

PKM SOSIALISASI PENGAJUAN HKI UNTUK INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN BANGLI

¹Ni Wayan Sumartini Saraswati, ²I Ketut Setiawan, ³Sang Ayu Made Krisna Dewi
Natalia, dan ⁴I Dewa Made Krishna Muku

^{1,2,3,4}Jurusan Teknik Informatika, STMIK STIKOM Indonesia, Denpasar Bali, Indonesia.

*Email: sumartini.saraswati@stiki-indonesia.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli Tahun 2020, Kabupaten Bangli memiliki 4402 buah Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang memerlukan bimbingan dan arahan dari dinas tersebut. Bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM) sendiri salah satu masalah utama yang ditemui adalah masalah pemasaran produk, dalam hal ini IKM membutuhkan *branding* dan *packaging*. Sering sekali IKM dengan produk yang bagus telah membuat *branding* dan *packaging* yang bagus namun terkendala dengan kepengurusan pengajuan merek dagang yang sangat erat kaitannya dengan kepemilikan *branding*. Berdasarkan Hak Merek tersebut, para pemilik Merek akan mendapat perlindungan hukum sehingga dapat mengembangkan usahanya dengan tenang tanpa takut mereknya diklaim oleh pihak lain. Dalam pengurusan merek dagang atau dalam hal ini kita kenal sebagai salah satu pengajuan HKI, IKM mengalami kendala kurangnya pengetahuan dalam pengajuan merek dagang tersebut. Walaupun Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah memfasilitasi dari hal pembiayaan namun hal itu masih menjadi kendala bagi IKM untuk mengajukan merek dagang terhadap produknya. Dalam PKM ini dilakukan kegiatan berupa pemberian materi sosialisasi mengenai pentingnya pengurusan HAKI dan tata cara pengajuan HAKI pada pelaku IKM di Kabupaten Bangli. Setelah dilakukan sosialisasi ini maka ada pemahaman baru mengenai tata cara pengajuan HAKI di lingkungan pelaku IKM di Kabupaten Bangli, bahkan ada beberapa yang secara intens meminta untuk berkonsultasi langsung dengan pembicara mengenai permasalahannya.

Kata kunci : Sosialisasi, HKI, Merk Dagang, IKM, Disperindag Bangli

ABSTRACT

Based on data from the Bangli Regency Industry and Trade Service, Bangli Regency has 4402 Small and Medium Industries that require guidance and direction from the agency. For Small and Medium Industries themselves, one of the main problems encountered is the problem of product marketing, in this case, IKM requires branding and packaging. Oftentimes in Small and Medium Industries with good products that have made good branding and packaging but are constrained by the management of trademark submissions which are closely related to branding ownership. Based on the Trademark Rights, Mark owners will receive legal protection so that they can develop their business in peace without fear of having their Mark claimed by other parties. In managing trademarks or in this case, we know as one of the IPR filing, Small and Medium Industries experience problems with lack of knowledge in filing trademarks. Although the Department of Industry and Trade has facilitated financing, this is still an obstacle for Small and Medium Industries to apply for trademarks for their products. In this PKM, activities were carried out in the form of providing socialization materials regarding the importance of administering intellectual property rights and the procedures for applying for intellectual property rights to Small and Medium Industry players in Bangli Regency. After this socialization was carried out, there was a new understanding of the procedures for applying for intellectual property rights among Small and Medium Industry players in Bangli Regency, and some even asked them to consult directly with the speaker regarding the problem.

Keywords: Socialization, IPR, Trademark, IKM, Bangli Industry and Trade Departement

PENDAHULUAN

Bisnis era globalisasi saat ini persaingan perdagangan tidak semata-mata didasarkan pada kualitas produk dan harga tetapi terfokus pada penguasaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Oleh karenanya obyek perdagangan internasional maupun nasional 70 % dikuasai oleh benda bergerak yang tidak berwujud yaitu Hak Kekayaan Intelektual. Dalam upaya untuk dapat bersaing dalam perdagangan internasional maka Indonesia telah menetapkan pembangunan ekonominya dengan mencanangkan perekonomian kreatif sebagai andalannya. Sistem perekonomian kreatif pada dasarnya mengutamakan sumber daya manusia sebagai bahan pokok, oleh karenanya produk pada perekonomian kreatif tidak dapat dipisahkan dengan sentuhan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) berupa hasil olah pikir manusia yang menghasilkan idea atau gagasan-gagasan inovatif. Disatu sisi berdasarkan jumlah pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual di Dirjen HKI ternyata masih rendah, sehingga penting dilakukan peningkatan pemahaman tentang HKI (Mudana & Wiryawan, 2018).

