

Pendaftaran Merek Dagang Susu Kefir Sebagai Jaminan Mutu Dan Branding Produk

Diah Rina Kamardiani^{1*}, Totok Suwanda²

¹ Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl Brawijaya, Tamantirto, Kasihan Bantul

² Prodi teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl Brawijaya, Tamantirto, Kasihan Bantul

Email: kamardiani@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.38.239

Abstrak

Pondok Pesantren Al Bayan sebagai mitra yang menyelenggarakan pendidikan kepesantrenan dan pusat kegiatan belajar bagi anak-anak yang kurang mampu (*duaafa*). Al Bayan mencoba mengembangkan usaha susu kefir untuk mendukung kemandirian pondok dan lulusan. Namun, Ponpes belum mampu meraih pasar lebih luas karena produk dikemas dengan plastik biasa tanpa merek dan label. Agar mendapatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan *branding* maka produk harus mempunyai merek dagang dan label kemasan. Tujuan program pengabdian adalah meningkatkan jaminan mutu dan *branding* produk susu kefir melalui kegiatan: 1) Lomba desain logo dan label kemasan kefir; 2) *Workshop* Pengajaran Pendaftaran Merek Dagang bagi UMKM; dan 3) Pendampingan permohonan pendaftaran merek dagang. Susu kefir produksi Pondok Pesantren Al Bayan telah mempunyai merek dan logo “Hala Kefir” serta label kemasan yang dihasilkan dari lomba desain logo dan label kemasan. Mitra dan pelaku UMKM di Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman memperoleh pengetahuan tentang kekayaan intelektual, terutama pendaftaran merek dagang ke Kementerian Hukum dan HAM. Pendampingan pada mitra dan UMKM dalam pendaftaran merek dagang dapat menambah pengetahuan tentang proses pengajuan dan syarat administrasi pendaftaran merek dagang. Merek dagang yang telah terdaftar akan menjadi jaminan kepastian hukum atas hak-hak sebagai pemilik merek dagang sehingga *branding* dan kualitas produk terjamin pada akhirnya akan memberikan kepercayaan pada konsumen.

Kata Kunci: *branding, kepastian hukum, merek dagang, susu kefir.*

Pendahuluan

Pondok Pesantren Al Bayan yang diasuh oleh Bapak Abdullah Basri merupakan rintisan Alumni Haji Multazam tahun 2007 dalam upaya memfasilitasi masyarakat lemah (*duaafa*) untuk mendapat pendidikan berbasis pesantren. Pondok Pesantren (Ponpes) Al Bayan mulai beroperasi 12 Juli 2008 dengan Akte Notaris Kuntoro Ariyanto, SH No.37 Tanggal 14 April 1010 dan mendapat pengesahan badan hukum dengan nama Yayasan Pendidikan Islam Al Bayan dari Kepmenhuk-HAM Nomor AHU-10893.50.10.2014. Ponpes Al Bayan berada di Dusun Tobayan, Desa Sendangrejo, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman. Saat ini, Ponpes Al Bayan menyelenggarakan pendidikan kepesantrenan dan pusat kegiatan belajar masyarakat (PKMB) bagi anak-anak yang kurang mampu (*duaafa*) dengan jumlah total 85 santri, melibatkan 11 ustaz dan ustazah, dan dua tenaga pendukung. Dalam menyelenggarakan kegiatan operasional Mitra Ponpes Al Bayan, diperlukan dana tidak kurang dari 50 juta rupiah per bulan. Dana tersebut sebagian besar digunakan untuk biaya makan (24%), pendidikan (23%), gaji ustaz/ustazah dan tenaga pendukung (15%), dan sarana prasarana (14%); sedangkan sisanya digunakan untuk kesehatan, listrik/PAM, dan lainnya. Sebagian besar dana bersumber dari donatur tidak tetap (73%); sebagian lainnya bersumber dari donatur tetap (20%), infak wali santri (5%), dan hasil usaha yang dilakukan (2%).[1]

