

Pendaftaran Merek UMKM Jagung Goreng: Menjaga Kepatuhan Standar Keamanan Pangan di Desa Patumbak I Kab. Deli Serdang

Rafiqi^{1*}, Marsella², Cahaya³

^{1,2,3} Universitas Medan Area, Sumatra Utara, Indonesia

rafiqi@staff.uma.ac.id¹, marsela@staff.uma.ac.id², cahaya@staff.uma.ac.id³

Submitted: 07-11-2025	Revised: 12-11-2025	Accepted: 15-11-2025
-----------------------	---------------------	----------------------

Abstract. *The low level of intellectual property literacy among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) remains a significant obstacle to enhancing the competitiveness of local products, particularly in rural areas. This community service activity aims to improve the understanding and capacity of MSMEs in Patumbak I Village, Deli Serdang Regency, to formally register their product trademarks through the Directorate General of Intellectual Property (DJKI). The project partner is the Patumbak I farmer group, which produces dried corn kernels and has not yet obtained a registered trademark, thereby facing limitations in building product identity and expanding market access. The implementation methods included socialization on the importance of trademark protection, technical training on online trademark registration, assistance in preparing administrative documents, and support in developing branded packaging. The results indicate an increase in the partner's understanding of trademark legal aspects, as well as the successful submission of the "Jagung Patumbak I" trademark application through the DJKI online system. In addition, the product has begun to be marketed using branded packaging as a strategy to strengthen identity and achieve market differentiation.*

Keywords: *MSMEs; trademark registration; intellectual property protection.*

Abstrak Rendahnya literasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap perlindungan kekayaan intelektual masih menjadi kendala dalam meningkatkan daya saing produk lokal, khususnya di wilayah pedesaan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas UMKM di Desa Patumbak I, Kabupaten Deli Serdang, dalam melakukan pendaftaran merek produk secara resmi melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Mitra kegiatan adalah kelompok tani Patumbak I yang memproduksi jagung pipil kering dan belum memiliki merek terdaftar, sehingga mengalami keterbatasan dalam membangun identitas produk dan memperluas akses pasar. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi pentingnya perlindungan merek, pelatihan teknis pendaftaran merek secara daring, pendampingan penyusunan dokumen administrasi, serta asistensi dalam pengembangan kemasan bermerek. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra mengenai aspek hukum merek serta keberhasilan pengajuan pendaftaran merek "Jagung Patumbak I" melalui sistem daring DJKI. Selain itu, produk mulai dipasarkan menggunakan kemasan bermerek sebagai strategi penguatan identitas dan diferensiasi pasar.

Kata Kunci: UMKM; pendaftaran merek; perlindungan kekayaan intelektual.

Pendahuluan

Patumbak I merupakan salah satu desa di Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, yang memiliki karakter ekonomi lokal bertumpu pada aktivitas usaha mikro dan kelompok tani. Dalam beberapa tahun terakhir, dinamika UMKM di pedesaan menghadapi tantangan struktural berupa keterbatasan teknologi, rendahnya literasi keamanan pangan, serta minimnya akses terhadap instrumen legalitas usaha. Berbagai studi menunjukkan bahwa UMKM pangan skala kecil sering beroperasi tanpa standar sanitasi yang memadai, sehingga berpotensi mengurangi mutu produk dan menurunkan kepercayaan konsumen.¹ Kondisi serupa juga ditemukan di Desa Patumbak I, terutama pada unit usaha jagung goreng yang belum memiliki standar produksi yang memenuhi prinsip keamanan pangan. Fenomena ini menegaskan pentingnya intervensi pendampingan yang berorientasi pada penguatan kapasitas dan tata kelola UMKM.

Universitas, melalui mandat *Tri Dharma Perguruan Tinggi*, memiliki peran strategis dalam membantu desa menghadapi masalah-masalah tersebut. Kepala Desa Patumbak I, Irwansyah Lubis, SH, menegaskan komitmen desa untuk menjadi mitra jangka panjang Universitas Medan Area sehingga proses penyelesaian persoalan dapat dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. Urgensi pengabdian ini semakin menonjol ketika berbagai UMKM di desa tersebut belum mampu memenuhi persyaratan dasar seperti penerapan teknologi tepat guna, pengurusan PIRT, sertifikasi halal, serta pengelolaan limbah yang berkelanjutan. Literasi pelaku UMKM terhadap ketentuan hukum dan prosedur legalitas juga relatif rendah, termasuk dalam hal pendaftaran merek, padahal perlindungan merek merupakan fondasi penting dalam membangun identitas dan daya saing produk di pasar modern.²

Salah satu permasalahan yang paling krusial adalah belum adanya merek terdaftar pada produk-produk UMKM Patumbak I, termasuk unit usaha jagung

¹ Agustina, L. 2018. "Upaya Peningkatan Penerapan Sanitasi pada Industri Pangan Skala Kecil." *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian* 43 (3): 246–254; Lestari, T. R. P. 2020. "Keamanan Pangan sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat sebagai Konsumen." *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 11 (1): 57–72.