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli Tahun 2020, Kabupaten Bangli memiliki 4402 buah Industri Kecil dan Menengah yang memerlukan bimbingan dan arahan dari dinas tersebut. Untuk mengelola IKM sebanyak itu tentu bukanlah hal yang mudah. Banyak kendala yang ditemui oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli. Kendala ini terutama mengenai sosialisasi materi terkait pengembangan dan kemajuan industri tersebut.

Bagi IKM sendiri salah satu masalah utama yang ditemui adalah masalah pemasaran produk, dalam hal ini IKM membutuhkan *branding* dan *packaging*. Sering sekali di IKM dengan produk yang bagus telah membuat branding dan packaging yang bagus namun terkendala dengan kepengurusan pengajuan merek dagang yang sangat erat kaitannya dengan kepemilikan branding.

Hak Kekayaan Intelektual, disingkat "HKI" atau akronim "HaKI", adalah padanan kata yang biasa digunakan untuk *Intellectual*

Property Rights (IPR), yakni hak yang timbul bagi hasil olah pikir yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna untuk manusia, pada intinya HKI adalah hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual. Objek yang diatur dalam HKI adalah karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia (HAKI, 2013).

Secara garis besar HKI dibagi dalam 2 (dua) bagian, yaitu:

- 1) Hak Cipta (*copyright*)
- 2) Hak kekayaan industri (*industrial property rights*), yang mencakup:
 - a. Paten (*patent*)
 - b. Desain industri (*industrial design*)
 - c. Merek (*trademark*)
 - d. Penanggulangan praktek persaingan curang (*repression of unfair competition*)
 - e. Desain tata letak sirkuit terpadu (*layout design of integrated circuit*)
 - f. Rahasia dagang (*trade secret*).

Merek adalah sebuah tanda yang dapat membedakan barang dan jasa yang diproduksi dan dimiliki oleh suatu perusahaan terhadap perusahaan lainnya. Kata, huruf, angka, gambar, foto, bentuk, warna, jenis logo, label atau gabungannya yang dapat digunakan untuk membedakan barang dan jasa dapat dianggap sebagai sebuah merek. Di sebagian negara, slogan iklan juga dianggap sebagai merek dan dapat didaftarkan pada Kantor HKI (Wipo, 2008).

Para pemilik Merek yang telah terdaftar akan mendapatkan Hak Merek, yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik waktu yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk dalam jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan lisensi atau izin kepada pihak lain. Berdasarkan Hak Merek tersebut, para pemilik merek akan mendapat perlindungan hukum sehingga dapat mengembangkan usahanya dengan tenang tanpa takut mereknya diklaim oleh pihak lain. Pemberian lisensi merek kepada pihak lain dapat mendatangkan penghasilan berupa pembayaran *royalty* (Wibowo, 2019). Pendaftaran merek juga berguna sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhannya atau sama pada pokoknya

yang dimohonkan oleh orang lain untuk barang atau jasa sejenis (Mamahit, 2013).

Dalam pengurusan merek dagang atau dalam hal ini kita kenal sebagai salah satu pengajuan HKI, IKM mengalami kendala kurangnya pengetahuan dalam pengajuan merek dagang tersebut. Walaupun Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah memfasilitasi dari hal pembiayaan namun hal itu masih menjadi kendala bagi IKM untuk mengajukan merek dagang terhadap produknya.

Ada pula IKM yang telah mengajukan merek dagang dengan menyerahkan segala kepengurusannya kepada dinas namun mengalami kegagalan berupa penolakan merek dagang dan ada pula yang mengalami kendala lamanya waktu tunggu dengan tanpa informasi terhadap pengajuan yang dilakukan. Sehingga pada akhirnya IKM pun merasa enggan untuk mengurus pengajuan HKI dalam hal ini adalah pengajuan merek dagang.

Hal tersebut tentu saja sangat merugikan bagi industri itu sendiri dikarenakan merek dagang sangat erat kaitannya dengan pemasaran. Dikhawatirkan ada pihak-pihak tidak bertanggung jawab yang mengambil keuntungan dari merek dagang tersebut sehingga sangat merugikan IKM bersangkutan. Sebuah merek dapat menjadi kekayaan yang sangat berharga secara komersial dan seringkali merek-lah yang membuat harga suatu produk menjadi mahal bahkan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tersebut (Mamahit, 2013).

