

PENDAMPINGAN PENGAJUAN MEREK DAGANG SEBAGAI UPAYA DALAM PERLINDUNGAN TERHADAP HAK KEKAYAAN INTEKTUAL DI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DESA CIPACING SUMEDANG

Utang^{1*}, Dedi Supriyadi²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

*Korespondensi: u.abdurrahman@uinsgd.ac.id

Abstrak

Pendaftaran merek dagang sangat penting untuk melindungi inovasi, memberikan kepastian hukum, dan membedakan produk di pasar, serta memperkuat citra produsen secara global. Namun, data menunjukkan rendahnya kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya pendaftaran merek, dengan hanya 18,7% UMKM di Kota Bandung yang terdaftar antara 2017 hingga 2021. Hal ini mendorong penulis untuk melaksanakan program pendampingan pendaftaran merek di Desa Cipacing, Jatinangor, sebagai kelanjutan dari pendampingan sertifikasi halal, bertujuan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Metode pengabdian yang digunakan adalah service learning, yang mengintegrasikan pembelajaran akademik dengan praktik di masyarakat. Adapun hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pendampingan pengajuan merek dagang untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Cipacing, Sumedang, sangat penting dalam memperkuat posisi pelaku UMKM di pasar. Program ini memberikan bimbingan praktis dan dukungan administratif untuk mempermudah proses pendaftaran merek, memastikan pelaku UMKM mendapatkan perlindungan hukum yang diperlukan dan hak eksklusif terhadap merek mereka. Dengan membantu mengatasi kendala teknis dan hukum, program ini mengurangi risiko kesalahan dalam pendaftaran. Perlindungan yang diperoleh tidak hanya menjaga reputasi merek, tetapi juga mendukung keberlangsungan usaha di lingkungan bisnis yang kompetitif. Program ini juga berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM bagi daerah lain, menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

Kata kunci: Dagang, HKI, Merek

Abstract

Trademark registration is crucial for protecting innovation, providing legal certainty, and differentiating products in the market, as well as strengthening the manufacturer's image globally. However, data shows low awareness among business owners regarding the importance of trademark registration, with only 18.7% of MSMEs in Bandung City registered between 2017 and 2021. This prompted the author to implement a mentoring program for brand registration in Cipacing Village, Jatinangor, as a continuation of the halal certification mentoring, aiming to increase the contribution of MSMEs to the economy in accordance with Law No. 20 of 2008 concerning MSMEs. The service method used is service learning, which integrates academic learning with practice in the community. The results of this service show that providing assistance with trademark applications for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Cipacing Village, Sumedang, is crucial in strengthening the position of MSME actors in the market. This program provides practical guidance and administrative support to simplify the trademark registration process, ensuring that MSMEs receive the necessary legal protection and exclusive rights to their trademarks. By helping to overcome technical and legal obstacles, the program reduces the risk of errors in registration. The protection obtained not only safeguards brand reputation but also supports business sustainability in a competitive business environment. This program also has the potential to become a model for empowering MSMEs in other regions, creating an inclusive business ecosystem and supporting overall local economic growth.

Keywords: Trade, HKI, Brand

Submit: November 2025

Diterima: November 2025

Publish: November 2025



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya, Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam dan sumber daya manusia. Hal tersebut tidak lepas dari peran penting Bangsa Indonesia dalam berbagai aspek. Salah satunya adalah aspek ekonomi. Aspek ekonomi menjadi parameter yang sangat penting, selain sebagai sarana dalam meningkatkan taraf kesejahteraan, juga menjadi tolok ukur dalam mempresentasikan pertumbuhan grafik daya beli dan daya jual masyarakat itu sendiri. Berbicara mengenai daya jual dan daya beli, tentunya tidak terlepas dari aspek produk. Produk merupakan sesuatu yang dihasilkan produsen dalam menunjang aspek ekonomi di Indonesia. Namun yang menjadi permasalahan, tidak setiap produk di Indonesia mempunyai merek dagang. Hal inilah yang kemudian menjadi permasalahan serta melahirkan konflik dalam dunia usaha. Tidak jarang juga, antar produsen saling meng-klaim mengenai hak merek dagang sebagai inovasi masing-masing, hingga menjadi kontroversi yang tidak berkesudahan. Adapun kualitas produk mencerminkan nilai yang mampu memuaskan pelanggan baik dari segi fisik maupun psikologis, menunjukkan karakteristik atau sifat-sifat tertentu yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Ketika pelanggan dapat merasakan kualitas yang diharapkan dari sebuah produk, perusahaan akan mendapatkan dampak positif (Hulu et al., 2022).

