



Sosialisasi Pelindungan Hukum Produk Masyarakat Desa Citeras Melalui Pendaftaran Kekayaan Intelektual

Fenny Wulandari, Wiwin W. Windiantina, Lukman Hakim
Fakultas Hukum, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email: dosen01493@unpam.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah pedesaan menjadi salah satu pilar penting dalam penguatan ekonomi lokal. Desa Citeras memiliki potensi produk masyarakat yang lahir dari aktivitas ekonomi rumah tangga dan usaha mikro, seperti olahan pangan, kerajinan, produk berbasis pertanian, serta jasa lokal. Namun demikian, sebagian besar produk tersebut belum memiliki pelindungan hukum melalui pendaftaran kekayaan intelektual, khususnya merek, sehingga rentan terhadap peniruan nama, logo, label, dan kemasan. Rendahnya literasi hukum masyarakat mengenai kekayaan intelektual, keterbatasan kemampuan administratif, serta kurangnya literasi digital menjadi hambatan utama dalam proses pendaftaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Citeras mengenai pentingnya pelindungan hukum produk melalui pendaftaran kekayaan intelektual, serta memberikan pendampingan awal bagi pelaku UMKM dalam menyiapkan identitas produk dan dokumen pendukung pendaftaran. Kegiatan dilaksanakan dengan metode sosialisasi, diskusi interaktif, pemetaan produk, dan klinik konsultasi sederhana kepada pelaku usaha masyarakat desa. Materi yang diberikan mencakup pengenalan jenis-jenis kekayaan intelektual, urgensi pelindungan merek, risiko peniruan produk, serta tahapan administratif pendaftaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pelindungan hukum terhadap produk lokal. Masyarakat mulai memahami bahwa merek bukan sekadar nama dagang, melainkan identitas usaha yang memiliki nilai ekonomi dan memerlukan kepastian hukum. Selain itu, peserta juga menunjukkan antusiasme dalam mendiskusikan persoalan nama merek, label produk, kemasan, dan kemungkinan pendaftaran kekayaan intelektual di masa mendatang. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun budaya sadar hukum, memperkuat daya saing produk masyarakat desa, dan mendorong keberlanjutan usaha berbasis perlindungan hukum kekayaan intelektual.

Kata kunci: sosialisasi, pelindungan hukum, kekayaan intelektual, merek, UMKM desa

PENDAHULUAN

Desa Teras merupakan salah satu desa di Kecamatan Carenang, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Secara geografis, posisinya berada dalam sistem wilayah pedesaan Kabupaten Serang yang berinteraksi dengan pusat-pusat pelayanan dan pasar di tingkat kecamatan maupun kabupaten.



perlindungan hukum melalui pendaftaran kekayaan intelektual menjadi strategis sebagai fondasi keberlanjutan usaha, sekaligus sebagai pintu masuk untuk membangun budaya tertib hukum dan kepastian berusaha di tingkat desa.

Kondisi sosial ekonomi masyarakat desa pada umumnya ditandai oleh mata pencaharian yang beragam, antara pertanian, buruh, perdagangan kecil, dan usaha rumahan. Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM berorientasi pada produksi dan penjualan harian sehingga fokus utamanya adalah perputaran kas cepat, bukan penataan administrasi usaha, pembukuan, atau pengelolaan merek. Modal sosial seperti kedekatan kekerabatan dan gotong royong biasanya kuat, namun belum selalu bertransformasi menjadi modal usaha formal berupa perizinan, standardisasi, dan perlindungan hukum. Di titik inilah intervensi berbasis edukasi hukum dan pendampingan praktis menjadi relevan, karena hambatan yang dialami bukan semata-mata kurangnya niat, tetapi juga keterbatasan pengetahuan, waktu, dan akses prosedural.

Permasalahan yang membutuhkan penanganan segera terutama berkaitan dengan rendahnya literasi kekayaan intelektual dan tingginya kerentanan produk masyarakat terhadap peniruan. Banyak pelaku usaha belum memahami perbedaan perlindungan merek, hak cipta, desain industri, paten sederhana, maupun skema lain yang mungkin relevan dengan karakter produknya.⁴ Akibatnya, pelaku usaha cenderung menunda pendaftaran sampai terjadi masalah, padahal pada saat sengketa muncul, biaya sosial dan ekonomi yang timbul biasanya lebih besar dan ruang pembelaan menjadi lebih sempit. Selain itu, terdapat hambatan administratif dan teknis seperti kesulitan menyiapkan dokumen, menentukan klasifikasi barang atau jasa, menyiapkan contoh merek yang konsisten, serta keterbatasan literasi digital untuk mengikuti alur pendaftaran yang berbasis sistem. Masalah lain yang sering muncul adalah identitas merek dan kemasan yang belum konsisten, sehingga menyulitkan proses pendaftaran dan melemahkan pengenalan produk di pasar.

