilik resmi suatu merek yaitu first to file. Ini berarti hak merek diberikan kepada pihak yang permohonan pendaftarannya lebih dulu diterima di DJKI, bukan kepada pihak yang pertama kali memanfaatkan atau menciptakan merek tersebut. Oleh karena itu, langkah utama untuk mendapatkan perlindungan hukum atas suatu merek di Indonesia adalah dengan mendaftarkannya terlebih dulu ke DJKI. Baru setelah itu merek tersebut diakui dan dilindungi secara resmi..

Berikut adalah langkah - langkah pendaftaran hak merek bagi UMKM :

1. Melakukan pencarian atas merek dagang yang akan didaftarkan melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk memastikan bahwa merek dagang tersebut belum digunakan oleh orang lain.
2. Melakukan pengajuan pendaftaran hak merek melalui DJKI. Untuk UMKM, DJKI memberikan fasilitas dalam bentuk tarif spesifik yang lebih terjangkau dibandingkan menggunakan tarif pendaftaran hak merek biasa.
3. Menyelesaikan seluruh persyaratan yang diperlukan untuk proses pendaftaran hak

merek, seperti mengisi formulir permohonan, membayar biaya administrasi pendaftaran, serta menyampaikan dokumen pendukung lainnya.

4. Menunggu proses verifikasi dan pengumuman kelayakan registrasi hak merek oleh DJKI. Proses ini membutuhkan waktu yang cukup lama, tergantung dari jumlah permohonan pendaftaran hak merek yang sedang diproses pada saat itu. Hal ini dikarenakan DJKI perlu melakukan pemeriksaan administratif dan substansial terhadap setiap permohonan untuk memastikan bahwa tanda yang diajukan benar-benar dapat dilindungi sebagai merek dan tidak mengaburkan atau menyalahi merek lain yang sudah terdaftar sebelumnya.

Adapun persyaratan dalam pengurusan hak merek di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro:

1. Fotocopy KTP Pemohon.
2. Fotocopy Izin Usaha OSS (IUMK, NIB).
3. Surat Rekomendasi UKM yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi (jika pemohon merupakan termasuk Usaha Mikro atau Usaha Kecil).
4. Surat Pernyataan Kepemilikan Merek.
5. Etiket Merek (Gambar, Logo, Teks).
6. Tanda Tangan Pemohon.

Merek memiliki peran penting dalam memudahkan perdagangan barang atau jasa. Merek dapat memenuhi kebutuhan pembeli untuk membedakan suatu produk dan menjamin kualitasnya. Sekarang ini, produk asing sudah bisa masuk ke Indonesia karena globalisasi yang menghilangkan batas antar negara. Jika dikelola dengan baik, merek bisa menjadi aset berharga bagi perusahaan dan menambah keuntungan perusahaan. Sejalan dengan peran merek yang semakin besar, perlindungan hukum untuk merek perlu diperkuat untuk melindungi hak individu dan perusahaan terkait merek. Merek mewakili jaminan identitas dan reputasi suatu produk. Jaminan kualitas berguna bagi produsen saat bersaing di pasar dan memberikan perlindungan kepada pembeli. Intinya, merek berperan sebagai identitas dan jaminan mutu produk yang bermanfaat bagi produsen dan pembeli, sehingga perlu dilindungi secara hukum.

Menurut Keller dalam tulisan Tjiptono (2005), merek memiliki beberapa manfaat penting bagi produsen, yaitu:

1. Sebagai alat pengenalan yang mempermudah proses pengelolaan stok produk dan pelacakan perusahaan, khususnya dalam pengelompokan barang dan pencatatan keuangan.
2. Memberi perlindungan terhadap fitur khas dari suatu produk.
3. Merek menjadi tanda kualitas produk, sehingga pembeli yang puas akan lebih gampang memilih dan beli lagi produk itu.
4. Merek dapat membentuk ikatan dan arti khas yang membedakan produk dari pesaing.
5. Menjadi sumber keunggulan usaha melalui perlindungan hukum, loyalitas pembeli, dan citra spesifik yang terbentuk di benak konsumen.
6. Sumber pendapatan masa depan perusahaan, karena merek bisa menghasilkan uang terus-menerus.

Menurut Simamora (2001:62), merek memiliki berbagai manfaat :

1. Bagi pembeli :
  - a. Memberi tahu tentang kualitas produk.
  - b. Membantu pembeli memperhatikan produk baru.
2. Bagi penjual :
  - a. Mempermudah pengolahan pesanan dan pelacakan masalah.
  - b. Memberi perlindungan hukum untuk keistimewaan produk.
  - c. Mendatangkan pembeli setia yang menguntungkan.
  - d. Membantu membedakan kelompok pembeli.
3. Bagi masyarakat :
  - a. Pastikan kualitas produk lebih terjamin dan konsisten.
  - b. Meningkatkan efisiensi pembelian melalui informasi merek.
  - c. Mendorong terciptanya produk-produk baru melalui persaingan.

Merek bermanfaat bagi konsumen, penjual, produsen, dan masyarakat luas lewat fungsi memberi informasi, perlindungan hukum, segmentasi, serta mendorong inovasi dan persaingan bisnis.

## KESIMPULAN

Prosedur pendaftaran merek bagi UMKM meliputi verifikasi ketersediaan merek, pengajuan permohonan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), penyelesaian

persyaratan, dan menunggu pengumuman. Persyaratan yang diperlukan antara lain fotocopy KTP pemohon, izin usaha OSS, surat rekomendasi UKM, surat pernyataan kepemilikan merek, dan gambar/logo merek. Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) memberikan pelayanan dan fasilitas berupa tarif pendaftaran yang lebih terjangkau bagi UMKM dibandingkan tarif pendaftaran merek biasa. Sosialisasi dan konsultasi yang dilakukan Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terkait langkah pendaftaran merek serta manfaat memiliki merek untuk mengembangkan bisnis. Pendaftaran merek penting bagi UMKM karena dapat melindungi hak kekayaan intelektual, membentuk citra perusahaan, serta meningkatkan daya saing produk/jasa di pasar.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang ikut dan demi kelancaran penulisan jurnal pengabdian masyarakat. Khususnya Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang yang sudah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. (1997). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik 2011. *Berita Resmi Statistik UKM*.
- Fitriani, R. (2017). Aspek Hukum Legalitas Perusahaan Atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan* 12(1). <https://ejournalunsam.id/index.php/jhsk/article/view/97>
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3), 231–241. <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i3.17113>
- Rahmat, B. (2019). *Pendampingan Dan Pendaftaran Merek Bagi Pengrajin Sasirangan Dalam Rangka Perlindungan Hak Kekayaan*

*Intelektual (HKI) Di Kalimantan Selatan. PRO SEJAHTERA (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat)* 1(1), 98–103.

- Simamora, B. (2001). *Remarketing for Business Recovery*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Srijani, K., Ninik. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.