Oleh karena itulah, disini diperlukan adanya hak merek dagang bagi setiap produsen. Hal demikian dimaksudkan agar segala bentuk inovasi dalam dunia usaha tidak mudah ditiru atau di *copy paste* oleh produsen lain. Hak merk dagang memfasilitasi produsen dalam mengembangkan produknya dengan lebih luas dan mendapatkan kepastian hukum. Merek merupakan representasi dari produk

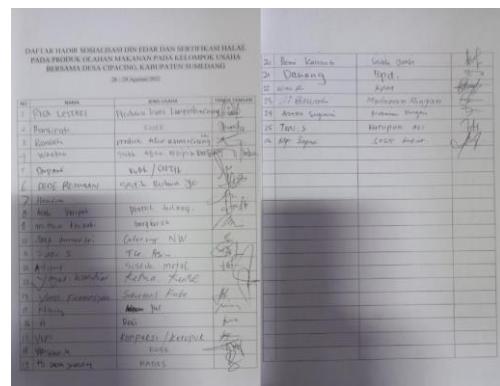
serta merupakan symbol, desain atau perpaduan dari semuanya sebagai spesifikasi dari produsen terkait dengan tujuan membedakan produk yang dimiliki dengan produsen kompetitornya. Merek memiliki beberapa fungsi penting, seperti mengidentifikasi mutu produk, meningkatkan efisiensi pembeli, dan mempermudah konsumen dalam menemukan produk baru yang mereka cari. Selain itu, merek juga membantu mengidentifikasi keunggulan produk dan meningkatkan citra produsen di pasar global. Merek juga mencakup unsur ciptaan, seperti desain logo atau huruf. Meskipun ada hak cipta dalam bidang seni, hak merek melindungi mereknya sendiri, bukan karya seni tersebut. Hak merek ini terbatas pada penggunaan atau pemakaian merek pada produk-produk yang dipasarkan dan memiliki nilai ekonomis (Satino & W., 2018).

Hak atas merek merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemiliknya, memungkinkan penggunaan pribadi atau pemberian izin kepada pihak lain. Proses pendaftaran merek ini bersifat wajib agar mendapatkan perlindungan dan pengakuan dari negara. Jika merek tidak daftarkan, maka tidak akan dilindungi oleh negara dan bisa digunakan oleh siapa saja (Arifin & Iqbal, 2020). Perlindungan hukum terhadap merek sangat penting untuk menjaga reputasi yang dibangun melalui investasi dan promosi yang berkelanjutan. Merek yang terdaftar di beberapa negara memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar mereka. Namun, pendaftaran merek tidak dapat dilakukan hanya melalui sosialisasi, melainkan memerlukan pendampingan yang berkelanjutan. Program pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk membantu pelaku usaha

dalam proses pendaftaran merek, yang sebelumnya sudah didampingi dalam sertifikasi halal. Data dari UMKM Kota Bandung menunjukkan bahwa dari 1.052 UMKM yang terdaftar antara tahun 2017 hingga 2021, hanya 18,7% yang telah mendaftarkan merek dagangnya (Bandung, 2021). Angka ini masih rendah, mengindikasikan potensi sengketa merek di kalangan UMKM. Banyak pelaku usaha yang minim pengetahuan mengenai pendaftaran merek dan menganggapnya kurang penting, padahal pendaftaran merek sangat vital untuk pengembangan dan inovasi produk, sesuai dengan pandangan WIPO (World Intellectual Property Organization). Tingkat kesadaran yang rendah di kalangan pelaku usaha mendorong penulis untuk melaksanakan program pendampingan terkait pendaftaran merek di Desa Cipacing, Jatinangor. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian negara, sejalan dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang menekankan pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi yang berkeadilan.

Sebelumnya, Desa Cipacing, Sumedang telah menjadi sasaran pengabdian dari tim pengabdi yang memfokuskan upaya mereka pada pendampingan sertifikat halal bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pendampingan ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM di desa tersebut sesuai dengan standar halal yang diakui, sehingga dapat memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen. Pengabdian ini telah berhasil memberikan sertifikat halal kepada beberapa UMKM, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas pasar yang dapat mereka jangkau. Kegiatan

sosialisasi tentang Urgensi Sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil ini dilaksanakan pada Agustus 2022 dengan dihadiri oleh 26 Peserta pelaku usaha mikro maupun kecil di wilayah Cipacing (Jubaedah & Yuniarti, 2022).