Dalam mendukung kemandirian pondok pesantren dan kemandirian lulusan, Al Bayan mencoba mengembangkan berbagai usaha di bidang produksi: pertanian, peternakan, perikanan, pengolahan

pangan, dan distribusi produk olahan pangan. Usaha di berbagai bidang tersebut masih banyak dalam bentuk rintisan, di bidang pertanian, yaitu: budidaya jati, usaha tani pisang, dan usaha tani rebung, serta usaha tani padi organik tidak berjalan. Bidang usaha peternakan, yaitu ternak ayam telur dan pedaging, dan ternak bebek masih tahapan uji coba. Bidang perikanan pernah mencoba tambak udang, sedangkan yang masih berjalan sampai saat ini budi daya gurami, nila, bawal, patin, dan lele. Bidang usaha pengolahan pangan, yaitu produksi bakso, aneka kue kering, aneka *snack*, ayam goreng, bebek goreng, aneka peyek, dan susu kefir. Di antara kegiatan usaha tersebut, baru produksi peyek dan kefir yang berjalan secara kontinu dan memberikan kontribusi pendapatan terhadap pondok pesantren karena permintaan pelanggan yang semakin meningkat. Kedua produk ini dapat bertahan karena dikembangkan sebagai produk aman (peyek) dan sehat (kefir). Respon konsumen terhadap peyek dan kefir cukup baik. Hal ini dibuktikan konsumen mitra telah melakukan pembelian ulang dan promosi *word of mouth* sehingga permintaan meningkat baik peyek maupun kefir. Namun, mitra belum bisa memenuhi naiknya permintaan pelanggan (peyek dan kefir) karena terkendala rendahnya kapasitas produksi, stok bahan baku susu, dan proses fermentasi kefir masih sederhana atau manual. Pengembangan produksi peyek telah tim pengabdian lakukan pada tahun 2018 yang menghasilkan kemasan peyek berlabel dan sudah mendapatkan ijin PIRT pada tahun 2019 dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.

Kefir merupakan salah satu jenis susu fermentasi dengan menggunakan kultur starter berupa biji kefir, tetapi dapat juga menggunakan starter cair kefir. Kefir dikenal sebagai produk susu fermentasi yang bermanfaat bagi kesehatan. Kefir yang dihasilkan oleh usaha mandiri pondok pesantren Al Bayan diproduksi dengan cara mencampurkan bibit kefir dalam susu sapi. Susu yang digunakan sebagai bahan baku adalah susu segar agar kefir yang dihasilkan mempunyai kandungan nutrisi yang tinggi, kemudian difermentasi selama 24 jam. Proses fermentasi dilakukan dengan cara *penggoyangan* selama 5 menit dengan frekuensi 3 jam sekali selama 24 jam secara manual dengan alat sederhana yang berbahan plastik (khusus untuk pembuat fermentasi). Pemasaran kefir masih terbatas (*off line*) tergantung dari permintaan pelanggan yang mempunyai hubungan kekerabatan dengan pengurus Pondok Pesantren Al Bayan. Selain itu, Ponpes belum mampu memanfaatkan peluang pasar alumni Jamaah Haji KBIH Multazam yang terdiri dari pengusaha supermarket, wisata kuliner dan toko oleh-oleh, serta fasilitas pasar *on line* yang berkembang pesat. Hal ini disebabkan produk susu kefir masih dikemas plastik biasa tanpa merek dan label yang menjadi salah satu jaminan mutu produk.

Merek akan menjadi identitas produsen atau penjual, dan jaminan mutu produk. Merek sebenarnya merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan keistimewaan, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli untuk membedakan dari produk pesaing [2];[3]. Definisi merek tertuang dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yaitu tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa[4]. Hak atas merek produk atau merek dagang yang menjadi identitas dan jaminan mutu produk akan mempunyai kepastian hukum jika merek tersebut telah terdaftar di Kementerian Hukum dan HAM sebagai bagian dari Kekayaan Intelektual yang bersifat kepemilikan personal suatu industri.