² Arifin, Zainal, and Muhammad Iqbal. 2020. "Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar." *Jurnal Ius Constituendum* 5 (1): 47–65; Purwaka, Tommy Hendra, ed. 2018. *Pelindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

goreng. Padahal keberadaan merek berperan sebagai alat diferensiasi, pembangun citra, sekaligus penentu kepercayaan konsumen.³ Ketiadaan merek yang sah menghambat peluang ekspansi pasar dan melemahkan posisi tawar UMKM dalam rantai pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini tidak hanya diarahkan pada pemahaman teknis pendaftaran merek ke DJKI, tetapi juga pada pembangunan ekosistem pemasaran dan manajemen usaha yang lebih adaptif. Pendampingan ini sejalan dengan temuan berbagai program pemberdayaan sebelumnya yang menekankan bahwa intervensi berbasis kemitraan universitas–masyarakat dapat meningkatkan kapasitas produksi sekaligus memperkuat keunggulan bersaing UMKM di tingkat lokal.⁴ (Jambi, 2018; Kamaludin Yusup et al., 2017).

Hasil dan Pembahasan

A. Tahap Persiapan

Program pengabdian ini menggunakan kerangka metodologis bertahap yang dirancang untuk memastikan bahwa proses pendaftaran merek berjalan secara partisipatif dan sesuai dengan kebutuhan nyata para pelaku UMKM di Desa Patumbak I. Pendekatan yang digunakan memadukan analisis deskriptif kualitatif dan penilaian kuantitatif sederhana, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai kapasitas mitra sekaligus mengukur peningkatan pengetahuan yang terjadi. Setiap tahapan mengikuti model pemberdayaan berbasis komunitas yang lazim digunakan dalam program penguatan UMKM (Kamaludin Yusup et al. 2017; Amelia et al. 2025).

³ Bastian, Danny A. 2014. “Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Ades PT. Ades Alfindo Putra Setia.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 2 (1): 1–9; Suntoro, W., and Y. B. R. Silintowe. 2020. “Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek.” *Modus* 32 (1): 25–41; Khasanah, Siti H., N. Ariani, and J. G. Argo. 2021. “Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek.” *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 2 (1): 394–411.

⁴ Jambi, K. B. U. B. 2018. “Implementasi Strategi Pemasaran dan Pendampingan Kemitraan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UKM Batik Jambi.” *Senapenmas 2018*, 92; Kamaludin Yusup, D., A. Y. Rusyana, and I. Fitrianiingsih. 2017. “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar.”

Tahap 1: Observasi dan Analisis Kebutuhan. Tahap awal difokuskan pada identifikasi kesiapan dan kendala yang dialami UMKM dalam melakukan pendaftaran merek. Survei dan wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk menggali tiga dimensi utama: (1) tingkat kesadaran mengenai pentingnya kepemilikan merek dan perlindungan hukum; (2) hambatan yang dirasakan, seperti keterbatasan biaya, akses teknologi, serta kurangnya pemahaman terhadap regulasi; dan (3) identifikasi produk yang berpotensi untuk didaftarkan mereknya. Instrumen yang digunakan meliputi kuesioner, panduan wawancara, dan daftar periksa dokumentasi. Tahap ini menghasilkan laporan kebutuhan yang memetakan profil usaha mitra, permasalahan yang dihadapi, serta peluang branding yang dapat dikembangkan. Analisis awal semacam ini penting dilakukan karena berbagai kajian sebelumnya menunjukkan bahwa rendahnya literasi hukum dan kompleksitas administrasi sering menjadi penghalang utama bagi UMKM dalam mengurus hak kekayaan intelektual.

Tahap 2: Sosialisasi dan Edukasi. Berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi, kegiatan edukasi dilakukan untuk memperkuat pemahaman UMKM terhadap hak kekayaan intelektual (HKI). Pelatihan mencakup konsep dasar merek, manfaat hukum dari pendaftaran merek, serta langkah-langkah teknis pengajuan secara daring melalui sistem DJKI. Metode pelatihan menggunakan ceramah interaktif, simulasi, dan diskusi kelompok kecil untuk memastikan keterlibatan aktif peserta. Modul pelatihan dan panduan praktis turut diberikan agar peserta dapat belajar secara mandiri setelah sesi selesai. Hasil tahap ini berupa peningkatan literasi peserta tentang HKI, yang dibuktikan melalui umpan balik dan perbandingan nilai pre-test dan post-test. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya bahwa intervensi edukatif yang terstruktur dapat meningkatkan kepatuhan UMKM terhadap standar keamanan pangan dan regulasi hukum.