Isu lain yang relevan dan perlu dianalisis lebih dalam terkait teknologi, sains terapan, dan rekayasa sosial adalah bagaimana pengetahuan hukum dapat diterapkan secara praktis dalam ekosistem usaha desa. Dari sisi teknologi, kebutuhan dasar yang sering diabaikan adalah pendataan pelaku UMKM dan produk secara rapi, termasuk dokumentasi foto, deskripsi

⁴ Zulfikri, Z. (2021). Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *UIR Law Review*, 5(2).



produk, sejarah penggunaan merek, serta bukti-bukti penggunaan yang nantinya bermanfaat dalam proses pendaftaran maupun ketika menghadapi potensi sengketa. Kesenjangan literasi digital dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengakses layanan pendaftaran, sehingga pendampingan perlu dirancang tidak sekadar memberi materi, melainkan juga membantu menyiapkan berkas dan mengisi tahapan. Dari sisi sains terapan dan standar mutu, perlindungan merek akan lebih bermakna bila didukung konsistensi kualitas produk, karena merek pada akhirnya adalah janji mutu kepada konsumen.⁵ Maka, edukasi ringan tentang kontrol kualitas, kebersihan produksi, ketahanan kemasan, dan konsistensi ukuran atau rasa dapat memperkuat reputasi yang hendak dilindungi. Dari sisi rekayasa sosial, tantangan utama adalah membangun kebiasaan kolektif agar pelaku usaha tidak berjalan sendiri-sendiri, melainkan terdorong untuk membentuk komunitas atau forum UMKM desa untuk berbagi informasi, menekan biaya pendampingan, dan menjaga disiplin penggunaan identitas merek. Intervensi yang efektif biasanya menggabungkan sosialisasi, klinik konsultasi, dan mekanisme tindak lanjut yang melibatkan perangkat desa atau kelembagaan lokal agar keberlanjutan program terjaga.

Berdasarkan analisis tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Tim Pengabdi dari Program Studi Magister Ilmu Hukum, Program Pascasarjana, Universitas Pamulang dengan tema “*Sosialisasi Pelindungan Hukum Produk Masyarakat Desa Teras/Citeras Melalui Pendaftaran Kekayaan Intelektual*” adalah meningkatkan pemahaman dan kesadaran hukum masyarakat desa, khususnya pelaku UMKM, mengenai pentingnya pelindungan kekayaan intelektual sebagai instrumen menjaga identitas, mencegah peniruan, dan memperkuat posisi tawar produk. Kegiatan juga bertujuan membekali peserta dengan pengetahuan praktis mengenai jenis-jenis kekayaan intelektual yang relevan dengan produk desa serta tahapan dan persyaratan pendaftarannya, sehingga peserta mampu menyiapkan dokumen dan mengambil keputusan yang tepat terkait perlindungan yang dibutuhkan. Selain itu, kegiatan diusulkan untuk mendorong terbentuknya tata kelola sederhana di tingkat desa berupa pendataan produk unggulan dan penguatan jejaring pendampingan, sehingga setelah kegiatan selesai, proses pendaftaran dan pemeliharaan merek atau bentuk KI lainnya tetap dapat dilanjutkan secara berkelanjutan.

⁵ Wulandari, F. (2017). Implementasi Merek Terdaftar Sebagai Perlindungan Terhadap Konsumen. *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan*.



Permasalahan prioritas pertama berada pada bidang hukum dan tata kelola usaha, yaitu lemahnya perlindungan hukum terhadap produk masyarakat desa akibat rendahnya literasi kekayaan intelektual dan belum adanya kebiasaan pendaftaran KI sejak dini. Kondisi ini mendesak karena produk yang sudah beredar dan mulai memiliki pelanggan sangat rentan ditiru, baik nama, logo, kemasan, maupun konsepnya, sementara tanpa pendaftaran merek atau bentuk KI lain yang sesuai, pelaku UMKM tidak memiliki dasar yang kuat untuk mencegah, menolak, atau menindak peniruan.⁶ Dampaknya bukan hanya kerugian ekonomi, tetapi juga hilangnya reputasi dan kepercayaan konsumen yang selama ini dibangun, sehingga dapat menghambat pencapaian target desa dalam penguatan ekonomi lokal, pengembangan UMKM, dan peningkatan pendapatan keluarga.⁷ Permasalahan ini membutuhkan kepakaran bidang ilmu hukum, khususnya hukum kekayaan intelektual, hukum bisnis, serta kemampuan penyusunan strategi perlindungan yang tepat sesuai karakter produk masyarakat.

