

Pengurusan Merek Dagang Melalui Aplikasi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Pada Pelaku Usaha Yayan Hidroponik Dumai

Rizpa Eliza¹, Ardenolis², Lailani Fitria³, Ika Desiana⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tuah Negeri, Dumai, Indonesia

*Corresponding author

E-mail: arethenolist@gmail.com*

Article History:

Received: 10 Mei 2026

Revised: 15 Mei 2026

Accepted: 26 Mei 2026

Abstract: A registered trademark is a vital legal instrument that safeguards business identity while enhancing the market value of MSME products. Yayan Hidroponik, a hydroponic vegetable business in Dumai City, had operated for years without a registered trademark, leaving it vulnerable to imitation and hindering access to modern retail outlets and digital marketplaces. This community service program assisted the business owner in preparing and submitting a trademark application via the DJKI Online system in accordance with Law No. 20 of 2016. The initiative employed a Participatory Action Research approach combined with technical mentoring, covering regulatory awareness, workshops on classification and documentation, e-filing assistance, and post-submission monitoring. The business owner's understanding improved significantly (with evaluation scores rising from 40 to 88); a final brand name and logo were established, the appropriate Nice Classification was determined, and a complete application was submitted, resulting in the receipt of an official acknowledgment and application number.

Keywords:

Trademarks, DJKI, Assistance, MSMEs, Hydroponics, Intellectual Property

Pendahuluan

Merek merupakan kekayaan intelektual yang berperan strategis membangun identitas, reputasi, dan nilai jual usaha. UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis mendefinisikan merek sebagai tanda yang dapat ditampilkan secara grafis untuk membedakan barang/jasa, dan pendaftarannya memberi perlindungan hukum eksklusif bagi pemiliknya.

Yayan Hidroponik, usaha budidaya sayuran hidroponik di Kota Dumai, telah memproduksi dan memasarkan produknya selama beberapa tahun, namun nama dan logo usahanya belum terdaftar sebagai merek di DJKI. Kondisi ini berisiko menimbulkan peniruan nama dan logo (Riyanto & Kusmawati, 2023) serta

menghambat kepercayaan konsumen dan akses pembiayaan (Prasetyo, 2022). Prinsip first to file dalam UU No. 20/2016 juga menegaskan bahwa keterlambatan pendaftaran dapat menghilangkan hak atas nama usaha yang telah dikenal luas (Wulandari et al., 2023).

Meski aplikasi DJKI Online mempermudah akses pendaftaran, pelaku usaha kecil masih kesulitan memahami tahapan permohonan, mulai dari penentuan kelas Nice Classification hingga pembayaran PNBP (Handini & Saputra, 2022), termasuk tahap penelusuran merek yang krusial namun sering diabaikan (Setiawan & Handayani, 2024). Yayan Hidroponik mengalami kendala serupa: pemilik usaha belum memahami jenis permohonan merek, kelas barang yang sesuai, maupun cara mengakses DJKI Online, padahal merek terdaftar terbukti mempermudah akses ke ritel modern dan e-commerce serta meningkatkan nilai jual produk (Anandita et al., 2023; Kurniawan & Lestari, 2024).

Atas dasar itu, kegiatan pengabdian masyarakat “Pengurusan Merek Dagang Melalui Aplikasi DJKI Pada Pelaku Usaha Yayan Hidroponik Dumai” dilaksanakan melalui sosialisasi regulasi, bimbingan penentuan kelas dan dokumen, serta fasilitasi pengajuan permohonan, mengacu pada temuan Nurhayati et al. (2022) bahwa pendampingan perguruan tinggi meningkatkan keberhasilan pengurusan kekayaan intelektual pada usaha mikro dan kecil

Metode

Kegiatan ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menempatkan pemilik usaha sebagai subjek aktif dalam identifikasi kebutuhan, penyusunan dokumen, dan praktik pengajuan permohonan merek (Nurhayati et al., 2022), dipadukan dengan mentoring teknis berupa bimbingan langsung dalam penelusuran merek, penyusunan deskripsi barang, dan pengoperasian aplikasi DJKI Online. Kombinasi ini dipilih karena pendampingan kekayaan intelektual yang efektif perlu mencakup tiga dimensi sekaligus: pemahaman regulasi, asistensi teknis dokumen dan logo, serta fasilitasi akses sistem permohonan elektronik (Setiawan & Handayani, 2024).

