

## **Implementasi Pembuatan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) untuk Merek UMKM Wanyabi**

<sup>1</sup> Sharon Victoria, <sup>2</sup> Aprilia Andriyanti, <sup>3</sup> Stella Ferdiany Da Costa, <sup>4</sup> Eugenia Laeticia, <sup>5</sup> Budi Setiawan

<sup>1235</sup> Program Studi Pariwisata Universitas Pradita, Tangerang

E-mail: <sup>1</sup>[sharon.victoria@student.pradita.ac.id](mailto:sharon.victoria@student.pradita.ac.id),  
<sup>2</sup>[aprilia.andriyanti@student.pradita.ac.id](mailto:aprilia.andriyanti@student.pradita.ac.id), <sup>3</sup>[stella.ferdiany@student.pradita.ac.id](mailto:stella.ferdiany@student.pradita.ac.id), <sup>4</sup>[eugenia.laeticia@student.pradita.ac.id](mailto:eugenia.laeticia@student.pradita.ac.id), <sup>5</sup>[budi.setiawan@pradita.ac.id](mailto:budi.setiawan@pradita.ac.id)

### **ABSTRAK**

Dalam dunia bisnis, Hak Kekayaan Intelektual atau HKI memiliki peran yang sangat penting. Perusahaan yang telah mendaftarkan hak cipta merek dapat memperkuat citra, membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan proses pembuatan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), khususnya merek, bagi UMKM Wanyabi yang berfokus pada makanan dan minuman. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan observasi lapangan. Hasil Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menunjukkan bahwa UMKM Wanyabi menyadari pentingnya memiliki HKI, terutama merek, untuk melindungi identitas dan produk mereka. UMKM Wanyabi merespons positif terhadap bantuan dalam proses pembuatan HKI, termasuk promosi produk dalam acara Ote lion, pembuatan logo baru, dan poster promosi. Namun, implementasi pembuatan HKI UMKM Wanyabi mengalami kendala signifikan, terutama terkait dengan pihak Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah (PPKUKM) yang berlokasi di luar kota. Kendala ini menghambat kelancaran proses, menjadi hambatan utama dalam mendapatkan perlindungan HKI. Kesimpulannya, meskipun UMKM Wanyabi antusias dalam pembuatan HKI, tantangan administratif dengan pihak berwenang menjadi hambatan. Diperlukan upaya lebih lanjut untuk memastikan akses yang mudah dan efisien bagi UMKM dalam mendapatkan perlindungan HKI, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya HKI dalam pengembangan bisnis UMKM.

**Kata kunci:** *HKI, UMKM, PPKUKM, Wanyabi*

### **ABSTRACT**

*In the business world, Intellectual Property Rights (IPR), particularly trademarks, play a crucial role. Companies that have registered trademark copyrights can strengthen their image and build consumer trust. This research aims to implement the process of creating Intellectual Property Rights (IPR), specifically trademarks, for Wanyabi MSMEs, focusing on food and beverages. The research method employed is qualitative with a field observation approach. The results of the Community Service Program (PKM) indicate that Wanyabi*

*MSME are aware of the importance of having IPR, especially trademarks, to protect their identity and products. Wanyabi MSMEs responded positively to assistance in the IPR creation process, including promoting products at the Otelion event, creating new logos, and promotional posters. However, the implementation of IPR creation for Wanyabi MSMEs encountered significant challenges, particularly related to the Department of Industry, Trade, Small and Medium Enterprises (PPKUKM) located outside the city. This constraint hindered the smooth progression of the process and became a major obstacle in obtaining IPR protection. In conclusion, despite the enthusiasm of Wanyabi MSMEs in IPR creation, administrative challenges with the authorities pose obstacles. Further efforts are needed to ensure easy and efficient access for MSMEs to obtain IPR protection. Additionally, there is a need to enhance awareness of the importance of IPR in the development of MSMEs businesses.*