Tahap 3: Asistensi Teknis. Tahap terakhir berupa pendampingan teknis yang bertujuan memastikan UMKM dapat menyelesaikan proses pendaftaran merek secara tepat. Pendampingan mencakup desain logo dan nama merek, penyusunan surat pernyataan kepemilikan merek, pengumpulan dokumen legalitas usaha, hingga verifikasi bukti pembayaran. Fasilitator mendampingi peserta dalam melakukan pengajuan daring melalui portal *merek.dgip.go.id*, termasuk memastikan setiap persyaratan administratif terpenuhi dengan benar. Tahap ini juga melibatkan verifikasi dokumen secara berulang untuk

meminimalkan kesalahan saat pengajuan. Data kualitatif dari observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif untuk menafsirkan pengalaman mitra, sementara data kuantitatif dari pre-test dan post-test digunakan sebagai indikator peningkatan pengetahuan. Pendekatan kombinatorik ini memberikan kedalaman analisis sekaligus bukti terukur terhadap efektivitas program.

B. Tahapan Pelaksanaan

Hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa keberhasilan pendaftaran merek tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan administrasi, tetapi juga oleh kesiapan pelaku usaha dalam memahami urgensi perlindungan hukum atas produk mereka. Pada tahap awal, mitra—kelompok tani Patumbak I yang memproduksi jagung pipil kering—memiliki tingkat pemahaman yang rendah mengenai fungsi strategis merek. Produk sebelumnya dipasarkan dalam kemasan polos tanpa identitas, sehingga tidak memiliki diferensiasi yang jelas dan sulit bersaing di pasar lokal.

Setelah dilakukan sosialisasi dan pendampingan teknis, terjadi peningkatan signifikan pada pemahaman mitra terhadap proses dan manfaat pendaftaran merek. Hasil pre-test menunjukkan tingkat pemahaman hanya 40%, namun meningkat menjadi 80% pada sesi post-test. Peningkatan ini memperlihatkan efektivitas edukasi berbasis partisipatif yang menekankan pemahaman praktis dan simulasi langsung. Mitra juga berhasil mengunggah permohonan pendaftaran merek “Jagung Patumbak I” melalui sistem daring DJKI, suatu proses yang sebelumnya dianggap rumit dan sulit diakses.

Selain aspek pengetahuan, kegiatan ini menghasilkan keluaran konkret berupa desain logo, kemasan bermerek, dan dokumen legalitas pendukung. Produk yang sebelumnya tidak memiliki identitas visual kini tampil lebih profesional, sehingga meningkatkan nilai jual dan memperluas peluang pemasaran. Secara visual, transformasi bentuk kemasan memperkuat citra produk lokal dan memberikan rasa percaya diri bagi pelaku UMKM dalam memasuki pasar yang lebih kompetitif.

C. Pembahasan

Temuan kegiatan ini menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan intensif merupakan faktor penentu dalam keberhasilan pendaftaran merek di tingkat UMKM. Secara teoretis, literatur menyatakan bahwa pelaku usaha kecil sering kali menghadapi hambatan kognitif dan administratif terkait HKI, termasuk persepsi bahwa pendaftaran merek memerlukan biaya besar dan proses rumit.⁵ Pendampingan langsung melalui demonstrasi dan simulasi terbukti mampu mengatasi hambatan tersebut, sejalan dengan penelitian Arifin & Iqbal yang menekankan bahwa literasi HKI merupakan fondasi pembangunan keunggulan bersaing UMKM.⁶

Gambar 1. Proses registrasi merek ke dgip.go.id



Keberadaan merek “Jagung Patumbak I” tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas sosial kawasan Patumbak sebagai sentra produksi jagung di Sumatera Utara. Branding wilayah berbasis komoditas lokal terbukti mampu meningkatkan daya tawar dan membuka peluang diversifikasi produk turunan, seperti pengembangan pakan ternak lokal atau olahan jagung manis. Hal ini sejalan dengan studi pemberdayaan berbasis

⁵ Sukardi, R., and R. Mayangsari. 2021. “Tantangan Literasi Hak Kekayaan Intelektual bagi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal.” *Jurnal Pengembangan UMKM Indonesia* 6 (2): 112–125.