Gambar 1. Daftar Hadir Peserta Sosialisasi Sertifikasi Halal

Pendampingan terkait sertifikat halal merupakan langkah awal dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM di Cipacing. Program ini melanjutkan inisiatif sebelumnya yang fokus pada perlindungan merek dagang, yang krusial untuk menjaga identitas dan reputasi produk di pasar yang kompetitif. Tim pengabdi akan mendampingi pelaku UMKM yang sudah memiliki sertifikat halal untuk memahami pentingnya hak merek dagang dan proses pendaftarnya. Dengan merek dagang terdaftar, produk UMKM lebih mudah dikenali oleh konsumen dan terlindungi dari pelanggaran. Pendampingan ini meliputi sosialisasi mengenai hak merek dagang, bantuan dalam proses pendaftaran, dan bimbingan strategi branding yang efektif. Diharapkan, para pelaku UMKM di Desa Cipacing dapat mempertahankan kualitas produk halal sambil membangun merek yang kuat dan terpercaya. Dengan demikian, keberlanjutan usaha dan peningkatan kesejahteraan UMKM dapat tercapai secara menyeluruh dan berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan service learning, yang mengintegrasikan nilai-nilai pembelajaran akademik, pengalaman praktis, dan kemasyarakatan. Metode service learning merupakan pendekatan holistik yang bertujuan untuk membantu audiens memahami arti dari materi yang dipelajari melalui konteks kehidupan nyata. Melalui metode ini, tercipta hubungan timbal balik antara pengabdi dan masyarakat. Prosesnya dimulai dengan identifikasi kebutuhan pelaku UMKM di Desa Cipacing melalui penilaian awal untuk memahami tantangan yang mereka hadapi, diikuti dengan perencanaan program sosialisasi yang relevan. Pada tahap pelaksanaan, sosialisasi dilakukan melalui interaksi langsung dan wawancara untuk mengumpulkan data primer tentang pengetahuan dan praktik terkait hak merek dagang, disertai observasi untuk menilai respons peserta. Evaluasi dilakukan dengan menganalisis data yang terkumpul untuk menilai efektivitas sosialisasi dan mengidentifikasi area perbaikan, sementara data sekunder diambil dari literatur terkait untuk mendukung analisis. Dengan tahapan ini, service learning memastikan pengabdian memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM sekaligus pengalaman belajar bagi pengabdi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Profil Desa Cipacing Jatinangor Sumedang



Gambar 2. Desa Cipacing Jatinangor Sumedang

Desa Cipacing merupakan salah satu desa di Kecamatan Jatinangor yang memiliki posisi geografis strategis, karena terletak di bagian barat laut kecamatan, dekat dengan perbatasan Kabupaten Bandung. Lokasi ini memberikan keunggulan aksesibilitas bagi Desa Cipacing karena diapit oleh jalur jalan nasional yang menghubungkan Bandung dengan wilayah-wilayah di selatan Jawa Barat, seperti Garut dan Tasikmalaya. Hal ini membuat Desa Cipacing menjadi titik penghubung yang penting dan meningkatkan arus transportasi serta mobilitas bagi penduduknya maupun bagi mereka yang bepergian melewati kawasan tersebut. Jaraknya yang hanya sekitar tiga kilometer dari pusat Kecamatan Jatinangor juga menjadikan desa ini cukup dekat dengan fasilitas dan layanan pusat kecamatan, seperti pendidikan, kesehatan, dan ekonomi. Kedekatan ini memberikan keuntungan tersendiri bagi warga Desa Cipacing dalam memperoleh akses yang lebih mudah dan cepat terhadap berbagai layanan dan fasilitas di pusat kecamatan (Imanuddin, 2025).

