

EFEKTIFITAS PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH MELALUI PENDAFTARAN MEREK DAGANG PADA KELURAHAN PONDOK BENDA KECAMATAN PAMULANG TANGERANG SELATAN

Rita Vidiana Hakim¹, Rifki Zulian², Abdul Haris³, Eva Alfiah⁴

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pasca Sarjana

Universitas Pamulang Tangerang, Indonesia

Email: rtvana.ana@gmail.com

ABSTRACT

This community service activity program aims to empower Small and Medium Enterprises (SMEs), especially Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) fostered from Pondok Benda Village, Pamulang District, South Tangerang City, Banten Province by providing education and socialization of trademark registration and trademark benefits. in business development. The target of this activity is one of the Tri Dharma Perguruan Tinggi, namely community service. The method used by the Management Graduate Student Team of Pamulang University, in carrying out this activity, begins with giving lectures and socialization about trademark registration and the benefits of trademarks, counseling on business development with trademarks and making labels, then continued by providing information on trademark registration guided by a trademark registration manual to make it easier for MSMEs fostered by Pondok Benda Village to register a mark, then a discussion and question and answer session is held, the final stage is to practice with a simulation of a trademark registration account. Through this empowerment activity, it is hoped that it can change the views and mindset of MSME actors assisted by Pondok Benda Village that trademarks are very important in business development and by registering trademarks they make brands as ownership of brand rights on the products they produce.

Keywords: Training; MSME; Trademark.

ABSTRAK

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) binaan dari Kelurahan Pondok Benda kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten dengan memberikan edukasi dan sosialisasi pendaftaran merek dan manfaat merek dagang dalam pengembangan usaha. Target kegiatan ini salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat. Metode yang digunakan oleh Tim Mahasiswa Pascasarjana Manajemen Universitas Pamulang, dalam pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan pemberian ceramah dan sosialisasi mengenai pendaftaran merek dan manfaat merek dagang, penyuluhan pengembangan usaha dengan merek dagang dan membuat label, kemudian

dilanjutkan dengan memberikan informasi dalam pendaftaran merek yang berpedoman pada buku panduan pendaftaran merek guna memudahkan pelaku UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda dalam melakukan pendaftaran merek, selanjutnya dilakukan sesi diskusi dan tanya jawab, tahap akhir melakukan praktek dengan simulasi akun pendaftaran merek. Melalui kegiatan pemberdayaan ini diharapkan dapat merubah pandangan dan pola pikir pelaku UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda bahwa merek dagang merupakan hal yang sangat penting dalam pengembangan usaha dan dengan pendaftaran merek dagang menjadikan merek sebagai kepemilikan atas hak merek pada produk yang mereka hasilkan.

Kata kunci : Pelatihan; UMKM; Merek Dagang.

A. PENDAHULUAN

Keberadaan UKM khususnya sektor usaha mikro yakni UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda sangat beragam tidak saja didominasi dalam bentuk usaha kuliner tetapi ada juga dalam berbagai usaha kreatif. Pelaku usaha lebih fokus dan beranggapan dalam hal pentingnya menjual produk berkualitas dan rasa yang enak sehingga setiap hari dapat orderan dan pembeli datang, produk habis terjual. Satu hal yang sangat penting dan mempunyai peran dalam pengembangan usahanya terabaikan dan tidak dianggap penting yaitu merek dagang dengan identitas merek yang jelas yang dapat membedakan produk satu sama lainnya. Pada hal dengan identitas dan terdaftarnya merek dagang dapat menjadi investasi usaha sebagai alat promosi sehingga memproduksi hasil produknya cukup dengan menyebutkan mereknya.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Merek adalah tanda yang dapat ditandai secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi dan atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan merek memiliki pengertian sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desian atau sebuah kombinasi diantaranya yang bertujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa, yang dihasilkan oleh produsen. Merek adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar, atau kombinasi keduanya.

Merek merupakan aset yang sangat penting bagi sebuah usaha, oleh karena itu diperlukan perlindungan terhadap merek yang dimiliki pelaku usaha, selain itu suatu merek produk bisa menjadi besar nilainya di pasar seiring dengan suksesnya branding. Branding sendiri lebih kepada upaya untuk membangun merek, yang dapat dilihat dari tingkat brand awareness masyarakat terhadap merek produk atau jasa tersebut, pendaftaran merek menjadi keharusan.