**Keyword : IPR, MSMEs, PPKUKM, Wanyabi**

## 1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin berkembang, perekonomian Indonesia juga semakin bertumbuh dan mengalami banyak peningkatan. Hal ini menjadi suatu perhatian bagi pemerintah Indonesia dan didukung penuh oleh pihak pemerintah agar ekonomi Indonesia semakin stabil. Pertumbuhan ekonomi didukung oleh UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) karena dapat memberikan lapangan pekerjaan, maka dari itu pemerintah mendukung dengan cara memberikan perlindungan hukum. Salah satunya perlindungannya adalah NIB atau Nomor Induk Berusaha dibutuhkan dalam menjalankan usaha. NIB sangat penting untuk melindungi legalitas hukum dalam bisnis secara resmi serta mengawasi aktivitas bisnis (Noraga *et al.*, 2023). Perkembangan teknologi informasi yang canggih dan semakin maju turut mempermudah dalam mengurus legalitas, perizinan dan pengaduan yaitu melalui sistem Online Single Submission atau OSS (Gultom, 2024).

Dalam dunia bisnis, Hak Kekayaan Intelektual atau HKI memiliki peran yang sangat penting. HKI menurut WTO atau *World Trade Organization*, adalah perlindungan hukum atau hak eksklusif yang diberikan oleh pemilik karya atau hasil kreativitas pikirannya agar bebas digunakan oleh pemiliknya dalam periode tertentu. HKI dapat digunakan untuk perdagangan yang mencakup desain, gambar, simbol, dan sebagainya (Giovani & Entoh, 2024).

HKI yang dimiliki suatu usaha memiliki peran penting, yaitu memberikan perlindungan hukum terhadap inovasi, melindungi merek dagang, paten, dan desain agar persaingan bisnis di Indonesia tetap sehat (Amelia *et al.*, 2023). Suatu usaha yang telah mendaftarkan hak cipta merek dapat memperkuat citra, membangun kepercayaan konsumen. Mengingat pentingnya sebuah UMKM untuk memiliki NIB dan HKI, maka tim penulis memberikan pendampingan dalam pengurusan dokumen terhadap salah satu UMKM,

yaitu Wanyabi yang berlokasi di Thamrin 10 Jakarta Pusat.

Di masa modern, sebuah usaha juga sebaiknya memiliki *Google Business Profile*. *Google Business Profile* merupakan sebuah *tools* dari Google untuk memudahkan para pemilik usaha untuk memasukan informasi berupa nama dan alamat usaha, nomor telepon, jam operasional dan sebagainya (Yuliani & Novita, 2022). Dengan adanya *Google Business Profile*, para pelanggan dapat dengan mudah mengetahui informasi dan lokasi Wanyabi. Selain itu, para pelanggan juga dapat menuliskan komentar, ulasan atau *review* terkait makanan dan minuman yang dijual oleh Wanyabi. Penggunaan *Google Business Profile* dapat mengukur kepuasan pelanggan (Díaz, 2022).

Sebuah usaha juga penting untuk melakukan promosi di internet atau *digital marketing*. Hal ini bermanfaat untuk menaikkan jumlah penjualan produk serta memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memesan produk atau berkomunikasi kapan pun (Vats & Porwal, 2021). Promosi dapat dilakukan di akun sosial media seperti Instagram. Promosi dapat dilakukan dengan membuat poster yang berisikan gambar dan informasi produk yang dijual untuk menarik perhatian pelanggan (Febrianti, 2021).

Melihat pentingnya *Google Business Review*, maka tim penulis memberikan bantuan pada pemilik UMKM Wanyabi untuk membuat profil usaha. Promosi pada akun sosial media seperti Instagram juga penting. Maka, tim penulis membantu membuat poster makanan yang menarik bagi UMKM Wanyabi.

## 2. PERMASALAHAN MITRA

Pada UMKM yang telah tim penulis pilih, yaitu Wanyabi, belum memiliki HKI dan NIB yang sebaiknya dimiliki karena sangat penting untuk melindungi usaha. Sehingga tim penulis melakukan penyuluhan, edukasi, dan pendampingan kepada pemilik UMKM mengenai NIB dan HKI serta pentingnya memiliki NIB dan HKI. Pemilik UMKM setuju untuk mendaftarkan merek dagangnya untuk di HKI kan. Selain itu, Wanyabi kurang pada bidang promosi, sehingga orang-orang kurang mengenal Wanyabi. Pemilik UMKM kurang mengerti mengenai mengurus dokumen untuk HKI, sehingga tim penulis membantu pemilik UMKM untuk membuat dokumen HKI.