⁶ Arifin, Zainal, and Muhammad Iqbal. 2020. “Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar.” *Jurnal Ius Constituendum* 5 (1): 47–65; Purwaka, Tommy Hendra, ed. 2018. *Pelindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

agroindustri yang menunjukkan bahwa identitas merek lokal mampu memperkuat ekosistem ekonomi pedesaan.⁷

Dampak kegiatan juga terlihat pada aspek sosial dan akademik. Secara sosial, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya merek memperkuat budaya hukum dan praktik usaha yang lebih tertib. Secara akademik, kegiatan ini memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam menerapkan konsep HKI dan kewirausahaan sosial di lapangan—sebuah pendekatan experiential learning yang direkomendasikan dalam program pemberdayaan masyarakat modern.

Tabel 1. Dampak kegiatan

Aspek	Dampak
Ekonomi	Nilai jual produk meningkat; peluang pemasaran bertambah
Sosial	Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan merek tumbuh.
Akademik	Mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam penerapan HKI dan social entrepreneurship

Secara umum, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa pendaftaran merek bukan sekadar proses legalitas administratif, tetapi bagian dari strategi pembangunan kapasitas UMKM yang mencakup literasi hukum, penguatan identitas produk, dan peningkatan daya saing. Program pendampingan yang berkelanjutan direkomendasikan agar UMKM mampu mengembangkan inovasi produk dan memperluas pasar secara lebih mandiri.

Penutup

Program pendampingan pendaftaran merek bagi kelompok tani Patumbak I menunjukkan bahwa keberhasilan legalitas usaha tidak hanya bertumpu pada kelengkapan administratif, tetapi juga pada peningkatan literasi pelaku UMKM mengenai pentingnya perlindungan merek dan penguatan identitas produk. Kenaikan pemahaman dari 40% menjadi 80% setelah sosialisasi menegaskan efektivitas pendekatan edukatif berbasis partisipasi. Hasil program

⁷ Yusup, Kamaludin, A. Y. Rusyana, and I. Fitrianiingsih. 2017. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar." *Prosiding Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1–10.

memperlihatkan transformasi strategis, di mana produk jagung pipil yang sebelumnya tidak memiliki identitas kini memiliki merek “Jagung Patumbak I” yang dapat meningkatkan nilai jual, memberikan diferensiasi di pasar lokal, serta memperkuat citra Patumbak sebagai sentra produksi jagung di Sumatera Utara. Temuan ini menegaskan bahwa pendaftaran merek merupakan bagian integral dari pembangunan ekosistem UMKM yang berkelanjutan.

Rekomendasi dari kegiatan ini meliputi dua aspek utama. Secara praktis, UMKM perlu melanjutkan pengurusan legalitas lain seperti PIRT dan sertifikasi halal, memperkuat strategi pemasaran—termasuk pemanfaatan platform digital—serta mengeksplorasi peluang diversifikasi produk turunan berbasis jagung untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi wilayah. Secara akademis, perguruan tinggi perlu mengintegrasikan materi Hak Kekayaan Intelektual dalam kurikulum kewirausahaan dan pengabdian masyarakat, mengembangkan model pendampingan berbasis komunitas yang dapat direplikasi, serta mendorong riset lanjutan terkait dampak jangka panjang pendaftaran merek terhadap kinerja UMKM pedesaan. Pendekatan multidisipliner direkomendasikan agar upaya pemberdayaan UMKM dapat dilakukan secara lebih komprehensif, terukur, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Agustina, L. 2018. “Upaya Peningkatan Penerapan Sanitasi pada Industri Pangan Skala Kecil.” *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian* 43 (3): 246–254.
- Arifin, Zainal, and Muhammad Iqbal. 2020. “Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar.” *Jurnal Ius Constituendum* 5 (1): 47–65.
- Bastian, Danny A. 2014. “Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Ades PT. Ades Alfindo Putra Setia.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 2 (1): 1–9.
- Jambi, K. B. U. B. 2018. “Implementasi Strategi Pemasaran dan Pendampingan Kemitraan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UKM Batik Jambi.” *Senapenmas* 2018, 92.
- Khasanah, Siti H., N. Ariani, and J. G. Argo. 2021. “Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek.” *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 2 (1): 394–411.
- Lestari, T. R. P. 2020. “Keamanan Pangan sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat sebagai Konsumen.” *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* 11 (1): 57–72.

- Purwaka, Tommy Hendra, ed. 2018. *Pelindungan Merek*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sukardi, R., and R. Mayangsari. 2021. "Tantangan Literasi Hak Kekayaan Intelektual bagi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal." *Jurnal Pengembangan UMKM Indonesia* 6 (2): 112–125.
- Suntoro, W., and Y. B. R. Silintowe. 2020. "Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek." *Modus* 32 (1): 25–41.
- Yusup, Kamaludin, A. Y. Rusyana, and I. Fitrianiingsih. 2017. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Manajemen Pemasaran Produk Gula Semut di Desa Binangun Kecamatan Pataruman Kota Banjar." *Prosiding Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1–10.