Dari uraian diatas dapat dilihat arti pentingnya pendaftaran merek dagang bagi pelaku UMKM dikarenakan, merek memiliki nilai ekonomi yang dapat ditingkatkan nilainya dalam produk, merek merupakan aset yang tidak berwujud dan investasi dalam pengembangan usaha, merek dapat menjadi kekuatan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan suatu usaha, dengan merek suatu produk lebih mudah untuk dikenal oleh masyarakat.

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kami mahasiswa Pascasarjana Program Magister Manajemen Universitas Pamulang menggandeng pelaku UMKM binaan Kelurahan

Pondok Benda bertujuan untuk memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya suatu merek dagang didaftarkan, manfaat merek dagang dan memberikan pengetahuan mengenai cara pendaftaran merek dagang, adalah merupakan upaya peningkatan pengetahuan, kemampuan dan pemahaman mengenai merek dagang dan pengembangan usaha milik mereka, maka melalui kegiatan ini mengangkat tema **“Efektifitas Pengembangan Usaha Kecil Menengah Melalui Pendaftaran Merek Dagang”**.

B. METODE PELAKSANAAN

Penyuluhan merupakan upaya yang dilakukan untuk mendorong terjadinya perubahan perilaku pada individu. Berikut ini adalah tahapan penyuluhan yang dilakukan:

1. Tahap persiapan, dilakukan survey awal penentuan lokasi dan sasaran peserta dengan melakukan wawancara dengan Sekel Kelurahan Pondok Benda terkait dengan pemahaman mengenai merek dagang, pendaftaran merek dagang dan perkembangan usaha para pelaku usaha UMKM binaannya dan memberikan kuesioner manual untuk identifikasi tingkat kemampuannya. Selanjutnya rapat koordinasi diawali menentukan jadwal pelaksanaan, menyiapkan perlengkapan dan keperluan lainnya hingga pelaksanaan kegiatan, evaluasi dan penyusunan laporan.
2. Tahap pelaksanaan, melakukan penyuluhan dengan metode ceramah dan buku panduan sebagai pedoman, tim penyuluh melakukan pemaparan/penyampaian materi mengenai hal merek dagang, pentingnya pendaftaran merek dagang, manfaat merek dagang didaftarkan, kaitan merek dagang dengan label dan efektifitas pengembangan usaha melalui merek dagang yang telah didaftarkan, kemudian dilanjutkan dengan metode diskusi dan tanya jawab sekitar materi yang disampaikan untuk pemantapan agar lebih memudahkan dalam pelaksanaan praktek, selanjutnya diakhiri dengan metode praktek, melakukan simulasi pembuatan akun pendaftaran merek melalui (<https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur>), mengarahkan membuat label merek dagang yang menarik beserta konten/tagline dan design gambar, serta penyebaran angket/kuesioner kepada peserta pelatihan.
3. Tahap Evaluasi merupakan evaluasi pelaksanaan program kegiatan dengan melakukan wawancara untuk melihat perbedaan sebelum dan sesudah program pengabdian ini dijalankan, dengan tujuan untuk memastikan pemahaman dari peserta terhadap materi dan praktek yang telah dipaparkan. Karena proses pendaftaran merek membutuhkan waktu maka tim akantetap melayani konsultasi, dengan para pelaku UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan pada tanggal 20 Februari 2021, di Aula Kelurahan Pondok Benda, Kelurahan Pondok Benda, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, yang dimulai dari survey lokasi dan para pelaku usaha UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda, identifikasi permasalahan hingga pelaksanaan program dan evaluasi. Para pelaku usaha UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda belum pernah mendapatkan pengetahuan dan bimbingan bagaimana cara pendaftaran dan manfaat pentingnya merek dagang didaftarkan. Tim PKM berhasil melaksanakan program kegiatan dengan mendampingi dalam hal cara pendaftaran merek dagang, sedangkan kebutuhan pembuatan label telah didiskusikan bersama-sama.



Gambar 1: Lokasi Kantor Lurah Pondok Benda

Hal-hal yang disampaikan selain cara pendaftaran merek dagang, manfaat merek dagang didaftarkan, membuat label pada kemasan disampaikan juga mengenai prosedur dan cara pengurusan izin edar produk makanan yang disebut PIRT, dikarenakan para pelaku UMKM mayoritas bidang usahanya kuliner olahan makanan. Saat ini pengurusan izin edar makanan dan pendaftaran merek telah dipermudah oleh Pemerintah secara online. Setelah tim memberikan penyuluhan para pelaku UMKM menyadari pentingnya pendaftaran merek dagang dan izin edar makanan diperlukan, sangat mudah dan tidak mahal.