Permasalahan prioritas kedua berada pada bidang manajemen, teknologi informasi, dan penguatan kapasitas pelaku usaha, yakni keterbatasan kemampuan teknis-administratif dan literasi digital untuk menyiapkan data, dokumen, serta melakukan proses pendaftaran KI yang pada praktiknya berbasis sistem dan membutuhkan ketelitian. Permasalahan ini bersifat mendesak karena banyak pelaku UMKM akhirnya menunda pendaftaran bukan karena tidak mau, melainkan karena tidak paham tahapan, kesulitan menentukan klasifikasi barang/jasa, tidak memiliki dokumentasi merek yang konsisten, dan tidak terbiasa menata arsip usaha. Tanpa dukungan pendataan dan tata administrasi yang rapi, proses pendaftaran berpotensi gagal berulang-ulang atau tidak tuntas, sehingga kesempatan untuk melindungi produk sejak awal terlewat. Permasalahan ini sejalan dengan program pembangunan desa yang umumnya menargetkan penguatan UMKM, peningkatan kualitas layanan usaha, dan digitalisasi layanan/pendataan desa, karena basis data produk dan pelaku usaha akan membantu desa menyusun program pembinaan, promosi, maupun akses kemitraan.

Sebagai penguat keterdesakan lintas bidang, terdapat irisan permasalahan kualitas identitas produk dari sisi desain komunikasi visual dan standarisasi sederhana, yaitu ketidakajegan nama merek, logo, label, dan kemasan yang membuat produk sulit dikenali oleh

⁶ Ernanda, A. D. (2025). Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar dalam Mencegah Pemalsuan dan Sengketa Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Padjajaran Law Review*, 13(1), 88-99.

⁷ Mandala, O. S., Pribad, T. I., Anggara, B., & Taufik, M. (2024). Peran Strategis Rezim Hak Kekayaan Intelektual Dalam Mendukung Penguatan Ekonomi Kreatif. *Commerce Law*, 4(1).



pasar dan menyulitkan pendaftaran KI. Hal ini mendesak karena identitas yang berubah-ubah memperlemah posisi produk dalam persaingan dan meningkatkan risiko konflik merek saat memasuki pasar yang lebih luas. Penanganannya membutuhkan kepakaran nonhukum seperti branding, desain kemasan, serta pendampingan standarisasi informasi label agar merek yang didaftarkan benar-benar dipakai secara konsisten oleh pelaku usaha dan mendukung agenda desa untuk meningkatkan daya saing produk unggulan.

Desa Citeras merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan ekonomi masyarakat melalui kegiatan usaha rumah tangga dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Produk-produk yang berkembang di wilayah desa pada umumnya meliputi olahan pangan, kerajinan, produk hasil pertanian, dan berbagai bentuk jasa lokal yang tumbuh dari keterampilan masyarakat setempat. Potensi ini memiliki nilai strategis untuk dikembangkan menjadi produk unggulan desa apabila didukung oleh identitas produk yang kuat, mutu yang konsisten, kemasan yang baik, serta perlindungan hukum yang memadai.

Dalam praktiknya, produk masyarakat desa sering kali dipasarkan secara sederhana dan lebih berorientasi pada penjualan jangka pendek. Banyak pelaku usaha belum menempatkan aspek legalitas dan perlindungan kekayaan intelektual sebagai kebutuhan penting. Padahal, ketika suatu produk mulai dikenal dan memiliki pasar, risiko peniruan terhadap nama, logo, kemasan, maupun konsep pemasaran menjadi semakin besar. Tanpa adanya perlindungan hukum, pelaku usaha akan berada pada posisi yang lemah ketika terjadi sengketa atau peniruan produk oleh pihak lain.

Kekayaan intelektual, khususnya merek, memiliki fungsi penting sebagai identitas pembeda suatu produk atau jasa. Merek bukan hanya alat promosi, tetapi juga instrumen hukum yang memberikan kepastian dan perlindungan terhadap pemilik usaha. Di sisi lain, pemahaman masyarakat desa mengenai kekayaan intelektual masih relatif rendah. Banyak pelaku UMKM belum memahami perbedaan antara merek, hak cipta, desain industri, dan bentuk perlindungan lainnya. Selain itu, hambatan administratif seperti kesulitan menyiapkan dokumen, menentukan klasifikasi barang dan jasa, menyusun label yang konsisten, serta keterbatasan literasi digital juga turut memperlambat proses pendaftaran kekayaan intelektual.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan perlindungan hukum produk masyarakat desa bukan hanya persoalan normatif, tetapi juga persoalan kapasitas sosial, administratif, dan edukatif. Oleh sebab itu, diperlukan upaya pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya



memberikan penyuluhan hukum, tetapi juga mendorong kesiapan praktis pelaku usaha dalam membangun identitas produknya. Sosialisasi perlindungan hukum melalui pendaftaran kekayaan intelektual menjadi penting sebagai langkah preventif untuk mencegah peniruan, memperkuat posisi tawar usaha masyarakat, dan membangun budaya hukum yang lebih baik di tingkat desa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Citeras, khususnya pelaku UMKM, mengenai pentingnya perlindungan hukum produk melalui pendaftaran kekayaan intelektual. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendorong kesiapan awal pelaku usaha dalam mengenali jenis perlindungan hukum yang sesuai dengan karakter produknya serta memahami langkah-langkah dasar yang diperlukan dalam proses pendaftaran.