Desa Cipacing memiliki sejarah panjang sebagai desa induk sebelum pemekaran wilayah, awalnya merupakan bagian dari Kecamatan Cimanggung yang kemudian terpecah menjadi Kecamatan Cimanggung dan Kecamatan Cikeruh. Setelah pemekaran, Desa

Cipacing juga mengalami pembagian wilayah menjadi Desa Cipacing dan Desa Cibeusi, namun tetap mempertahankan posisi strategisnya di selatan yang dilintasi jalan nasional Bandung-Garut. Berdasarkan data tahun 2014, desa ini diklasifikasikan sebagai desa swasembada, menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dasar masyarakat. Topografi Desa Cipacing datar dan terletak di ketinggian 704 meter di atas permukaan laut, memungkinkan akses yang mudah untuk pemukiman dan pertanian. Secara administratif, desa ini terbagi menjadi tiga dusun dengan 17 Rukun Warga (RW) dan 68 Rukun Tetangga (RT), memfasilitasi pengaturan wilayah yang efisien. Dengan luas sekitar 179 hektar, sekitar 56 hektar digunakan untuk pertanian, termasuk sawah dan lahan non-sawah, sementara 103 hektar dialokasikan untuk pemukiman dan pekarangan, serta 20 hektar untuk fasilitas umum, mencerminkan komitmen desa terhadap kesejahteraan masyarakat (Imanuddin, 2025).

Perkembangan Desa Cipacing sejalan dengan transformasi kawasan Jatinangor dari agraris menjadi pusat pendidikan, namun Cipacing mengambil arah yang berbeda dengan fokus pada pengembangan industri. Kehadiran perusahaan besar seperti Polyfin Canggih dan Wiska telah menciptakan banyak lapangan kerja, meningkatkan keterampilan tenaga kerja lokal, dan memperkuat pertumbuhan ekonomi. Selain industri, sektor kerajinan, terutama produksi senapan angin yang menjadi ciri khas desa, juga berkembang pesat, menambah identitas unik Cipacing sebagai pusat kerajinan di Jawa Barat. Produk kerajinan lainnya, seperti lukisan dan perabotan rumah tangga, dipasarkan secara lokal dan online, meningkatkan daya tarik desa ini. Sektor perdagangan

turut berkembang, dengan banyak usaha yang memanfaatkan lokasi strategis di sepanjang jalan nasional untuk menarik pengunjung. Meskipun lahan pertanian terbatas, sektor ini tetap berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan lokal, sementara sebagian warga juga bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), mendukung stabilitas ekonomi desa. Diversitas sektor ekonomi ini menunjukkan ketahanan ekonomi Desa Cipacing, di mana setiap sektor saling melengkapi untuk kesejahteraan masyarakat setempat (Imanuddin, 2025).

b. Sosialisasi Merek Dagang Bagi UMKM di Desa Cipacing Sumedang

Pelaksanaan sosialisasi merek dagang bagi UMKM di Desa Cipacing, Sumedang, merupakan langkah strategis yang sangat signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengenai perlindungan dan manfaat merek dagang. Desa Cipacing, dengan potensi usaha lokal yang beragam, menghadapi berbagai tantangan dalam memanfaatkan kekuatan merek dagang untuk memperkuat posisi mereka di pasar yang kompetitif. Dalam konteks ini, sosialisasi bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan mendalam tentang bagaimana merek dagang dapat berfungsi sebagai alat perlindungan dan sebagai pendorong utama dalam pengembangan usaha. Dengan memahami betul nilai dan manfaat dari merek dagang, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya dapat melindungi produk mereka dari pemalsuan dan pelanggaran hak cipta, tetapi juga memanfaatkan merek dagang sebagai aset strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar lokal maupun nasional.

Sosialisasi mengenai merek dagang di Desa Cipacing dimulai dengan seminar yang menarik perhatian pelaku UMKM setempat. Seminar ini memberikan penjelasan mendalam tentang konsep dasar merek dagang, pentingnya memiliki merek yang kuat, serta cara membedakan produk dari kompetitor. Narasumber, yang terdiri dari ahli hukum hak kekayaan intelektual, praktisi bisnis, dan perwakilan lembaga pendaftaran merek, menyampaikan materi dengan cara yang mudah dipahami, dilengkapi dengan studi kasus dan diskusi interaktif. Sebagai lanjutan, kegiatan sosialisasi juga mencakup pelatihan praktis tentang cara mendaftarkan merek dagang. Pelatihan ini memberikan panduan rinci tentang proses pendaftaran, termasuk persyaratan, biaya, dan prosedur yang harus diikuti, dengan kesempatan bagi peserta untuk praktik langsung dan sesi tanya jawab untuk membahas masalah spesifik. Dengan keterampilan praktis ini, diharapkan pelaku UMKM dapat mengatasi hambatan administratif dalam pendaftaran merek. Adapun untuk menjangkau audiens yang lebih luas, informasi sosialisasi disebarluaskan melalui berbagai media, termasuk brosur, pamflet, dan platform digital seperti media sosial dan website desa. Ini memungkinkan pelaku UMKM, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil, untuk mengakses informasi tentang merek dagang kapan saja. Dengan demikian, sosialisasi ini bertujuan memastikan setiap pelaku UMKM di Desa Cipacing memiliki kesempatan untuk memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan tentang perlindungan merek dagang.