Berdasarkan pada uraian singkat kondisi usaha mandiri yang dilakukan pondok pesantren, khususnya produk susu kefir yang menggunakan kemasan plastik tanpa merek dan label, serta jangkauan pemasaran yang lebih luas, maka program pengabdian yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Al Bayan bertujuan untuk meningkatkan jaminan mutu dan branding produk susu kefir.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini menghasilkan luaran produk susu kefir yang mempunyai merek dan logo untuk diajukan permohonan merek dagangnya ke Kementerian Hukum dan HAM. Kegiatan

pengabdian meliputi:

1. *Brainstorming* konsep dan filosofi merek dan logo kemasan produk susu kefir
Pelaksanaan kegiatan ini akan melibatkan pengelola usaha mandiri ponpes Al Bayan untuk membicarakan gagasan yang terkait dengan merek, label kemasan susu kefir, dan nilai-nilai apa saja yang akan dikembangkan. Hasil dari kegiatan ini akan digunakan sebagai bahan sosialisasi lomba desain merek dan logo produk susu kefir.
2. Lomba desain merek dan logo produk susu kefir
Kegiatan ini meliputi: a) publikasi lomba desain logo dan label kemasan kepada mahasiswa program studi Agribisnis UMY; b) Pelaksanaan lomba; c) Hasil lomba
3. Konsolidasi penyempurnaan hasil lomba logo dan label kemasan
Konsolidasi hasil lomba antara tim pengabdian, mitra, dan pemenang lomba (Juara 1–3) untuk menetapkan logo dan label kemasan susu kefir
4. *Workshop* sosialisasi pengajuan pendaftaran merek dagang
Kegiatan sosialisasi diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi mitra, tetapi juga diikuti oleh pelaku UMKM di lingkungan Kecamatan Minggir yang menjadi jamaah dan ustaz/ustazah Ponpes Al Bayan. Materi proses pengajuan merek dagang disampaikan oleh narasumber dari Kementerian Hukum dan HAM Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
5. Pendampingan permohonan pendaftaran merek dagang Kefir
Klinik pendampingan pendaftaran merek dagang dengan peserta yang telah mengikuti sosialisasi pendaftaran merek dagang. Peserta klinik pendampingan yaitu peserta yang telah mengikuti sosialisasi pendaftaran merek dagang. Narasumber berasal dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sleman yang menangani pendaftaran merek dagang. Materi klinik lebih memprioritaskan pada identifikasi kelas merek dagang dan penelusuran merek.

Hasil dan Pembahasan

***Brainstorming* konsep dan filosofi merek dan logo kemasan produk susu kefir**

Susu kefir produksi mitra pengabdian sebelumnya belum mempunyai merek dan label kemasan. Dengan adanya program pengabdian ini, mitra telah menetapkan merek susu kefir, yaitu Hala Kefir. Kata Hala diambil dari kata ahlan yang artinya selamat datang. “Selamat datang sahabat”, “selamat datang kehidupan yang lebih baik”, teriring do’a semoga semua pihak yang terkait dengan Hala Kefir berada dalam kehidupan yang diselimuti cahaya kebenaran. Kata Kefir merupakan produk fermentasi berbahan baku susu kambing atau susu sapi menggunakan grain kefir. Susu kefir sangat berguna untuk menjaga kesehatan anak-anak santri. Batuk, flu, sakit perut, nyeri haid, dan berbagai keluhan lainnya yang mampu ditangani dengan minum susu kefir. Manfaat fermentasi kefir untuk menjaga kesehatan kulit dan atau mengobati kerusakan yang bermanifestasi pada kulit, seperti keadaan hiperpigmentasi, penuaan dini, kulit berjerawat dan berkhasiat mempercepat penyembuhan luka bakar maupun luka infeksi pada kulit.[5]. Filosofi merek “Hala Kefir” digunakan untuk bahan informasi peserta lomba desain logo dan label kemasan susu kefir.

1. Lomba Desain dan Kosolidasi Logo dan Label Kemasan Susu Kefir “Hala Kefir”

Peserta lomba diperuntukan bagi mahasiswa di lingkungan Fakultas Pertanian, khususnya Program studi Agribisnis. Tahap publikasi lomba desain dan *time line* lomba disajikan pada *flyer* di bawah ini :



Gambar 1. Flyer publikasi lomba desain logo “Hala kefir”