METODE PENELITIAN

Pada tahun pertama, fokus utama adalah membangun fondasi yang kuat untuk program peningkatan kapasitas UMKM melalui serangkaian kegiatan terstruktur. Dimulai dengan survei *baseline* komprehensif untuk mengidentifikasi dan memetakan tingkat kesiapan pelaku UMKM di wilayah sasaran. Survei ini akan menghasilkan segmentasi pelaku UMKM ke dalam tiga kategori: siap, hampir siap, dan belum siap. Berdasarkan hasil segmentasi, tim akan merancang paket intervensi yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing kelompok. Selanjutnya, dilakukan pembentukan tim pendamping yang terdiri dari akademisi, praktisi bisnis, dan perwakilan pemerintah daerah untuk memastikan pendekatan yang holistik. Pengembangan materi pelatihan dan SOP juga akan dilaksanakan, mencakup aspek legalitas usaha, manajemen keuangan dasar, dan strategi pemasaran sederhana. Tahun pertama akan diakhiri dengan pelaksanaan program sosialisasi umum untuk seluruh kelompok UMKM dan program penguatan identitas khusus untuk kelompok "belum siap".

Memasuki tahun kedua, program akan berfokus pada implementasi intensif paket intervensi yang telah dirancang. Untuk kelompok "hampir siap", akan diselenggarakan klinik teknis berkala yang memberikan pendampingan praktis dalam penyusunan dokumen legalitas, pembukuan sederhana, dan strategi pemasaran digital dasar. Sementara untuk kelompok "siap", dilakukan pendampingan lanjutan untuk mengoptimalkan operasional bisnis dan perluasan pasar. Pembentukan kelompok pendampingan sebaya (*peer mentoring*) juga akan dilaksanakan,



di mana UMKM yang telah berhasil dapat membagikan pengalaman dan praktik terbaik kepada UMKM lainnya. Program pelatihan kader pendamping lokal akan dijalankan untuk memastikan keberlanjutan program setelah periode tiga tahun. Evaluasi tengah program dilakukan untuk mengukur kemajuan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan terhadap strategi intervensi.

Tahun ketiga akan difokuskan pada penguatan keberlanjutan program dan evaluasi menyeluruh. Dilakukan pendampingan intensif untuk memastikan UMKM dapat mandiri dalam menjalankan usahanya. Pengembangan jaringan pasar dan akses ke sumber pendanaan akan difasilitasi melalui forum bisnis dan kemitraan dengan lembaga keuangan. Program sertifikasi kader pendamping lokal dijalankan untuk memastikan ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten dalam melanjutkan pendampingan setelah program berakhir. Evaluasi akhir program dilaksanakan secara komprehensif untuk mengukur dampak dan efektivitas seluruh intervensi. Hasil evaluasi akan digunakan untuk menyusun rekomendasi kebijakan dan strategi keberlanjutan program. Penyusunan peta kesiapan UMKM terbaru juga dilakukan sebagai acuan untuk siklus program berikutnya.

Pendekatan segmentasi berbasis kesiapan menggunakan hasil survei baseline untuk mengkategorikan UMKM berdasarkan tingkat kesiapannya. Untuk setiap segmen, dirancang paket intervensi spesifik. Kelompok "Siap" diberikan program sosialisasi umum dan pendampingan lanjutan untuk optimalisasi usaha. Luaran yang diharapkan adalah peningkatan omzet minimal 20% dan perluasan jaringan pemasaran dalam tiga tahun. Kelompok "Hampir Siap" diberikan klinik teknis intensif untuk mengatasi kesenjangan spesifik dalam aspek legalitas, keuangan, atau pemasaran. Luaran yang ditargetkan adalah 80% UMKM memiliki dokumen legalitas lengkap dan sistem pembukuan sederhana yang terstruktur. Kelompok "Belum Siap" diberikan program penguatan identitas dan fondasi bisnis dasar. Luaran yang diharapkan adalah 60% UMKM memiliki konsep bisnis yang jelas dan rencana pengembangan usaha dalam tiga tahun.

Metode pendampingan berjenjang menerapkan sistem pendampingan bertingkat yang melibatkan Tim Ahli yang terdiri dari akademisi dan praktisi yang memberikan arahan strategis dan pelatihan kepada pendamping lokal. Pendamping lokal adalah kader yang direkrut dari komunitas setempat dan dilatih untuk memberikan pendampingan rutin kepada UMKM. Mentor Sebaya adalah UMKM yang telah berhasil dan bersedia membagikan pengalaman serta praktik terbaiknya. Pendekatan berjenjang ini memastikan transfer pengetahuan yang efektif



dan membangun kapasitas lokal untuk keberlanjutan program. Luaran yang ditargetkan adalah terbentuknya minimal 30 kader pendamping lokal yang tersertifikasi dan jaringan mentor sebaya yang aktif.