Upaya Pemberian Wawasan Tentang Efektifitas Pendaftaran Merk Dagang

Pembekalan oleh Tim PKM kepada meliputi materi, diskusi, tanya jawab dan praktek simulasi pembuatan akun pendaftaran merek dagang. Dengan konsep pemaparan materi dan pendampingan terstruktur yaitu upaya memberikan pengetahuan dan arahan dalam menghadapi



Gambar 2 : Penyuluh Tim PKM memberikan pembekalan
Kendala dalam pendaftaran, perizinan, pembuatan label dan pengembangan usahanya.

Merek Dagang

Merek / merek dagang (simbol: TM atau ®) atau jasa - atau juga biasa dikenal dengan istilah brand adalah nama, tanda atau simbol sebagai bentuk penanda identitas dari sebuah produk barang atau jasa yang ada dalam perdagangan. Namun tidak hanya sebagai identitas

semata, merek juga berperan penting mewakili reputasi produk barang/jasa dan pemberi manfaat atas penghasilan dari produk barang/jasa tersebut. Maka merek menjadi bagian yang sangat penting dan memiliki peran dalam sebuah usaha dalam memasarkan produk barang/jasanya..

Menurut Kotler dan Keller (2017 : 241) merek adalah suatu nama, istilah, tanda, symbol, desain, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakan dari kompetitor lain. Undang-Undang No 20 Tahun 2016, pasal 1 ayat (1) dijelaskan bahwa merek adalah tanda yang dapat ditandai secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna dalam bentuk dua dimensi dan atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Menurut Keller (2008) membangun merek yang kuat dengan ekuitas besar memberikan manfaat yang sangat banyak pada perusahaan pemegang merek tersebut. Peranan merek dalam membawa karakter suatu produk memberikan dimensi lain tentang pencitraan suatu produk.

Melindungi Merek (Brand) dan Manfaatnya

Perlindungan merek dapat diperoleh melalui pendaftaran, atau di beberapa negara juga melalui pemanfaatan merek tersebut. Bahkan jika sebuah merek dapat dilindungi melalui pemanfaatannya maka sangat disarankan untuk mendaftarkan merek dengan mengajukan permohonan pada kantor HKI atau secara online melalui (<http://www.hki.co.id/hki.html>) Pendaftaran merek akan memberikan perlindungan yang lebih kuat, khususnya jika bertentangan dengan merek yang identik atau yang mirip.

Pemahaman yang menyesatkan sebagian besar masyarakat adalah bahwa mereka meyakini bahwa nama dagang dan merek dagang yang mereka miliki, dalam daftar perdagangan, juga secara otomatis dilindungi sebagai sebuah merek. Hal ini merupakan kesalah pahaman yang umum, hal penting dan yang perlu dimengerti adalah perbedaan antara nama dagang dan merek dagang. Nama dagang adalah nama lengkap usaha yang dimiliki, seperti: "Blackmark International Ltd", yang dalam hal tersebut mencirikan perusahaan yang bersangkutan. Nama tersebut sering diakhiri dengan Ltd, Inc, atau singkatan-singkatan yang serupa yang menunjukkan sifat hukum dari perusahaan tersebut.

Namun demikian, sebuah 'merek' merupakan tanda yang membedakan produk-produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sebuah perusahaan dapat mempunyai bermacam-macam merek. Misalnya Blackmark International Ltd dapat menjual salah satu dari produk mereka dengan menggunakan merek blackmark tetapi yang lainnya digunakan merek redmark. Sebuah perusahaan juga dapat menggunakan merek dagang khusus untuk mencirikan produk-produk yang mereka miliki untuk sejumlah produk khusus atau satu jenis produk yang spesifik. Maka dalam kasus tersebut mereka harus mendaftarkannya sebagai sebuah merek. Secara umum, setiap orang yang ingin menggunakan sebuah merek atau mengizinkan pihak ketiga untuk menggunakan merek milik orang tersebut, dapat melakukan pendaftaran merek. Pendaftaran dapat dilakukan secara individu maupun melalui bantuan badan hukum. Saat ini dapat dilakukan secara online dari laman <https://www.dgip.go.id/>. Dari laman Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual Kementrian Hukum & Ham RI menjelaskan syarat, prosedur dan tahap-tahap permohonan merek, baik pendaftaran baru maupun perpanjangan.