## 3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terkait situasi yang sedang dihadapi (Effendy & Sunarsi, 2020). Metode penelitian Kualitatif merupakan serangkaian langkah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa catatan atau percakapan lisan dalam wawancara, serta menggambarkan karakteristik individu yang diamati (Bogdan & Biklen dalam Ratnasari *et al.*, 2021). Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara, wawancara yang mendalam dengan pemilik UMKM, serta observasi tempat penelitian. Tujuan wawancara mendalam adalah untuk mendapatkan informasi secara rinci dan menyeluruh dari narasumber



sehingga peneliti memahami permasalahan secara mendalam (Hanipah, 2023). Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari data sekaligus memberikan informasi terkait pentingnya HKI dan ketersediaan NIB usaha milik UMKM setempat.

**Tabel 1. Matriks Program Kerja**

No	Program Kegiatan	Bentuk Kegiatan
1	Penyuluhan dan edukasi terkait NIB dan HKI	Penyuluhan & observasi
2	<i>Brainstorming</i> ide promosi	Penyuluhan promosi
3	<i>Food test</i> dan persiapan pembuatan HKI	Persiapan
4	Pembuatan HKI	Pendaftaran
5	Pembuatan <i>google business</i>	Pendaftaran

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapatkan dari pelaksanaan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) pada UMKM Wanyabi adalah pemilik UMKM menyambut baik akan penjelasan pentingnya memiliki HKI untuk bisnis atau usaha yang dimiliki, pemilik UMKM juga mendapatkan wawasan tambahan mengenai pentingnya NIB dan HKI. Tim penulis melakukan pendampingan dalam proses pembuatan HKI, serta bantuan dalam promosi untuk bisnis yang dimiliki. Seperti menyalurkan UMKM kepada salah satu acara di Universitas Pradita, agar dapat menggunakan jasa kateringnya dalam acara tersebut. Tim penulis juga membantu UMKM dalam membangun *personal branding*, dengan cara membuat logo baru (sesuai dengan makna nama bisnis)

dan poster promosi agar UMKM dapat berkembang lebih baik lagi dan dikenal di khalayak umum.

Tim penulis mendampingi proses pendaftaran HKI untuk merek dagang UMKM Wanyabi. Proses pendaftaran merek dagang dilakukan pada situs resmi <https://merek.dgip.go.id/> milik Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual - Kementerian Hukum dan HAM R.I. Tim penulis membantu pemilik UMKM selaku pemohon, untuk melengkapi dokumen yang dibutuhkan, seperti KTP, NIB (Nomor Induk Usaha), tanda tangan pemohon pada surat pernyataan, serta surat rekomendasi UMK Binaan yang bertanda tangan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM). Dalam pembuatan HAKI, tim penulis sudah menyerahkan surat surat yg berkaitan kepada Dinas PPKUKM untuk di proseskan pada awal tahun 2024 dikarenakan penutupan data akhir tahun 2023 oleh dinas yang menghambat proses pembuatan HAKI. Tim penulis melakukan beberapa kegiatan pendampingan selama proses pembuatan HKI, antara lain:

- a. Mengadakan pertemuan pertama dengan Ibu Olva untuk memaparkan informasi pentingnya HKI bagi pengusaha UMKM dan memberikan penjelasan dokumen apa saja yang diperlukan dalam pembuatan HKI.



**Gambar 1. Penyuluhan dan Edukasi Terkait NIB dan HKI**

- b. Mempromosikan UMKM Wanyabi ke Universitas Pradita untuk dan mengikuti uji coba makanan dan menjadi pihak konsumsi untuk acara Otelion.



**Gambar 2. Uji Coba Makanan**

- c. Promosi UMKM dengan cara menjadikan Wanyabi sebagai pihak konsumsi pada acara Ôtelion di Pradita University dan mendapatkan pesanan sebanyak 55 porsi.