Untuk mengatasi keterbatasan akses dan sumber daya, program ini akan memanfaatkan pendekatan teknologi tepat guna yang disesuaikan dengan kondisi lokal. Aplikasi *mobile* sederhana digunakan untuk monitoring kemajuan UMKM dan pemberian materi pelatihan. Platform pemasaran digital lokal memfasilitasi UMKM dalam memasarkan produknya secara online dengan biaya minimal. Sistem manajemen keuangan dasar menjadi alat bantu pembukuan sederhana yang dapat dioperasikan oleh pelaku UMKM dengan pengetahuan teknologi terbatas. Luaran yang diharapkan adalah 70% UMKM yang mampu menggunakan minimal satu teknologi tepat guna untuk meningkatkan efisiensi operasional atau pemasaran.

Pemerintah daerah berperan sebagai fasilitator utama program dengan kontribusi penyediaan data awal UMKM di wilayah sasaran, dukungan regulasi untuk memudahkan proses legalisasi UMKM, penyediaan fasilitas untuk kegiatan pelatihan dan pendampingan, integrasi program dengan rencana pengembangan ekonomi daerah, dan alokasi anggaran pendamping untuk kegiatan tertentu. Dinas UMKM dan Koperasi berpartisipasi melalui penugasan staf teknis sebagai bagian dari tim pendamping, sinkronisasi program dengan kebijakan pengembangan UMKM daerah, fasilitasi akses ke program pemerintah yang relevan, dan dukungan teknis dalam aspek legalitas dan perizinan.

Bank daerah dan lembaga keuangan mikro berpartisipasi dengan penyediaan skema pembiayaan khusus untuk UMKM⁸, pelatihan literasi keuangan untuk pelaku UMKM, pendampingan dalam penyusunan proposal kredit usaha, dan pemberian insentif khusus bagi UMKM yang menunjukkan kinerja baik. Asosiasi UMKM lokal yang sudah ada akan dilibatkan melalui mobilisasi anggota untuk berpartisipasi dalam program, penyediaan mentor sebaya dari anggota yang telah sukses, fasilitasi jaringan pemasaran dan distribusi produk, dan kontribusi dalam pengembangan materi pelatihan berbasis pengalaman praktis. Institusi akademik berpartisipasi dengan penugasan dosen dan mahasiswa dalam tim pendamping, penelitian terapan untuk solusi atas tantangan spesifik UMKM, pengembangan kurikulum pelatihan berbasis bukti ilmiah, dan evaluasi program secara berkala dan independen.

⁸ Anggraeni, D., & Herlinawati, E. (2019). Analisis model pembiayaan umkm melalui peran lembaga keuangan mikro. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 21-27.



Program ini menerapkan sistem monitoring dan evaluasi komprehensif yang mencakup evaluasi berkala yang dilakukan setiap tiga bulan untuk mengukur kemajuan dan mengidentifikasi tantangan yang muncul. Evaluasi tengah program dilaksanakan pada pertengahan tahun kedua untuk menilai efektivitas intervensi dan melakukan penyesuaian strategi. Evaluasi akhir dilakukan pada akhir tahun ketiga untuk mengukur pencapaian tujuan program secara keseluruhan. Indikator kinerja utama meliputi peningkatan omzet, status legalitas, akses ke pembiayaan, adopsi teknologi, dan perluasan pasar. Mekanisme umpan balik menjadi sistem pengumpulan masukan dari pelaku UMKM dan *stakeholder* untuk perbaikan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Solusi yang ditawarkan dirancang untuk menjawab dua rumpun masalah yang saling terkait, yaitu masalah perlindungan hukum kekayaan intelektual (KI) atas produk masyarakat desa dan masalah kesiapan teknis-administratif serta literasi digital/branding yang dibutuhkan agar pendaftaran KI benar-benar tuntas.⁹ Skema kerja yang digunakan dibuat sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat dan pemerintah desa, yakni alur “identifikasi dan pemetaan produk – penentuan jenis KI yang tepat – penyiapan bukti dan dokumen – pengajuan pendaftaran – pendampingan pascapengajuan dan penguatan tata kelola”. Secara skematis dapat dibaca sebagai berikut:

- 1) pendataan UMKM dan produknya menghasilkan peta potensi dan risiko;
- 2) peta tersebut digunakan untuk memilih instrumen perlindungan yang sesuai (merek, hak cipta untuk konten/label tertentu, desain industri untuk tampilan kemasan tertentu);
- 3) pilihan instrumen menentukan daftar dokumen yang harus disiapkan; dokumen disiapkan melalui klinik pendampingan;
- 4) pengajuan dilakukan bersama;
- 5) setelah pengajuan, ada monitoring status, perbaikan jika diminta, dan edukasi pemeliharaan merek serta penggunaan identitas secara konsisten.