Merek yang terdaftar mendapatkan hak eksklusif guna mencegah penggunaan merek oleh pihak lain yang tidak berwenang dan perlindungan hukum untyk jangka waktu sepuluh tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.

Tahap-Tahap Pendaftaran Merek (Brand)

1. Pemohon

Sebagai langkah pertama, pemohon harus mengirimkan atau menyerahkan formulir pendaftaran merek secara online, yang isinya sudah dilengkapi, yang mencakup keterangan kontak perusahaan yang dimiliki, ilustrasi gambar merek yang dimiliki (bentuk yang spesifik harus diberikan), deskripsi dari produk barang dan jasa dan/atau kelas usaha yang ingin didaftarkan mereknya, dan kemudian membayar sejumlah biaya tertentu. Perlu diperhatikan bahwa beberapa kantor HKI (seperti Amerika dan Kanada) mewajibkan adanya bukti penggunaan dan atau pernyataan bahwa perusahaan yang anda miliki bermaksud untuk menggunakan merek tersebut. Kantor HKI yang bersangkutan akan memberikan informasi yang jelas mengenai proses pendaftaran merek.

2. Kantor HKI

Langkah-langkah yang ditempuh oleh Kantor HKI dalam melaksanakan pendaftaran merek berbeda antar satu negara dengan negara lainnya tetapi secara umum mengikuti pola yang sama:

Pemeriksaan formal : Kantor HKI memeriksa dokumen permohonan guna memastikan bahwa permohonan tersebut sudah sesuai dengan persyaratan administrasi dan formalitas (misalnya apakah biaya pendaftaran telah dibayarkan dan formulir pendaftaran telah diisi dengan tepat).

Pemeriksaan Substantif : Di beberapa negara Kantor HKI juga melakukan pemeriksaan permohonan untuk memperjelas apakah permohonan tersebut sudah memenuhi persyaratan substantif (misalnya, apakah permohonan tersebut termasuk ke dalam kategori).

Publikasi dan Oposisi : Di sebagian besar negara, merek yang didaftarkan akan dipublikasikan dalam sebuah jurnal, dengan rentang waktu yang diberikan untuk pihak ketiga guna melakukan “keberatan” (oposisi/penolakan) atas pendaftaran tersebut. Sedangkan di sebagian negara lainnya merek hanya dipublikasikan apabila merek tersebut sudah didaftarkan yang diikuti oleh rentang waktu untuk melakukan petisi guna membatalkan pendaftaran.

Pendaftaran : Apabila telah diputuskan bahwa tidak ada alasan untuk penolakan, maka merek tersebut dapat didaftar, dan sertifikat pendaftaran akan dikeluarkan dengan masa berlaku selama 10 tahun.

Perpanjangan : Sebuah merek dapat diperpanjang terus menerus dengan cara membayar sejumlah biaya perpanjangan yang disyaratkan, tetapi secara keseluruhan dapat ditunda untuk jenis barang dan jasa tertentu jika merek tersebut tidak digunakan untuk jangka waktu tertentu seperti yang diatur dalam UU Merek dinegara yang bersangkutan.

Waktu yang diperlukan untuk mendaftarkan sebuah merek sangat bervariasi setiap negara, berkisar dari 3 bulan sampai 2 tahun, tergantung pada; Apakah Kantor HKI di Negara bersangkutan melakukan pemeriksaan substantif. Biaya-biaya yang berhubungan dengan pembuatan dan pendafatran suatu merek:

- a. Biaya yang berkaitan dengan pembuatan sebuah logo
- b. Biaya penelusuran merek

- c. Biaya yang berhubungan dengan proses pendaftaran.
- d. Biasanya jasa konsultan HKI, jika menggunakan jasa konsultan.

Sebelum melakukan permohonan pendaftaran merek, harus dipastikan bahwa penelusuran merek sudah dilakukan dengan baik. Hal ini dimaksudkan bahwa merek yang akan didaftarkan atau yang akan digunakan tersebut tidak mirip atau sudah didaftarkan oleh perusahaan lain dan dipakai sebagai merek yang identik untuk produk yang sama.