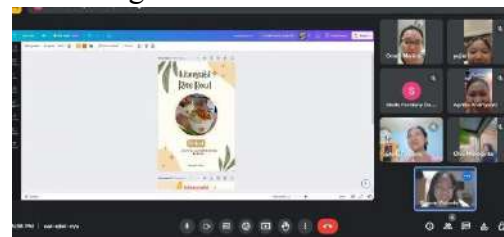


**Gambar 3.1 Invoice Pesanan untuk Otelion**



**Gambar 3.2 Pesanan dari Wanyabi untuk Konsumsi Panitia Otelion**

- d. *Online meeting* bersama pemilik UMKM, Ibu Olva Mokoginta untuk memberikan informasi dan mendapatkan persetujuan terkait poster promosi di media sosial Instagram.



**Gambar 4. Brainstorming Ide Promosi**

- e. Membuatkan logo baru yang telah disesuaikan dengan *personal branding* UMKM, dan logo tersebut sudah disetujui oleh Ibu Olva.



Gambar 5. Logo Baru Wanyabi

- f. Tim penulis meminta surat penyertaan kepada Universitas Pradita untuk diajukan ke Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) sebagai pengajuan surat rekomendasi UKM Binaan.



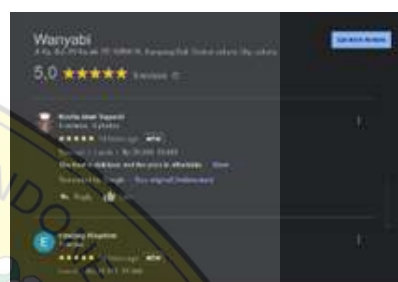
Gambar 6. Berada di Dinas PPKUKM untuk Menyerahkan Data

- g. Membuat *Google Business* UMKM Wanyabi agar mendapatkan *Google Review*.

(Search 'Wanyabi Restaurant' di *Google search*)



Gambar 7.1 *Google Business*



Gambar 7.2 *Google Review*

- h. Pembuatan design baru untuk menu Wanyabi



Gambar 8. Design Menu



## 5. KESIMPULAN

Meskipun UMKM Wanyabi sangat antusias selama proses pembuatan HKI, terjadi kendala dengan pihak Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) yang bertanggung jawab atas pembuatan HKI, sehingga proses tersebut tidak dapat dilanjutkan dengan lancar. Hal ini menjadi hambatan utama dalam mengakses layanan yang diperlukan dikarenakan pihak yang bertanggung jawab tidak berada di lokasi untuk memproses HKI tersebut. Tidak hanya itu, setelah melakukan berbagai riset lain mengenai HKI, terutama melalui pertemuan secara langsung kepada pihak Dinas yang berkewajiban, kuota pembuatan HKI untuk tahun ini sudah penuh sehingga terpaksa pihak penulis meneruskan pembuatan HKI UMKM Wanyabi pada tahun berikutnya, yaitu tahun 2024.

Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut untuk memastikan akses yang mudah dan efisien bagi UMKM dalam mendapatkan perlindungan HKI. Demikian hambatan pihak penulis atas proses pembuatan HKI diutamakan karena prosedur kerja pembuatan HKI dari Dinas yang kompleks sehingga memperlambat proses pembuatan HKI. Begitu juga membutuhkan peningkatan kesadaran akan pentingnya HKI dalam pengembangan bisnis UMKM.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya

kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini juga dalam penyelesaian tulisan ini. Terima kasih kepada Bapak Budi Setiawan selaku dosen pengampu mata kuliah Hukum Bisnis Pariwisata yang telah memberikan kesempatan kepada tim penulis untuk menyusun dan menyelesaikan jurnal ini. Kesempatan ini sangat berarti bagi tim penulis dalam mengembangkan kemampuan dan memperdalam pengetahuan. Terima kasih kepada Ibu Olva Mokoginta yang telah memberikan kesempatan dan ikut bekerja sama bersama tim penulis dalam membantu pengajuan NIB dan HKI. Dalam proses pembuatan NIB dan HKI, Tim penulis mendapat banyak pengalaman berharga dan wawasan yang luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, T., Barthos, M., & Sara, R. (2023, November). Efektivitas Perlindungan Kekayaan Intelektual Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif. In *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur Publikasi Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 2 No. 1, pp. 1-12).
- Cerenina, D. (2021). *Kontribusi Sistem Dropshipping peningkatan Pendapatan Online Shop Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pt. Manjada212 Indonesia)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