Skema ini sekaligus memastikan kegiatan sejalan dengan program pembangunan desa karena menghasilkan basis data UMKM, meningkatkan kapasitas pelaku usaha, dan

⁹ Bayani, K. N., & Santoso, B. (2024). Perlindungan hukum hak kekayaan intelektual bagi produk kreatif UMKM di Jawa Timur. *UNES Law Review*, 6(3), 9519-9526.



memperkuat daya saing ekonomi lokal.¹⁰ Tahun pertama difokuskan pada penyiapan fondasi dan penyelesaian hambatan paling mendesak, yaitu literasi KI dan kesiapan berkas. Solusi tahun pertama dimulai dari survei awal dan pemetaan kebutuhan yang berbasis instrumen riset tim pengusul, berupa kuesioner sederhana untuk mengukur tingkat pemahaman KI, status penggunaan merek, konsistensi kemasan/label, dan kesiapan dokumen identitas usaha.

Hasil riset awal ini menjadi dasar penyusunan “peta kesiapan KI” per pelaku usaha sehingga intervensi tidak generik, melainkan tepat sasaran. Pada fase berikutnya dilakukan sosialisasi inti yang mengajarkan pemilihan jenis KI yang relevan bagi produk desa, cara menghindari konflik merek (misalnya nama terlalu umum atau menyerupai merek lain), serta strategi pembuktian penggunaan merek.¹¹ Setelah sosialisasi, solusi bergerak ke klinik pendampingan teknis: membantu pelaku UMKM menstabilkan nama merek, menyiapkan contoh tampilan merek/label yang konsisten, menginventarisasi bukti penggunaan (foto produk, kuitansi, akun pemasaran), dan menyiapkan berkas pengajuan. Luaran kuantitatif tahun pertama ditargetkan sebagai berikut:

- 1) terbentuknya 1 basis data UMKM dan produk desa yang terdokumentasi minimal 40 pelaku UMKM;
- 2) tersusunnya 1 peta kesiapan KI berbasis hasil survei;
- 3) terlaksananya minimal 2 kali sosialisasi dan 2 kali klinik pendampingan dengan total peserta minimal 80 orang;
- 4) terbitnya 1 modul praktis “Panduan Pelindungan Hukum Produk Desa melalui KI” yang dibagikan minimal 100 eksemplar digital/cetak; dan
- 5) tersiapkannya minimal 25 berkas pengajuan KI siap unggah, dengan target pengajuan pendaftaran merek minimal 15 permohonan pada akhir tahun pertama (atau sesuai jumlah pelaku yang paling siap berdasarkan peta kesiapan).

¹⁰ Hartanto, A. D., Siswati, A., & Mardiasih, N. C. (2022). Formulasi Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 5(1), 18-25.

¹¹ Rahmatullah, M. R., Nuriyah, N., & Sugianto, Q. F. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Dalam Sengketa Merek Dagang Di Indonesia. *Jurnal Hukum Nusantara*, 1(3), 169-176.



Gambar 3. Tim PKM Magister Hukum Unpam

Tahun kedua difokuskan pada peningkatan tingkat keberhasilan pendaftaran dan perluasan cakupan pendampingan pada kelompok sasaran yang belum siap di tahun pertama. Solusi tahun kedua memecah pendampingan ke dalam dua jalur sesuai kebutuhan kelompok, yaitu jalur akselerasi untuk pelaku UMKM yang sudah memiliki merek dan kemasan relatif konsisten, serta jalur penguatan untuk pelaku UMKM yang masih lemah di dokumentasi, identitas merek, dan literasi digital. Pada jalur akselerasi, tim membantu pemilihan kelas merek yang tepat, pengecekan awal potensi konflik, serta pengawalan proses sampai terbit sertifikat atau setidaknya sampai tahap pemeriksaan substansi tanpa hambatan yang seharusnya bisa dihindari. Pada jalur penguatan, solusi difokuskan pada pembenahan administrasi usaha dan konsistensi identitas merek melalui template standar yang mudah diikuti, misalnya template deskripsi produk, template label informasi dasar, dan checklist foto produk. Tahun kedua juga menekankan rekayasa sosial kelembagaan: dibentuk kader/relawan paralegal desa atau tim kecil “pos konsultasi KI” yang melibatkan perangkat desa/kelembagaan desa agar pendampingan tidak bergantung penuh pada tim kampus. Luaran kuantitatif tahun kedua ditargetkan:

- 1) penambahan minimal 60 pelaku UMKM dalam basis data (sehingga total minimal 100 pelaku terdata);
- 2) terlaksananya minimal 3 klinik pendampingan intensif;



- 3) pengajuan pendaftaran merek tambahan minimal 25 permohonan;
- 4) pengajuan KI lain yang relevan secara selektif minimal 5 permohonan (misalnya hak cipta untuk materi promosi/label tertentu atau desain industri untuk kemasan tertentu jika memenuhi syarat);
- 5) terbentuknya 1 pos konsultasi KI desa dengan minimal 5 kader terlatih;
- 6) serta tersusunnya 1 SOP desa tentang alur layanan internal pendataan produk dan rujukan pendampingan KI.