Peserta lomba hanya diikuti 13 mahasiswa dari Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UMY. Hasil desain logo dan label kemasan yang dikirim peserta dinilai oleh Mitra secara online, dikarenakan masih dalam masa pandemik covid-19. Desain yang diajukan diambil 3 desain terbaik dan sesuai dengan keinginan Mitra. Presentasi desain lomba tidak dilakukan, karena tidak memungkinkan di masa pandemic covid-19 berkumpulnya peserta dan juru lomba. Penilaian desain langsung ditentukan oleh Mitra untuk menentukan 3 desain terbaik untuk dijadikan pemenang lomba desain tersebut. Hasil desain logo dan label kemasan “Hala Kefir” ketiga pemenang oleh Mitra dikolaborasi baik dari warna dasar, font tulisan, tata letaknya, tetapi desain juara pertama tetap menjadi pilihan desain yang akan menjadi logo dan label dalam kemasan susu kefir. Gambar berikut menunjukkan kegiatan brainstorming antara Mitra, pemenang, dan tim pengabdian, serta gambar logo dan label kemasan “Hala Kefir”



Gambar 2. Brainstorming dan pembagian sertifikat pemenang desain lomba

Logo dan label kemasan “Hala Kefir” telah ditetapkan setelah dilakukan konsolidasi (brainstorming) antara Mitra, pemenang lomba hasil dan Tim pengabdian yang disajikan pada gambar 3. dan gambar 4. Berikut ini.

Pendaftaran dan syarat ketentuan dilakukan secara on line dengan link berikut :

<https://bit.ly/PendaftaranLombaAbdimas2020>

Syarat dan ketentuan lomba dapat dibaca di link berikut :

<https://bit.ly/Syaratdanketentuanlombaabdimas2020>

upload proposal desain logo dan label melalui email :

Email : abdimashalakefir@gmail.com



Logo "Hala Kefir" saat Brainstorming



b. Logo "Hala Kefir" Final

Gambar 3. Logo "Hala Kefir" Produk Susu Kefir Mitra



Label Kemasan saat Brainstorming



b. Label Kemasan Final

Gambar 4. Label Kemasan "Hala Kefir" Produk Susu Kefir Mitra

2. Workshop Sosialisasi Pengajuan Pendaftaran Merek Dagang

Pengajuan pendaftaran merek dagang untuk pelaku usaha yang bertujuan untuk mendapat kepastian hukum. Materi sosialisasi tentang merek dagang bagian dari Kekayaan Intelektual, persyaratan dan biaya pendaftaran merek dagang disampaikan oleh Narasumber Bapak Budi Hartono, S.H. dari Kantor Kementerian Hukum dan HAM Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 2. Sosialisasi Pendaftaran Merek Dagang pada UMKM

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa [4]. Merek merupakan aset penting bagi bisnis sehingga diperlukan perlindungan khusus bagi merek yang dimiliki pelaku usaha. Dalam pemasaran, merek, *brand*, dan *branding* adalah satu paket. Merek dan *brand* mengacu pada satu *term* yang sama. Sementara *branding* lebih kepada upaya membangun merek yang bisa dilihat salah satunya dari tingkat *brand awareness* masyarakat terhadap merek produk atau jasa suatu bisnis. Melalui *branding*, merek dari produk dan jasa yang dijual akan menjadi mudah dikenali oleh konsumen. Hal ini akan membantu meningkatkan penjualan dari produk dan jasa. Merek bisa menjadi besar nilainya di pasar seiring dengan suksesnya upaya *branding*. Untuk melakukan upaya *branding*, tentunya pendaftaran merek adalah keharusan. Merek merupakan aset yang tidak berwujud dan merupakan hak eksklusif yang diberikan Negara pada pemegang haknya, seperti yang tertuang dalam Undang-undang tentang merek dan indikasi geografis. Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. [6]

Pemakaian merek berfungsi sebagai:

1. tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya;
2. alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya;
3. jaminan atas mutu barangnya; dan
4. penunjuk asal barang/jasa dihasilkan [7]

Pendaftaran merek berfungsi sebagai:

1. alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan;
2. dasar penolakan terhadap merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya yang dimohonkan pendaftaran oleh orang lain untuk barang/jasa sejenisnya;
3. dasar untuk mencegah orang lain memakai merek yang sama keseluruhan atau sama pada pokoknya dalam peredaran untuk barang/jasa sejenisnya. [7]

Merek terdaftar mendapatkan perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal penerimaan permohonan pendaftaran merek yang bersangkutan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang.