- <http://repository.stei.ac.id/4140/4/BAB%203.pdf>
- Díaz, C. P. (2023). How can Google business profile translations impact a business: A case study. *Interpreting and Translation for Agri-food Professionals in the Global Marketplace*, 185.
- Djuardi, R. D., Suhandi, V., Jericho, V., & Setiawan, B. (2024). Perancangan dan Pembuatan Website dan Sosial Media di Desa Wisata Angsana. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(2), 1-8.
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi mahasiswa terhadap kemampuan dalam mendirikan UMKM dan efektivitas promosi melalui online di kota tangerang selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 702-714.
- Febrianti, K. A. M. (2021, February). Perancangan Poster Digital pada Objek Wisata Taman Edelweis Dimasa Pandemi Covid-19 In SANDI: Seminar Nasional Desain (Vol. 1, pp. 173-179).
- Gultom, A. W. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Izin Usaha Melalui Sistem Online Single Submission (OSS) Bagi UMKM di Sumatera Selatan. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 150-159.
- Giovani, S. R., & Entoh, S. S. (2024). Peran Hak Kekayaan Intelektual Terhadap UMKM Ditinjau dari Aspek Hukum dan Ekonomi Indonesia. *Anthology: Inside Intellectual Property Rights*, 2(1), 184-207.
- Hikmah, F., Yanto, A., & Ariski, K. (2023). Perlindungan Hak Ekonomi Bagi Pemilik Hak Cipta Dalam Perspektif Hukum Kekayaan Intelektual di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 224-230.
- Institut Teknologi Bandung. (n.d.) *Hak Kekayaan Intelektual*. Institut Teknologi Bandung. [https://www.itb.ac.id/hak-kekayaan-intelektual/#:~:text=Hak%20kekayaan%20intelektual%20\(HKI\)%20didefinisikan,serta%20telah%20disahkan%20oleh%20ITB](https://www.itb.ac.id/hak-kekayaan-intelektual/#:~:text=Hak%20kekayaan%20intelektual%20(HKI)%20didefinisikan,serta%20telah%20disahkan%20oleh%20ITB)
- Kurniadjaya, M., Cantona, C. F., Wijaya, A., Chandra, D. R., Setiawan, B., & Anggawijaya, A. J. (2024). Perencanaan dan Pengembangan Brand Oleh-Oleh Untuk UMKM di Desa Wisata Angsana. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(1), 34-42.
- Noraga, G. B., Rabani, B., Sudirno, D., & Mulyani, H. S. (2023). Pentingnya legalitas usaha dan sosialisasi pembuatan NIB bagi pelaku UMKM Desa Karangasem Kecamatan Leuwimunding. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 807-811.
- Hanipah, S. (2023). Analisis kurikulum merdeka belajar dalam memfasilitasi pembelajaran abad ke-21 pada siswa menengah atas.



- Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia, 1(2), 24-25
- Penelusuran Data Kekayaan Intelektual*. Beranda. (n.d.). <https://www.dgip.go.id/>
- Ratnasari, C., Yuliantoro, Y., & Fikri, A. (2021). Eksistensi Kelenteng Hoo Ann Kiong sebagai Objek Wisata Budaya di Kabupaten Meranti. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 33-38
- Universitas Katolik Parahyangan. (2023, May 24). *Pentingnya Hak Kekayaan Intelektual Bagi UMKM dan Perilaku Ekonomi Kreatif*. Universitas Katolik Parahyangan. <https://unpar.ac.id/pentingnya-hak-kekayaan-intelektual-bagi-umkm-dan-pelaku-ekonomi-kreatif/#:~:text=UNPAR.A.C.ID%2C%20Bandung,pertumbuhan%20industri%20kreatif%20di%20Indonesia>
- Yuliani, N., & Novita, D. (2022). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangking Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur). *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(1), 138-145
- Vats, S., & Porwal, M. (2021). Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Behaviour towards Life Science Products (LSP). *Turkish online journal of qualitative inquiry*, 12(5).