Tahun ketiga difokuskan pada keberlanjutan, penguatan tata kelola, dan pemanfaatan KI untuk peningkatan nilai ekonomi. Solusi tahun ketiga memastikan bahwa KI yang sudah diajukan dan/atau terdaftar benar-benar dimanfaatkan untuk memperkuat posisi tawar produk, bukan sekadar menjadi dokumen.¹² Pendampingan diarahkan pada pemeliharaan merek (penggunaan yang konsisten, pencatatan, dan kesiapan menghadapi keberatan/penolakan jika terjadi), serta penyusunan strategi penanganan masalah sederhana seperti peniruan nama/kemasan melalui mekanisme nonlitigasi yang edukatif dan proporsional.¹³ Tahun ketiga juga mengintegrasikan hasil kegiatan dengan program pembangunan desa:

- 1) basis data UMKM dijadikan bahan perencanaan pembinaan dan promosi;
- 2) Produk yang sudah memiliki KI didorong untuk masuk etalase desa, pameran, atau kemitraan pemasaran yang relevan.

Luaran kuantitatif tahun ketiga ditargetkan:

- 1) minimal 20 sertifikat merek terbit dari akumulasi pengajuan tahun pertama dan kedua (menyesuaikan waktu proses);
- 2) total pengajuan merek selama tiga tahun minimal 50 permohonan;
- 3) minimal 10 produk desa memiliki identitas merek dan label yang konsisten sesuai template standar;
- 4) terlaksananya minimal 1 kegiatan diseminasi hasil dan replikasi di tingkat kecamatan dengan peserta minimal 50 orang; serta

¹² Tanjung, K. T. P. (2022). Penguasaan dan Posisi Tawar dalam Perjanjian Kemitraan: Sebuah Diskursus tentang “Penguasaan” dalam Perjanjian Kemitraan. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(2), 91-99.

¹³ Baso, F. (2025). Tantangan Positivisasi Passing Off di Indonesia. *Jurnal Kajian Konstitusi*, 5(1), 56-76.

- 5) tersusunnya 1 laporan kebijakan desa berisi rekomendasi program berkelanjutan (misalnya dukungan biaya pendaftaran prioritas, pembinaan rutin, dan mekanisme kurasi produk unggulan).

Keterkaitan solusi dengan hasil riset tim pengusul ditegaskan melalui pendekatan berbasis data dan siklus perbaikan. Tim menggunakan riset awal untuk menghasilkan peta kesiapan KI dan peta risiko peniruan, kemudian peta tersebut menentukan prioritas tindakan (siapa yang didampingi dulu, jenis KI apa yang paling relevan, dokumen apa yang paling sering kurang). Setelah setiap siklus klinik, dilakukan evaluasi singkat untuk memutakhirkan peta dan memperbaiki materi pendampingan. Secara skematis, hasil riset tim mengalir ke solusi sebagai berikut:

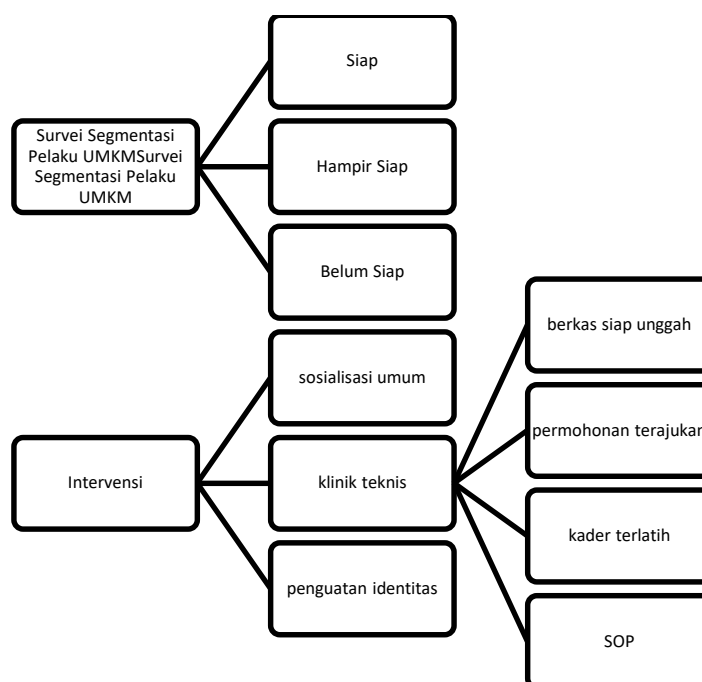


Diagram 2. Siklus Intervensi Peningkatan Kesiapan UMKM

Proses peningkatan kesiapan UMKM dimulai dengan pelaksanaan survei *baseline* yang menghasilkan segmentasi pelaku UMKM ke dalam tiga kategori utama: siap, hampir siap, dan belum siap. Segmentasi ini menjadi dasar penting dalam menentukan jenis paket intervensi yang akan diberikan kepada masing-masing kelompok, di mana setiap paket dirancang sesuai dengan tingkat kesiapan mereka. Untuk UMKM yang sudah siap, diberikan program sosialisasi umum yang bersifat informatif; bagi yang hampir siap, disediakan klinik teknis untuk mengatasi