Dalam rencana kerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli bahkan dicantumkan target untuk pengajuan merek dagang oleh IKM. Namun realisasi hal ini ini masih jauh dari yang diharapkan. Jangankan untuk mendapatkan merek dagang bagi sebagian besar IKM, untuk membuat pengusaha IKM mengajukan saja merupakan hal yang sulit karena kurangnya pengetahuan dan kesadaran dari IKM akan pentingnya merek dagang.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi maka dapat disimpulkan permasalahan mitra secara garis besar menjadi dua hal pokok yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan dari pelaku IKM tentang pentingnya pengajuan merek dagang untuk produknya.
2. Kurangnya pengetahuan dari pelaku IKM di Kabupaten Bangli mengenai tata cara pengajuan merek dagang untuk produknya.
3. Dibutuhkannya sosialisasi mengenai pentingnya dan tata cara pengajuan merek dagang baik secara *offline* maupun secara *online*.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi permasalahan mitra adalah:

1. Membuatkan materi bahan sosialisasi tata cara pengajuan merek dagang bagi pelaku IKM di Kabupaten Bangli.
2. Memberikan sosialisasi berupa seminar *online* mengenai tata cara pengajuan merek dagang bagi pelaku IKM di Kabupaten Bangli.

Adapun tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk dapat membantu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli dalam memberikan pengarahan untuk pelaku IKM di wilayah Kabupaten Bangli mengenai pentingnya dan tata cara pengajuan merek dagang.

Target Luaran

Target luaran yang ingin dicapai dari kegiatan pelaksanaan PKM ini adalah:

1. Video acara sosialisasi tata cara pengajuan Haki pada IKM di wilayah Kabupaten Bangli.
2. Laporan Akhir Kegiatan PKM.
3. Berita pada media *online* mengenai kegiatan PKM.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan PKM dapat dibagi menjadi dua tahap kegiatan sebagai berikut :

1. Pembuatan materi sosialisasi berupa *slide PowerPoint* yang berisikan pentingnya dan tata cara pengurusan Haki dalam hal ini khususnya adalah merek dagang.
2. Pelaksanaan sosialisasi secara daring menggunakan aplikasi *Zoom* pada tanggal 29 Juni 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi Sosialisasi

Adapun materi sosialisasi disusun ke dalam 34 halaman *slide power point*. Adapun ide pokok materi sosialisasi yang disampaikan terdiri dari:

1. HKI (hak Kekayaan Intelektual) atau *IPR (Intellectual property rights)* merupakan hak yang timbul dari hasil olah pikir (intelektual) manusia dimana menghasilkan suatu karya cipta/produk/proses/teknis yang berguna untuk masyarakat. Secara umum Hak Kekayaan Intelektual memiliki fungsi yaitu sebagai perlindungan atas karya cipta dari kasus pembajakan atau penjiplakan, sebagai bentuk penghargaan kepada pencipta dan hak untuk mengendalikan hasil karya cipta tersebut.
2. HKI sendiri terdiri dari beberapa jenis, yaitu Paten, Merek (dagang dan jasa), Desain Industri, Desain tata Letak Desain terpadu, Rahasia Dagang, Perlindungan Varietas Tanaman, Hak Cipta, dan Indikasi Geografis.
3. Pentingnya pengurusan HKI dalam hal ini pengajuan merk dagang bagi pelaku IKM. Dalam hal ini khususnya merek dagang, secara umum merek terdiri dari merek dagang dan merek jasa. Fungsi dari pemakaian merek atau logo yaitu sebagai tanda pengenal pada usaha yang sedang dilakukan, sebagai alat promosi, penjaminan mutu dari apa yang kita jual atau dari jasa yang kita lakukan, dan juga sebagai penunjukan asal. Selanjutnya fungsi atau manfaat dari pendaftaran suatu merek adalah sebagai bukti kepemilikan, serta pencegahan dari tindakan duplikasi atau kesamaan kepemilikan.
4. Tata cara atau proses pendaftaran merek terdiri dari 2 jenis yaitu secara manual dan secara *online*, namun mulai bulan Agustus 2019, pengajuan merek dilakukan secara *online*. Proses pengajuan merek dimulai dengan registrasi di laman: <https://merek.dgip.go.id>, selanjutnya memesan *code billing* dengan mengisi tipe, jenis dan pilihan kelas. Setelah melakukan pembayaran, selanjutnya adalah mengunggah gambar dari logo

yang akan didaftarkan, tanda tangan pemohon, dan surat keterangan UMK (jika pemohon merupakan usaha mikro/usaha kecil). Setelah selesai, selanjutnya adalah menunggu keputusan terkait diterima atau tidaknya pengajuan permohonan merek yang sudah dilakukan.