Penelusuran merek juga dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa konsultan HKI, atau dapat juga dilakukan melalui kantor HKI di negara bersangkutan (ada yang bebas biaya atau harus membayar) atau melalui database merek yang dioperasikan secara komersial. Bagaimanapun cara yang ditempuh yang perlu diingat adalah bahwa penelusuran merek tersebut baru merupakan langkah awal. Mungkin akan terdapat kesulitan mengenai apakah merek yang digunakan tersebut mirip atau sama dengan merek yang sudah ada dan sudah didaftarkan. Untuk itu petunjuk dari Konsultan HKI yang berpengalaman, yang sudah terbiasa dengan praktek-praktek yang dilakukan di Kantor HKI dan proses pengadilan, akan sangat membantu. Untuk melakukan penelusuran awal, daftar database merek terdapat pada saluran internet WIPO pada www.arbiter.wipo.int/trademark. Merek dikelompokkan ke dalam kelas-kelas menurut kelas barang dan jasa. Untuk itu berusaha untuk dapat memahami 45 kelas merek yang berbeda.

Jika anda ingin mendaftarkan merek di luar negeri maka pemohon diwajibkan menggunakan jasa konsultan HKI yang berlokasi di negara tujuan pendaftaran merek. Kantor HKI di negara tujuan pendaftaran dapat memberikan saran yang dibutuhkan dan bagi yang akan diwakili oleh konsultan akan diberikan daftar konsultan HKI yang resmi dan yang sudah diakui.

Perlindungan Hukum Merek (*Brand*) Terdaftar

Berdasarkan Pasal 1 UU No.14 Th 1997 jo UU No.15 Th 2001, Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam dunia perdagangan barang atau jasa. Merek yang memperoleh perlindungan adalah merek yang terdaftar di Dirjen HKI, Kemenkumham. Merek yang terdaftar adalah merek yang sah dan diakui oleh undang-undang dan mempunyai nomor register, sehingga memperoleh perlindungan dari Negara melalui Kantor Pengadilan.

Proses peradilan ini merupakan bentuk perlindungan yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang sah atau yang terdaftar di Dirjen HKI. Bagi Pelanggar akan dikenakan sanksi (baik pidana maupun denda) sesuai ketentuan pidana merek yang diatur dalam Pasal 90 sampai dengan Pasal 95 UU No.15 Tahun 2001. Dan apabila terbukti secara sah ada pihak yang telah melakukan pelanggaran merek maka pihak yang melakukan pelanggaran akan dikenakan sanksi (baik pidana atau denda) sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan

Sanksi akan dikenakan bagi pelanggar merek sah karena pelanggar merupakan perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata) antara lain memenuhi unsur :

- a. Perbuatan melawan hukum,
- b. Adanya Kerugian,
- c. Adanya hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian yang ditimbulkan,
- d. Adanya Kesalahan.

Pihak yang melanggar akan dikenakan sanksi karena jelas memenuhi unsur perbuatan melawan hukum, karena perbuatan yang melawan hukum yaitu secara sengaja menggunakan

merek pihak lain tanpa hak. Selain itu menimbulkan kerugian. Pihak pemilik merek dirugikan (secara materiil dan non materiil) dengan adanya pelanggaran merek tersebut.

Sesi Tanya Jawab Peserta Bersama Tim PKM

Sesi penting selanjutnya adalah tanya jawab antara peserta dan tim PKM untuk menggali lebih dalam tentang “Efektifitas Pengembangan Usaha Kecil Menengah Melalui Pendaftaran Merek Dagang”.



Gambar 3: Sesi Tanya jawab peserta

Peserta sangat antusias dalam mendengarkan penyampaian materi karena banyak yang belum tahu tentang Pendaftaran Merek Dagang.



Gambar 4: Kebersamaan Tim PKM dengan peserta UMKM Binaan Kelurahan Pondok Benda Kec. Pamulang, Tangerang Selatan

C. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari program kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh tim PKM pada pelaku UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda, berfokus pada penyuluhan tentang Efektifitas Pengembangan Usaha Kecil Menengah Melalui Pendaftaran Merk Dagang, dapat diambil

kesimpulan bahwa program ini berhasil meningkatkan minat bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui pendaftaran merek dagang, pembuatan label yang menarik, membuat ijin merek dan ijin edar bagi pelaku usaha kuliner khususnya olahan makanan. Kegiatan penyuluhan ini diperlukan untuk melindungi hak merek yang dimiliki dan berusaha lebih nyaman sehingga dapat lebih luas menjulankan kegiatan usaha, meningkatkan profit bagi pelaku UMKM binaan kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa UNPAM khususnya Program Studi Megister Manajemen telah berjalan dengan lancar dan antusias dari para peserta terlihat dengan banyaknya pertanyaan dan semangat dalam praktek langsung serta mendengarkan penyampaian materi karena banyak yang belum tahu tentang pentingnya pendaftaran merek dagang dalam pengembangan usaha mereka. Harapan kami dengan pengabdian ini dapat menambah ilmu yang bermanfaat khususnya dalam penerapan pendaftaran merek dagang.