Gambar 3. Sosialisasi Merek Dagang pada UMKM Desa Cipacing

Evaluasi dari kegiatan sosialisasi dilakukan dengan teliti untuk menilai dampak dan efektivitas kegiatan tersebut. Tim pengabdian mengumpulkan umpan balik dari peserta melalui formulir evaluasi yang dirancang khusus untuk mengukur sejauh mana informasi yang disampaikan bermanfaat dan aplikatif. Selain itu, diskusi kelompok juga dilakukan untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang pengalaman peserta selama sosialisasi. Proses evaluasi ini sangat penting untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang berhasil dan area yang perlu diperbaiki. Hasil evaluasi digunakan untuk menyempurnakan kegiatan sosialisasi di masa depan, serta sebagai referensi untuk merancang kegiatan serupa di wilayah lain. Dengan informasi yang diperoleh dari evaluasi, tim pengabdian dapat mengoptimalkan strategi sosialisasi dan memastikan bahwa kegiatan di masa depan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pelaku UMKM di berbagai lokasi.



Gambar 4. Sosialisasi Merek Dagang pada UMKM Desa Cipacing

Pelaksanaan sosialisasi merek dagang di Desa Cipacing, Sumedang, merupakan inisiatif yang sangat berarti dalam memberdayakan pelaku UMKM. Dengan meningkatkan pemahaman mereka mengenai merek dagang, proses pendaftaran, dan perlindungan hukum, sosialisasi ini bertujuan untuk memperkuat posisi pelaku UMKM di pasar dan membantu mereka menghadapi tantangan persaingan dengan lebih efektif. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan merek dagang sebagai alat strategis untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka, serta menjadi model yang inspiratif bagi daerah lain dalam upaya pemberdayaan UMKM dan pengembangan ekonomi lokal. Sosialisasi ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal di Desa Cipacing tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM secara menyeluruh.

c. Pendampingan Pengajuan Merek Dagang Bagi UMKM di Desa Cipacing Jatinangor Sumedang



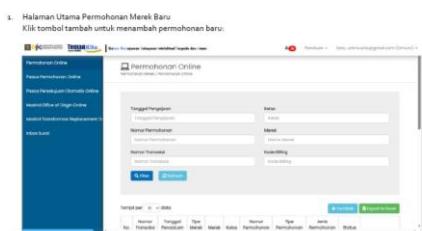
Gambar 5. Alur Proses Pendaftaran Merek Dagang

Pada dasarnya dalam sistem konstitutif (*prinsip first to file*), hak atas merek diperoleh melalui proses pendaftaran, yang berarti hak eksklusif atas suatu merek diberikan berdasarkan pendaftaran tersebut (diperlukan pendaftaran). Dalam sistem ini, pendaftaran merek harus dilakukan

secara mutlak. Oleh karena itu, merek yang tidak terdaftar tidak akan mendapatkan perlindungan hukum (Usman, 2003). Di sisi lain, dalam sistem deklaratif (*prinsip first to use*), fokus utama terletak pada penggunaan pertama. Pihak yang pertama kali menggunakan suatu merek akan dianggap berhak secara hukum atas merek tersebut. Dengan kata lain, hak atas merek dihasilkan dari penggunaan pertama, bukan dari pendaftaran (Saidin, 2007). Adapun UMKM berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja yang penting dan berkontribusi pada distribusi hasil pembangunan. Banyak UMKM yang bekerja sama dengan pemerintah dalam pengelolaan sumber daya. Sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia, Indonesia perlu memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan rakyatnya. Sumber daya ini tidak hanya mencakup kekayaan alam, tetapi juga potensi pasar yang luas, keberagaman nasional, dan kemajuan teknologi (Londa et al., 2023).