Empat langkah permohonan pendaftaran merek, yaitu:

- a. menentukan klasifikasi barang dan jasa;
- b. penelusuran merek terdaftar;
- c. melengkapi persyaratan; dan
- d. mendaftarkan secara *online* atau *offline* ke Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM DIY.

Persyaratan pendaftaran merek pada Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM setempat, dengan melampirkan:

1. fotokopi KTP pemohon;
2. etiket merek (dapat berupa *softcopy* atau *hardcopy*);
3. surat pernyataan kepemilikan merek (materai 6000); dan
4. surat keterangan/rekomendasi UMKM (bagi pemohon UMKM).

Pada saat sosialisasi permohonan pendaftaran merek dagang, peserta yang hadir sebanyak 11 orang dari pelaku usaha UMKM, pengelola mitra, dan ustaz-ustazah Ponpes Al Bayan. Untuk mengetahui perubahan pengetahuan peserta sosialisasi permohonan pendaftaran merek dagang, tim pengabdian membagikan *pretest* dan *posttest* yang berkaitan dengan materi dari narasumber. Adapun hasilnya ditampilkan pada tabel 1. berikut:

Tabel 1. Hasil Pretest dan Posttest tentang Pendaftaran Merek Dagang

No.	Nama	Jumlah Jawaban Benar		
		<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	Kenaikan
1	Juwariyah	9	14	5
2	Saifuddin Anwar	9	10	1
3	Salsabilla Sahidati	10	12	2
4	Rusimah	10	12	2
5	Anis Sulistiyani	9	13	4
6	Reni Himawanti	7	14	7
7	Rohmah Budiani	7	12	5
8	Widagdo	10	12	2
9	Muttohar	8	9	1
10	Teti Nur Halimah	8	11	3
11	Zulaiha	7	10	3
	Rata-rata	8.5	11.7	3.2
	Persentase	56.97	78.18	21.21

Berdasarkan data yang ditampilkan tabel 1, pelaksanaan sosialisasi pendaftaran merek dagang pada Mitra dan UMKM meningkatkan pengetahuan peserta *workshop* tentang proses pengajuan dan syarat administrasi pendaftaran merek dagang. Jumlah pertanyaan sebanyak 15 pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda. Rata-rata peserta hanya bisa menjawab benar sebesar 56.97 % dari 15 pertanyaan. Pada *posttest*, peserta menjawab soal dengan benar sebanyak 78.18 persen. Dengan adanya sosialisasi tersebut dapat meningkatkan pengetahuan peserta tentang seluk beluk pendaftaran merek dagang yang cukup signifikan yaitu sebesar 21,21 persen.

3. Pendampingan Permohonan Pendaftaran Merek Dagang

Pendaftaran merek dagang ke Kementerian Hukum dan HAM dapat dilakukan oleh pemohon jika telah memenuhi syarat administrasi dan terlebih dahulu harus melakukan penelusuran klasifikasi merek untuk menentukan kelas merek dagang termasuk dalam nomor kelas berapa. Terdapat 45 kelas merek yang dapat ditelusuri melalui website DJKI www.dgip.go.id. Setiap kelas merek memuat uraian jenis barang dan jasa. Susu kefir merupakan susu fermentasi termasuk kelas 29. Kelas 29 meliputi produk: daging, ikan, unggas dan binatang buruan, sari daging, buah-buahan serta sayur-sayuran yang diawetkan, dibekukan, dikeringkan dan dimasak, jeli, sele, saus buah-buahan, telur, susu dan produk susu, minyak dan lemak yang dapat dimakan [8]. Contoh kelas barang yang berkaitan dengan pertanian, yaitu 30 terdiri dari: kopi, teh kakao, gula, beras, tapioka, sagu, bahan pengganti kopi, tepung dan sediaan terbuat dari gandum, roti, kue dan kembang gula, es konsumsi, madu, sirup, ragi, bubuk untuk membuat roti, garam, mostar, cuka, saus, rempah-rempah, es. Kelas 31 terdiri dari: padi-padian dan hasil pertanian, perkebunan, kekuatan dan jenis gandum yang tidak termasuk dalam kelas lain; hewan hidup, buah-buahan dan

sayuran segar, benih-benih, tanaman dan bunga hidup, makanan untuk hewan, biji-bijian berkecambah untuk membuat bir.