Hasil

Tahap Persiapan dan Identifikasi Permasalahan

Tim pengabdian melakukan kunjungan dan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi profil usaha, produk, logo, serta pemahaman prosedur pendaftaran merek, dilanjutkan penelusuran awal (preliminary trademark search) pada basis data DJKI. Hasilnya menunjukkan pemilik usaha belum memahami jenis permohonan merek, kelas barang yang sesuai, maupun cara mengakses aplikasi

DJKI Online.



Gambar 1. Koordinasi tim pengabdian dengan Yayan Hidroponik dan kegiatan survei awal.

1) Sosialisasi Regulasi Merek dan Prosedur Permohonan

Sosialisasi dilaksanakan tatap muka dengan pemilik usaha dan keluarga, mencakup dasar hukum merek, perbedaan merek dagang dan jasa, prinsip first to file, kelas Nice Classification, tahapan pemeriksaan, hingga estimasi biaya dan waktu proses. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman sebesar 48%, dari nilai 40 menjadi 88.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Pendaftaran Merek

2) Workshop Teknis Penentuan Kelas dan Penyusunan Dokumen

Pemilik usaha dibimbing menentukan kelas barang yang tepat, melakukan penelusuran merek, menyempurnakan desain logo, dan menyiapkan dokumen persyaratan. Hasilnya, pemilik usaha berhasil menetapkan nama merek dan logo final, kelas barang yang sesuai, serta seluruh dokumen permohonan

secara lengkap.



Gambar 3. Workshop Teknis Penentuan Kelas dan Penyusunan Dokumen

3) Fasilitasi Pengajuan Permohonan melalui Aplikasi DJKI Online

Pemilik usaha difasilitasi mengajukan permohonan merek mulai dari pembuatan akun DJKI, pengisian data pemohon dan merek, pengunggahan etiket dan dokumen, penentuan kelas, hingga pembayaran PNBP. Permohonan berhasil diajukan lengkap dan memperoleh tanda terima serta nomor permohonan resmi, yang selanjutnya memasuki tahap pemeriksaan formalitas.

The screenshot displays the 'Data Merek' (Brand Data) section of the DJKI Online application. It includes a logo upload area with a circular logo for 'YAYAN HIDROPONIK DUMAI'. Below the logo, there are fields for 'Nama Referensi Label Merek' and 'Deskripsi Label Merek'. To the right, a progress bar shows steps from 'General' to 'Lampiran' (highlighted). Below the progress bar is a table titled 'Dokumen Lampiran' (Supporting Documents) with columns for 'No.', 'Tanggal Upload', 'Jenis Dokumen', 'Nama File', 'Keterangan', and 'Ukuran File'. The table contains three entries:

No.	Tanggal Upload	Jenis Dokumen	Nama File	Keterangan	Ukuran File
1	24-07-2026	Tanda Tangan Digital Pemohon	tdp.yayanhidropnik.pdf		40989
2	24-07-2026	Surat Pernyataan UMK Bernilai	SURAT PERNYATAAN UMK.pdf		256200
3	24-07-2026	Surat Rekomendasi UMK Binaan atau Surat Keterangan UMK Binaan Dinas (SKB)	SURAT REKOMENDASI UMK Binaan atau Surat Keterangan UMK Binaan Dinas (SKB).pdf		476844