Sementara itu, pendampingan pengajuan merek dagang bagi UMKM di Desa Cipacing, Sumedang, merupakan sebuah upaya penting untuk memberikan dukungan yang mendalam kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam proses pendaftaran merek dagang mereka. Inisiatif ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengajukan merek dagang mereka dengan tepat, sehingga mereka dapat melindungi identitas merek mereka dan memanfaatkan merek dagang sebagai alat strategis untuk memperkuat keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, memiliki merek dagang yang terdaftar dan terlindungi menjadi kunci untuk memastikan bahwa produk dan layanan mereka dapat membedakan

diri dari kompetitor dan memperoleh pengakuan yang lebih besar dari konsumen.



Gambar 6. Halaman Permohonan Merek

Program pendampingan dimulai dengan sesi pembekalan di pusat kegiatan desa, di mana pelaku UMKM diundang untuk mendapatkan informasi mengenai pendaftaran merek dagang. Dalam sesi ini, tim pengabdi memaparkan materi yang mencakup langkah-langkah dalam proses pendaftaran, termasuk persyaratan dokumen, prosedur administratif, dan biaya yang terlibat. Materi disampaikan dengan bahasa yang sederhana, dilengkapi ilustrasi dan contoh nyata, agar peserta memahami pentingnya pendaftaran merek dagang dan dampaknya terhadap posisi mereka di pasar. Setelah pembekalan, program berlanjut dengan bimbingan praktis dalam format individu atau kelompok kecil. Dalam sesi ini, pelaku UMKM menerima bantuan langsung untuk menyiapkan dan melengkapi dokumen yang diperlukan. Tim pendamping membantu peserta dalam menyusun formulir pendaftaran, memeriksa kelengkapan dokumen, dan memastikan semua persyaratan terpenuhi dengan benar. Bimbingan juga mencakup cara mengisi formulir secara akurat, menyusun deskripsi merek, dan menyiapkan bukti pendukung yang relevan. Dengan dukungan ini, pelaku UMKM dapat mengatasi tantangan administratif dan meminimalkan risiko kesalahan yang dapat menghambat proses pendaftaran merek mereka.



Gambar 7. Pendampingan Merek Dagang pada UMKM Desa Cipacing

Pendampingan pengajuan merek dagang bagi UMKM di Desa Cipacing mencakup dukungan administratif dan teknis, termasuk bantuan dalam pengajuan secara online. Tim pendamping memandu peserta dalam mengakses platform pendaftaran merek dagang, mengunggah dokumen yang diperlukan, dan mengikuti prosedur yang ditetapkan. Jika terdapat kendala teknis atau administratif, tim pendamping siap memberikan solusi, sehingga pelaku UMKM dapat menyelesaikan proses pendaftaran dengan lebih mudah dan efisien. Sehingga untuk memastikan efektivitas program, tim pengabdi melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap kemajuan peserta. Evaluasi dilakukan melalui pertemuan rutin dan komunikasi online, serta pengumpulan umpan balik dari peserta mengenai pengalaman mereka. Hasil evaluasi ini digunakan untuk menilai keberhasilan program dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, yang kemudian menjadi dasar untuk pengembangan kegiatan pendampingan di masa depan.

Program ini merupakan upaya strategis yang signifikan dalam membantu pelaku UMKM melindungi hak kekayaan intelektual mereka. Dengan bimbingan praktis yang mendetail, dukungan administratif, dan pemantauan menyeluruh, pelaku UMKM dapat menjalani proses pendaftaran merek dagang dengan lebih

percaya diri. Pendampingan ini tidak hanya membantu mengatasi kendala, tetapi juga mengurangi risiko kesalahan dan penundaan, memungkinkan pelaku UMKM untuk melindungi merek mereka dengan lebih cepat. Selain memberikan manfaat langsung bagi peserta, program ini juga berkontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi lokal. Dengan membantu pelaku UMKM melindungi hak kekayaan intelektual, program ini memperkuat posisi mereka di pasar dan meningkatkan daya saing. Merek dagang yang terdaftar dan terlindungi memberikan nilai tambah bagi produk dan layanan mereka, menarik perhatian konsumen, dan membuka peluang ekspansi pasar. Keberhasilan program ini juga menciptakan contoh positif bagi daerah lain, menunjukkan bagaimana dukungan yang efektif dapat memberdayakan UMKM dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Program pendampingan pengajuan merek dagang bagi UMKM di Desa Cipacing diharapkan dapat menjadi model bagi daerah lain yang ingin mengimplementasikan inisiatif serupa dalam upaya pemberdayaan UMKM dan pengembangan kapasitas bisnis lokal. Dengan menunjukkan hasil positif dari program ini, diharapkan akan muncul lebih banyak dukungan dan investasi untuk program-program serupa di wilayah lain. Keberhasilan pendampingan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi peserta, tetapi juga memberikan inspirasi dan motivasi bagi daerah lain untuk mengembangkan program-program yang mendukung pelaku UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Mendaftarkan merek dagang merupakan langkah penting bagi pelaku usaha mikro dan kecil untuk melindungi identitas serta keunikan