5. Manfaat HKI
 - a. Bagi dunia usaha, adanya perlindungan terhadap penyalahgunaan atau pemalsuan karya intelektual yang dimilikinya oleh pihak lain di dalam negeri maupun di luar negeri. Perusahaan yang telah dibangun mendapat citra yang positif dalam persaingan apabila memiliki perlindungan hukum di bidang HKI.
 - b. Bagi inventor dapat menjamin kepastian hukum baik individu maupun kelompok serta terhindar dari kerugian akibat pemalsuan dan perbuatan curang pihak lain.
 - c. Bagi pemerintah, adanya citra positif pemerintah yang menerapkan HKI di tingkat WTO. Selain itu adanya penerimaan devisa yang diperoleh dari pendaftaran HKI.
 - d. Adanya kepastian hukum bagi pemegang hak dalam melakukan usahanya tanpa gangguan dari pihak lain.
 - e. Pemegang hak dapat melakukan upaya hukum baik perdata maupun pidana bila terjadi pelanggaran/peniruan.
 - f. Pemegang hak dapat memberikan izin atau lisensi kepada pihak lain.

Acara Sosialisasi HKI untuk IKM di Kabupaten Bangli

Acara sosialisasi berjalan kurang lebih selama 90 menit dengan pembicara bapak I Ketut Setiawan, S.Pd., M.Sn dan moderator ibu Ni Wayan Sumartini Saraswati, M.T. Mengingat sewaktu pelaksanaan sosialisasi masih dalam suasana pandemi Covid-19 maka sosialisasi dilaksanakan secara daring dengan menggunakan aplikasi *Zoom*.

Sosialisasi berjalan dengan lancar, dimana beberapa pertanyaan dari pelaku IKM terkait dengan pengajuan merk dagang yang

telah dilaksanakan dan mengalami kendala dapat terjawab dengan baik. Sosialisasi ini membangkitkan minat dari pelaku IKM untuk dapat mengajukan merk dagang pada produknya. Narasumber dalam hal ini bapak I Ketut Setiawan memamparkan cara-cara praktis dalam pengajuan HKI dan memberikan contoh-contoh nyata dari pengalaman kegagalan pengajuan yang telah

terjadi sebelumnya sebagai pembelajaran dan analisis bagi permasalahan peserta. Tidak lupa narasumber memberikan motivasi berupa contoh-contoh pengajuan HKI yang berhasil dilakukan sehingga menimbulkan semangat bagi peserta. Berikut tangkapan layar dari acara sosialisasi seperti ditunjukkan oleh Gambar 1



Gambar 1. Tangkapan layar acara sosialisasi HKI

Hal yang menarik setelah sosialisasi berakhir, ada beberapa pelaku IKM yang berencana mengkonsultasikan secara langsung pengajuan HKI nya ke STMIK STIKOM Indonesia yang dalam hal ini secara khusus ditangani oleh bapak I Ketut Setiawan. Melihat dari antusias pelaku IKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli merencanakan akan ada kerjasama antara STMIK STIKOM Indonesia dalam hal kepengurusan HAKI. Pemikiran awal adalah apakah pihak STMIK STIKOM Indonesia bersedia menjadi konsultan pengajuan HAKI bagi pelaku IKM di Kabupaten Bangli.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Adapun Simpulan dan Implikasi dari PKM ini dapat dijabarkan sebagai berikut: 1) Kegiatan sosialisasi disambut sangat baik oleh pelaku IKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli. 2)

Pelaksanaan kegiatan dapat berjalan lancar sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan juga fasilitas untuk pelatihan cukup lengkap sehingga sangat mendukung lancarnya pelatihan. 3) Maksud dan tujuan kegiatan pengabdian telah terpenuhi yaitu telah tersampainya materi pentingnya dan tata cara kepengurusan HKI kepada pelaku IKM di Kabupaten Bangli, sehingga memotivasi pelaku IKM untuk mendaftarkan produk terbaiknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih ditujukan kepada seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diantaranya:

1. STMIK STIKOM Indonesia yang telah membiayai pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan

- dengan baik serta memberikan manfaat kepada masyarakat.
2. LPPM STMIK STIKOM Indonesia yang telah turut serta memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk melaksanakan pengabdian di Disperindag Kabupaten Bangli.
 3. Rekan dosen dan pegawai serta mahasiswa Jurusan Teknik Informatika yang telah banyak membantu hingga terlaksananya kegiatan pengabdian ini.
 4. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- HAKI, D. (2013) *Buku Panduan Hak Kekayaan Intelektual*. Tangerang.
- Mamahit, J. (2013). Perlindungan Hukum Atas Merek Dalam Perdagangan Barang dan Jasa,” *Lex Priv.*, vol. 1, no. 3, pp. 51–59
- Mudana, I. N. dan I. W. Wiryawan. (2018). *Hak Kekayaan Intelektual dan Perolehannya*. Denpasar: LPPM Universitas Udayana.
- Wibowo, A. D. (2019). Pengajuan Keberatan Permohonan Pendaftaran Merek Dagang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (Studi pada Merek BANRIS Banana Crispy). Universitas Negeri Semarang.
- Wipo, W. I. P. O. (2008). *Membuat Sebuah Merek Pengantar Merek untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Kamar Dagang dan Industri Indonesia.