kesenjangan spesifik; sementara untuk yang belum siap, dilakukan program penguatan identitas untuk membangun fondasi dasar. Implementasi paket intervensi ini menghasilkan luaran-luaran terukur seperti berkas yang siap untuk diunggah, permohonan yang berhasil diajukan, kader-kader yang telah terlatih, serta Standar Operasional Prosedur (SOP) yang terdokumentasi dengan baik. Selanjutnya, seluruh luaran tersebut dievaluasi secara menyeluruh dan digunakan sebagai umpan balik untuk memperbarui peta kesiapan UMKM, yang akan menjadi landasan untuk perencanaan dan pelaksanaan siklus intervensi pada tahun berikutnya, sehingga menciptakan sistem peningkatan kapasitas UMKM yang berkelanjutan dan adaptif.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi perlindungan hukum produk masyarakat Desa Citeras melalui pendaftaran kekayaan intelektual menunjukkan bahwa pelaku UMKM desa pada dasarnya memiliki potensi usaha yang cukup besar, tetapi masih menghadapi keterbatasan pemahaman dan kesiapan administratif dalam memperoleh perlindungan hukum atas produknya. Kegiatan ini berhasil meningkatkan wawasan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya merek dan bentuk kekayaan intelektual lainnya sebagai instrumen perlindungan hukum sekaligus penguatan daya saing usaha. Peserta mulai memahami bahwa identitas produk seperti nama, logo, label, dan kemasan bukan hanya unsur pemasaran, tetapi juga aset hukum dan ekonomi yang perlu dijaga. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan yang lebih teknis dan berkelanjutan agar masyarakat desa mampu menata identitas produk, menyiapkan dokumen yang diperlukan, dan secara bertahap melakukan pendaftaran kekayaan intelektual guna mendukung penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anabuni, A. U., Kabanga, M. S., Manongga, I. R., Bire, A. R., Benu, Y. S., Dioh, S. S., ... & Nurdin, H. (2025). *"Desa Cerdas" Untuk Bisnis Cemerlang Melalui Digital Marketing Produk Unggulan Desa*. CV. Vocezmi Learnov.
- Anggraeni, D., & Herlinawati, E. (2019). Analisis model pembiayaan umkm melalui peran lembaga keuangan mikro. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 21-27.
- Baso, F. (2025). Tantangan Positivisasi Passing Off di Indonesia. *Jurnal Kajian Konstitusi*, 5(1), 56-76.
- Bayani, K. N., & Santoso, B. (2024). Perlindungan hukum hak kekayaan intelektual bagi produk kreatif UMKM di Jawa Timur. *UNES Law Review*, 6(3), 9519-9526.
- Ernanda, A. D. (2025). Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Merek Terdaftar dalam



- Mencegah Pemalsuan dan Sengketa Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Padjajaran Law Review*, 13(1), 88-99.
- Hartanto, A. D., Siswati, A., & Mardiasih, N. C. (2022). Formulasi Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM. *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 5(1), 18-25.
- <https://teras-careng.desa.id/pasar-desa/> diakses pada 28 Maret 2025
- Mandala, O. S., Pribad, T. I., Anggara, B., & Taufik, M. (2024). Peran Strategis Rezim Hak Kekayaan Intelektual Dalam Mendukung Penguatan Ekonomi Kreatif. *Commerce Law*, 4(1).
- Rahmatullah, M. R., Nuriyah, N., & Sugianto, Q. F. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Dalam Sengketa Merek Dagang Di Indonesia. *Jurnal Hukum Nusantara*, 1(3), 169-176.
- Suryawan, M. A., Artino, A., Rosid, A., Putra, R. K., & Yeni, A. (2025). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 11613-11621.
- Tanjung, K. T. P. (2022). Penguasaan dan Posisi Tawar dalam Perjanjian Kemitraan: Sebuah Diskursus tentang “Penguasaan” dalam Perjanjian Kemitraan. *Jurnal Persaingan Usaha*, 2(2), 91-99.
- Wulandari, F. (2017). Implementasi Merek Terdaftar Sebagai Perlindungan Terhadap Konsumen. *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan*.
- Zulfikri, Z. (2021). Problematika Hak Kekayaan Intelektual Di Bidang Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *UIR Law Review*, 5(2).