produk atau jasa yang mereka tawarkan. Proses pendaftaran merek secara online melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, pelaku UMKM diharuskan untuk mengumpulkan persyaratan dokumen yang diperlukan, seperti etiket atau label merek yang akan didaftarkan, tanda tangan pemohon, serta surat rekomendasi dari dinas terkait jika mereka tergabung dalam program UKM binaan. Selain itu, surat pernyataan UMK bermaterai juga perlu disiapkan untuk menunjukkan status usaha mereka sebagai usaha mikro atau kecil.



Gambar 8. Pendampingan Merek Dagang pada UMKM Desa Cipacing

Setelah memenuhi semua persyaratan tersebut, langkah selanjutnya adalah melakukan pendaftaran secara online. Pelaku usaha harus membuat akun di situs DJKI dan log in untuk memulai proses pendaftaran. Mereka kemudian akan memilih opsi permohonan online dan menentukan tipe permohonan yang sesuai dengan kebutuhan perlindungan merek. Setelah itu, data pemohon dan merek harus dimasukkan secara akurat, termasuk informasi mengenai kelas produk atau jasa yang relevan. Penting untuk mengunggah semua dokumen yang diperlukan dengan lengkap, agar proses pendaftaran dapat berjalan lancar. Kemudian data dan dokumen diinput, pelaku usaha perlu membuat kode billing untuk pembayaran.

Sebelum menyelesaikan proses pendaftaran, mereka harus memeriksa kembali semua informasi untuk memastikan tidak ada kesalahan. Setelah semua langkah selesai, tanda terima sebagai bukti pendaftaran dapat diunduh. Dengan mengikuti panduan ini, pelaku UMKM di Desa Cipacing dapat menjalani proses pendaftaran merek dagang secara efisien, melindungi identitas usaha mereka, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih baik.

4. KESIMPULAN

Pendampingan pengajuan merek dagang untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Cipacing, Sumedang, sangat penting dalam memperkuat posisi pelaku UMKM di pasar. Program ini memberikan bimbingan praktis dan dukungan administratif untuk mempermudah proses pendaftaran merek, memastikan pelaku UMKM mendapatkan perlindungan hukum yang diperlukan dan hak eksklusif terhadap merek mereka. Dengan membantu mengatasi kendala teknis dan hukum, program ini mengurangi risiko kesalahan dalam pendaftaran. Perlindungan yang diperoleh tidak hanya menjaga reputasi merek, tetapi juga mendukung keberlangsungan usaha di lingkungan bisnis yang kompetitif. Program ini juga berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM bagi daerah lain, menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

REFERENSI

Arifin, Z., & Iqbal, M. (2020). Legal Protection of Registered Brands.

- Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 47–65.
- Bandung, O. D. K. (2021). *Data UMKM Kota Bandung Tahun 2017-2021*. <https://opendata.bandung.go.id/>
- Hulu, E., Mendrofaz, Y., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106–115.
- Imanuddin, A. M. (2025). *Desa Cipacing*. Sumedang Tandang. https://sumedangtandang.com/direktori/detail/desa-cipacing.htm#google_vignette
- Jubaedah, D., & Yuniarti, V. S. (2022). *Urgensi Sosialisasi Izin Edar Sertifikat Halal di Desa Cipacing*.
- Londa, E. T., Lengkong, F., & Mambo, R. (2023). Pengembangan UMKM di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dan Menengah Kota Tomohon. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(IX), 71–79.
- Sardin. (2007). *Aspek Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Satino, S., & W., Y. Y. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Merek (Tinjauan Terhadap Merek Dagang Tupperware Versus Tulipware). *Jurnal Yuridis*, 5(1), 160–172.
- Usman, R. (2003). *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual: Perlindungan Dan Dimensi Hukumnya di Indonesia* (1st ed.). Sinar Grafika.