Saran

Saran dari kami tim PKM di Kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan, untuk memajukan usaha pelaku UMKM mesti berkelanjutan tidak boleh berhenti disini saja maka saran yang dapat kami berikan adalah:

1. Pihak Kelurahan Pondok Benda Tangerang Selatan dapat melakukan kegiatan pelatihan yang berkelanjutan kepada pelaku UMKM binaannya agar pemahaman tentang pendaftaran merek dagang, pengembangan usaha, pembuatan label dan pengurusan perijinan atas merek dan ijin edar produk-produk makanan yang diproduksi benar-benar dapat merealisasikan atas kepemilikan hak merek, dan ijin edar.
2. Tim pembina kelurahan Pondok Benda harus terus menerus membaerikan dorongan dan motivasi kepada UMKM binaannya.
3. Perlu adanya jalinan kerjasama jangka panjang kepada pihak UNPAM dalam program-program pelatihan dalam bidang ilmu teknologi, pengembangan usaha dan manajemen lainnya bagi para pelaku UMKM guna peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda.
4. Perlu adanya dukungan fasilitas, sarana dan prasarana pendukung dan memadai guna mendukung pelatihan dan pengembangan usaha serta memfasilitasi UMKM binaan Kelurahan Pondok Benda yang akan mengurus perijinan

DAFTAR PUSTAKA

Amanah, S. 2007. Makna Penyuluhan dan Tranformasi Perilaku Manusia. Jurnal Penyuluhan. Retrieved from <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jupe/article/view/2152>.

<http://www.hki.co.id/hki.html>.

<https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-fungsi-jenis-dan-ketentuan-label.html>.

<https://www.dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur>.

Hariandjo (2007:113), Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Manajemen Pemasaran Jilid 1 (12th ed.;J. Purba, ed.). Indeks

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mokhtar, N. F. (2015). *Internet Marketing Adoption by Small Business Enterprises in Malaysia*. *International Journal of Business and Social Science*.
- Mclead Pearson (2008:59), dalam Nitisemito 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Ghalia Indonesia.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>.
- Solihin, D., Eka, P., Suwanto, S., Kurniawan, P., & Susanto, N. (2021). Pelatihan Penyusunan Program Pemasaran Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Warga Desa Cicalengka. *DEDIKASI PKM*, 3(1), 101-105. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i1.14614>
- Sugiono (2015:93), *Metode Penelitian dan Pengembangan*, CV ALFABETA, Bandung, 2015.
- Sukirno, Sadono (1998:26), *Pengantar Teori Makroekonomi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1998
- Smith, K. T. (2003). The Marketing Mix Of Imc: A Move From The 4 P's To The 4c's. *Journal of Integrated Marketing Communicatons*, 1-3.
- Stockdale, Ahmed, & Scheepers. (2012). *Identifying Business Value from The Use of Social Media: An SME Perspective*. Pacific Asia Conference on Information Systems. Association for Inforamtion System Electronic Library.
- Siti Rozinah. 2019. Pemanfaatan Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Tangerang Selatan. *Jurnal JDM Volume 2*.
- Sugiyanto, (2020) *Manajemen Pemasaran : Inspiring The Salesmanship*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 9786237815853
- Sugiyanto, . and Luh Nadi, . and I Ketut Wenten, . (2020) *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Serang. ISBN 978-623-7815563
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016. Tentang Merek.
- Undang-Undang No 15 Tahun 2001. Perlindungan Merek di Indonesia.
- Y Sudaryana, Widya Persada 5 (STIE Widya Persada), 100, 2011, Pentingnya Pengembangan Kompetensi Wirausahawan dan Kewirausahaan
- Y Sudaryana, Majalah Forum Ilmiah 16(1), 72-80), Widya Persada 5 (STIE Widya Persada), 100, 2011, Analisis Perencanaan Strategi Kinerja UKM dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing