

Original Research Paper

## Pentingnya Penggunaan Merek Produk Makanan Ringan (Keripik dan Dodol Tomat) Bagi Masyarakat Sesaot Suranadi

Kadek Ananta Husada Arsa<sup>1\*</sup>, Anak Agung Ayu Niti Wedayani<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Magister Hukum Universitas Udayana, Bali, Indonesia

<sup>2</sup> Fakultas Hukum, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>3</sup> Fakultas Teknologi Pangan dan Agroindustri, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>4</sup> Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>5</sup> Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>6</sup> Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>7</sup> Fakultas Teknik, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>8</sup> Fakultas peternakan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v6i1.3414>

Sitasi: Arsa, K. A. H., & Wedayanu, A. A. A. N. (2023). Pentingnya Penggunaan Merek Produk Makanan Ringan (Keripik dan Dodol Tomat) Bagi Masyarakat Sesaot Suranadi. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1)

### Article history

Received: 05 Januari 2023

Revised: 10 Februari 2023

Accepted: 25 Februari 2023

\*Corresponding Author: Kadek Ananta Husada Arsa, Magister Hukum Universitas Udayana, Bali, Indonesia  
Email: [anantahusada@gmail.com](mailto:anantahusada@gmail.com)

**Abstract:** Merek dapat menjadi faktor pendorong suatu produk memiliki penjualan besar. Undang – undang No.20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Grafis, penggunaan merek merupakan kebutuhan para pelaku usaha untuk memasarkan hasil produksi. Keuntungan dari suatu produk memiliki merek adalah dapat sebagai tanda pengenal suatu produk, sebagai sarana promosi, untuk menjamin kualitas dan dapat sebagai petunjuk asal dari suatu barang. Masyarakat Desa Sesaot, Suranadi yang menjadi pelaku usaha tidak memahami pentingnya merek pada kemasan suatu produk usaha. Dengan metode penyuluhan pentingnya merek pada suatu kemasan suatu produk usaha, serta cara mendaftarkan dan membuatnya, sehingga mampu meningkatkan kualitas dan mutu dari suatu hasil produksi. Kegiatan penyuluhan di Desa Sesaot Suranadi diawali dengan pembukaan oleh Kepala Desa Bersama Perwakilan dari Program Magister Hukum Universitas Udayana, yaitu: Kadek Ananta Husada Arsa, S.H. Berdasarkan Tema besar yang diangkat, muatan materi Hukum Hak Milik Intelektual yang diberikan lebih berfokus pada merek. Penyuluhan dihadiri oleh pejabat desa dan pelaku usaha keripik dan dodol tomat yang belum mencantumkan merek. Penyuluhan dihadiri oleh 38 peserta.

**Keywords:** Merek, Mutu, Kualitas, Keripik Dan Dodol Tomat.

### Pendahuluan

Penggunaan merek dapat menjadi faktor pendorong suatu produk memiliki penjualan besar di pasar. Merek yang dibuat dengan komposisi kreasi tulisan, gambar, dan warna yang unik dapat membuat calon konsumen tertarik untuk membeli. Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis dapat berupa gambar, logo, 2 dimensi dan 3 dimensi, yang berfungsi untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi oleh perorangan atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang

atau jasa. Hal tersebut diatur dalam Undang – undang No.20 Tahun 2016 tentang merek dan Indikasi Grafis. Penggunaan merek merupakan kebutuhan para pelaku usaha untuk memasarkan hasil produksi. Marketing Association mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda , simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal – hal tersebut yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual untuk membedakannya dari produk pesaing. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM tahun 2020 jumlah perlindungan kekayaan intelektual khususnya merek adalah 411.458.

Jumlah itu masih dapat terus naik jika melihat UMKM di Indonesia yang terus berkembang. Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan jumlah UMKM di Indonesia tahun 2019 lalu adalah 65.465.497 dan masih akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu.

Keuntungan dari suatu produk memiliki merek adalah dapat sebagai tanda pengenal suatu produk, sebagai sarana promosi, untuk menjamin kualitas dan dapat sebagai petunjuk asal dari suatu barang. Masyarakat Desa Sesaot menggunakan hasil kebun berupa tomat sebagai salah satu mata pencaharian. Hasil kebun tersebut dibuat keripik dan dodol. Dalam pembuatan kripik dan dodol tomat tersebut masyarakat desa Sesaot Suranadi membentuk kelompok – kelompok kecil yang memanfaatkan hasil kebun mereka sendiri untuk dijadikan bahan pokok. Proses pemasaran dari produk – produk tersebut kelompok – kelompok kecil tersebut bersepakat mengumpulkan semua hasil produksinya dan dijual dalam jumlah yang besar dan banyak pada pedagang – pedagang eceran dan kios – kios di daerah wisata Suranadi. Produksi kripik ini mampu menambah pendapatan dan meningkatkan perekonomian. Merek yang telah didaftarkan perlindungannya dapat menjadi alat bukti yang autentik bagi pemiliknya, sebagai dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh pihak lain untuk barang/jasa sejenisnya, dan sebagai dasar untuk mencegah pihak lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya.

Keripik dan dodol tomat hasil produksi dari Desa Sesaot memiliki rasa yang sangat enak dan kualitas yang terjamin terbukti dari kemampuan simpan dari produk tersebut. Kendala dari pelaku usaha adalah kemasan yg sederhana dan belum tercantumkan merek, sehingga itu merupakan kelemahan yg dimiliki pelaku usaha keripik dan dodol tomat di Desa Sesaot Suranadi.

Pengabdian masyarakat ini yang berbentuk penyuluhan hukum sangat diperlukan untuk menyampaikan hukum atau peraturan perundang – undangan kepada pelaku usaha (Ernis, 2018).

### **Metode Pelaksanaan**

Penjelasan pada pendahuluan terkait dengan pentingnya merek pada setiap produk untuk

meningkatkan mutu dan kualitas, maka pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode Edukasi kepada masyarakat pentingnya merek dalam suatu produk. Sebelum dilakukan edukasi maka keseluruhan warga yang hadir mengisi kuisioner terlebih dahulu sebagai *pre test*. Setelah dilakukan penyuluhan dilakukan *Focus Grup Discussion (FGD)* yang diakhiri dengan *post test*.

Tujuan dilakukan *pre tes* dan *post test* adalah agar dapat mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Sesaot tentang pentingnya merek untuk meningkatkan suatu kualitas produk, serta kepemilikan dari suatu usaha. Proses pengumpulan warga desa yang memiliki usaha keripik dan dodol tomat yang belum diberikan merek dilakukan 2 hari sebelum dikumpulkan secara langsung di balai desa oleh kader desa dan pemuda – pemudi desa.

### **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan Kebutuhan hukum yang hadir di tengah – tengah masyarakat, dengan mengusung tema Hak – Hak Keperdataan Masyarakat dalam menjamin kepastian hukum, maka dilakukan pengabdian kepada masyarakat yang berlokasi di Desa Sesaot Suranadi. Kegiatan Penyuluhan yang dilaksanakan di Desa Sesaot Suranadi dihadiri oleh Kepala Desa, Para Pejabat Desa, Masyarakat Desa Sesaot, Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Mataram.

Kegiatan penyuluhan di Desa Sesaot Suranadi diawali dengan pembukaan oleh Kepala Desa Bersama Perwakilan dari Program Magister Hukum Universitas Udayana, yaitu: Kadek Ananta Husada Arsa, S.H. Berdasarkan Tema besar yang diangkat, muatan materi Hukum Hak Milik Intelektual yang diberikan lebih berfokus pada merek, materi ini dipilih berdasarkan kebutuhan masyarakat Desa Sesaot dalam upaya meningkatkan mutu dan kualitas penjualan produk berupa keripik dan Dodol Tomat. Penyampaian materi disampaikan dengan oral serta bahasa – bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat Desa Sesaot Suranadi.

Melimpahnya hasil panen berupa tomat, membuka peluang bisnis yang menguntungkan (Indardi, 2018). Sebagai usaha memperluas wilayah pemasaran dan meyakinkan masyarakat luas akan mutu dan kualitas produksi, maka salah satu caranya adalah dengan menggunakan merek pada kemasan yang diproduksi masyarakat Desa Sesaot

Suranadi. Merek adalah salah satu kekayaan industry. Suatu produk tidak akan terlepas dari suatu merek. Merek adalah asset ekonomi bagi pemiliknya, baik berupa produk perseorangan atau produk perusahaan. Merek memiliki peranan yang penting dan sangat melekat dengan perlindungan hukum, yakni sebagai objek terkait hak – hak perseorangan atau perusahaan.