Setelah menentukan kelas merek, langkah selanjutnya yaitu penelusuran merek barang dan jasa yang terdaftar di Indonesia dapat dilihat melalui <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/>. Sedangkan penelusuran merek barang dan jasa yang telah terdaftar secara internasional dapat dilihat melalui <https://www3.wipo.int/branddb/en/> dan <http://www.asean-tmview.org/tmview/welcome>. Penelusuran merek dilakukan untuk melihat peluang bisa atau tidaknya merek didaftar di DJKI. Penelusuran merek dilakukan sesuai kelas merek yang akan diajukan pemohon. Jika penelusuran merek belum menemukan merek yang telah terdaftar, maka dapat diajukan pada tahap pendaftaran secara *online* maupun *offline* dengan membuat akun pada Portal Web DJKI di www.dgip.go.id dengan melampirkan persyaratan yang dibutuhkan, yaitu:

1. fotokopi KTP pemohon;
2. etiket merek (dapat berupa *softcopy* atau *hardcopy*);
3. surat pernyataan kepemilikan merek (materai 6000); dan
4. surat keterangan/rekomendasi UMKM (bagi pemohon UMKM).

Dalam penentuan kelas merek dan penelusuran dibutuhkan kecermatan dan kesabaran bagi pemohon sehingga memungkinkan pihak Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM setempat melakukan pendampingan dalam pendaftaran merek barang dan jasa. Jangka waktu pendaftaran cukup lama sampai merek terdaftar yaitu sekitar 8 bulan 15 hari dalam kondisi normal, bahkan bisa sampai 18 bulan. Pada saat dilakukan penelusuran merek “Hala Kefir” sudah terdaftar merek Hala dan Kefir.

Simpulan

Berdasarkan pada paparan deskripsi hasil kegiatan program pengabdian, dapat disimpulkan bahwa Mitra telah mempunyai merek “Hala Kefir”, logo dan label kemasan botol produk susu kefir. Pengetahuan yang meningkat pada Mitra dan pelaku UMKM di lingkungan Kecamatan Minggir tentang Kekayaan Intelektual, terutama yang berkaitan dengan proses pendaftaran merek dagang beserta persyaratan administrasi yang harus dipenuhi untuk mengajukan permohonan merek dagang yang terdaftar di Kementerian Hukum dan HAM.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih kepada LP3M UMY yang telah mendanai terlaksananya program pengabdian yang dilaksanakan pada tahun 2020 dengan nomor kontrak 031/PEN-LP3M/I/2020. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Budi Hartono, S.H., Bapak Herry, S.H., dan Bapak Dimas Ardiansyah, S.T. selaku narasumber sosialisasi pendaftaran dan klinik pendampingan merek dagang. Dan tak lupa kepada mahasiswa, Dwianza, Mella, dan Raditya, serta Bapak Sutadi selaku laboran prodi Agribisnis yang telah membantu selama kegiatan dan laporan pengabdian.

Daftar Pustaka

Al Bayan P, (2016). Sekilas Profil Pondok Pesantren Al Bayan. Yogyakarta.

- Kotler P, (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler P, Armstrong G, (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Edisi Kede*. Jakarta: Erlangga
- Republik Indonesia DPR, (2016). Undang-Undang Merek dan Indikasi Geografis. In: Hukumonline.com.
<https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt5850fd588be8e/undang-undang-nomor-20-tahun-2016?r=3&q=merek&rs=1847&re=2020>
- Dewi ML, Rusdiana T, Muchtaridi, Putriana NA, (2018). Manfaat Kefir Untuk Kesehatan Kulit. *Farmaka* 16:80–86
- Republik Indonesia DPR, Republik Indonesia P, (2016). Undang-Undang No 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. 2–56
- Kementrian Hukum dan HAM DJ, (2020). Memahami Merek. <https://dgip.go.id/memahami-merek>
- Kementrian Hukum dan HAM DJ (2020.) Sistem Klasifikasi Merek. <http://skm.dgip.go.id/index.php/skm/detailkelas/29#>
- Kemenhukham. PNBP Merek Berdasarkan PP No. 28 Tahun 2019. <https://www.dgip.go.id/tarif-merek>