Kepentingan hak – hak atas produk yang tekah diciptakan penting untuk dilakukan sehingga nilai ekonomi dari suatu produk tersebut menjadi bertambah (Wahyudi & Amalia, 2022). Penggunaan merek menjadi penting baik dalam bentuk barang ataupun jasa untuk menunjukkan suatu identitas atau tanda pada suatu produk. Merek merupakan suatu tanda pembeda antara produk barang atau jasa yang sejenis yang diperdagangkan oleh para pelaku usaha (Betlehn & Samosir, 2018). Manfaat dan fungsi dari merek bagi para pelaku usaha:

1. Sebagai tanda pengenalan dan dapat membedakannya dengan produk sejenis.
2. Sebagai sarana promosi (penggunaan merek dapat memperluas wilayah pemasarannya).
3. Menjamin kualitas produksi dan mutu yang dihasilkan.
4. Menunjukkan asal dari produksi, sehingga masyarakat luas akan mengenal dan mengetahui bahwa produk makanan ringan (keripik dan dodol tomat) dihasilkan oleh Desa Sesaot Suranadi.

Keseluruhan dari manfaat tercantumnya merek belum diketahui oleh masyarakat Desa Sesaot. Dari sisi pelaku usaha merek digunakan untuk jaminan hasil dari nilai produksi, khususnya kualitas dan mutu. Dari sisi konsumen, merek digunakan untuk melakukan pemilihan terhadap barang. Pemberian merek tersebut digunakan untuk membuat produk makanan ringan (keripik dan dodol tomat) sehingga dapat bersaing dalam penjualan dan dapat memperluas pemasaran (Sardjono, 2013).



Gambar 1: Dodol Tomat Produksi Desa Sesaot Suranadi yang belum diberikan merek.



Gambar 2 : Peserta sosialisasi warga Desa Sesaot Suranadi saat mendengarkan sosialisasi di Kantor Desa.



Gambar 3: Hasil Produksi Desa Sesaot Suranadi berupa keripik tomat yang belum diberikan merek.

### Kesimpulan

Penyuluhan hukum tentang Hak – Hak Keperdataan Masyarakat sebagai cara memberikan edukasi dan jaminan kepastian hukum bagi masyarakat Desa Sesaot Suranadi tentang pentingnya penggunaan merek pada kemasan produk makanan seperti keripik dan dodol Tomat. Merek pada hasil produksi pada setiap kemasan mampu membantu pelaku usaha dalam memberikan tanda pengenalan produk yang dihasilkan dan sebagai sarana promosi. Penyuluhan hukum tentang merek, diharapkan masyarakat Desa Sesaot dapat memajukan usahanya dengan memberikan merek untuk memperkenalkan hasil produksi.

### Ucapan Terima Kasih

Kegiatan Penyuluhan Hukum bagi Masyarakat Sesaot Suranadi sudah terlaksana dengan baik, hal itu tidak terlepas dari beberapa pihak, oleh karena itu ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Seluruh warga Sesaot Suranadi Lombok Nusa Tenggara Barat.
2. Pejabat Desa Sesaot Suranadi Lombok Nusa Tenggara Barat.
3. Tokoh Masyarakat Desa Sesaot Lombok Nusa Tenggara Barat.
4. Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Udayana.
5. Fakultas Kedokteran Universitas Mataram.

### **Daftar Pustaka**

- Andrew Betlehn, Prisca Oktaviani Samosir (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia, *Law and Justice Journal*, Volume 3, Nomor 1.
- Ernis, Y. (2018). Implikasi Penyuluhan Hukum Langsung terhadap Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 18(4), 477. <https://doi.org/10.30641/dejure.2018.v18.477-496Iffan>
- Alif Khoironi. (2013). Implementasi Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada Home Industry Eggroll. *Unnes Law Journal*, 2(2), 129–136.
- Indardi. (2018). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pembuatan Keripik Singkong Di Semuluh Kidul, Semanu, Gunung Kidul, *Jurnal BERDIKARI Vol.6 No.1*.
- Sardjono, A. (2013). Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha UKM Batik Di Pekalongan, Solo, dan Yogyakarta, *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol.4.
- Wahyudi & Ananda Putri Nur Amalia. (2022). Tata Cara Pendaftaran Merek Dalam Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Lingkungan Karang Taruna Padalarang Kabupaten Bandung Barat. 15–22.
- Yuni Sudarwati & Venti Eka satya. (2016). *Jurnal Strategi Pengembangan Merek usaha Mikro, Kecil & Menengah*.