Below the table, there is a 'Monampilkan 1 s/d 3 dari 3 data' indicator and a 'Simpan' button. The bottom section shows the 'Permohonan Online' header and a form for 'Permohonan Merek / Permohonan Online' with fields for 'Tanggal Pengajuan', 'Nomor Permohonan', 'Nomor Transaksi', 'Kelas', 'Merek', and 'Kode Billing'. Below the form is a table with columns: 'No.', 'Nomor Transaksi', 'Tanggal Pengajuan', 'Tipe Merek', 'Merek', 'Kelas', 'Nomor Permohonan', 'Tipe Permohonan', 'Jenis Permohonan', 'Status', 'Kode Billing', and 'Status Pembayaran'. The table contains one entry:

No.	Nomor Transaksi	Tanggal Pengajuan	Tipe Merek	Merek	Kelas	Nomor Permohonan	Tipe Permohonan	Jenis Permohonan	Status	Kode Billing	Status Pembayaran
1	PT2025079538	24/07/2026 20:23:07	Merek K. ata	YAYAN HIDROPONIK	31	-	Merek Dagang	Usaha Mikro dan Usaha Kecil	(PT) Draft	620260724009217	Belum Dibayar

At the bottom of the table, there is a 'Monampilkan 1 s/d 1 dari 1 data' indicator and buttons for 'Simpan' and 'Berikut'.

Gambar 4 - 8. Tahapan Pengajuan Permohonan melalui Aplikasi DJKI Online

4) Pendampingan Lanjutan dan Dampak Kegiatan

Pendampingan lanjutan dilakukan melalui konsultasi berkala untuk memantau status pemeriksaan, tahap pengumuman merek, potensi keberatan pihak ketiga, serta kewajiban pemilik merek pascapersetujuan. Legalitas merek tidak hanya memberi perlindungan hukum, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar digital maupun ritel modern.



Gambar 9. Foto Bersama Tim Pengabdian dan Pelaku UMKM Kota Dumai Setelah Pendampingan

Diskusi

Ketiadaan merek terdaftar pada Yayan Hidroponik terutama disebabkan rendahnya pemahaman regulasi, prosedur kelas barang, dan sistem elektronik DJKI, sejalan dengan Handini & Saputra (2022). Pendekatan PAR terbukti efektif meningkatkan keterlibatan pemilik usaha secara langsung dalam penelusuran merek, penyusunan dokumen, dan praktik pengajuan, sehingga pembelajaran lebih aplikatif. Sosialisasi dan workshop teknis menjadi tahapan paling menentukan: pemilik usaha yang semula belum memahami prinsip first to file dan penelusuran merek (Setiawan & Handayani, 2024) akhirnya mampu menetapkan merek final yang siap diajukan, sejalan dengan temuan bahwa merek terdaftar mempermudah akses UMKM ke e-commerce dan ritel modern (Anandita et al., 2023).

Keberhasilan pengajuan permohonan menegaskan bahwa pendampingan berbasis asistensi teknis meningkatkan keberhasilan pengurusan legalitas kekayaan intelektual usaha kecil (Nurhayati et al., 2022). Kendala yang tersisa adalah lamanya proses pemeriksaan substantif oleh DJKI yang berada di luar kendali tim pendamping, sehingga pemantauan berkelanjutan tetap diperlukan hingga sertifikat merek diterbitkan. Secara keseluruhan, kolaborasi perguruan tinggi dan pelaku usaha kecil berperan strategis mendorong kesadaran dan kepemilikan hak kekayaan intelektual sebagai fondasi daya saing usaha di Kota Dumai

Kesimpulan

Pendampingan pengurusan merek dagang melalui aplikasi DJKI Online berhasil meningkatkan pemahaman pemilik Yayan Hidroponik atas regulasi merek, prinsip first to file, dan prosedur permohonan elektronik. Pendekatan PAR yang dipadukan dengan sosialisasi, workshop teknis, dan fasilitasi pengajuan terbukti efektif membantu pemilik usaha menetapkan merek final, menentukan kelas barang, dan mengajukan permohonan secara mandiri hingga memperoleh tanda terima serta nomor permohonan resmi.

Kolaborasi perguruan tinggi dengan pelaku usaha kecil perlu terus didorong, termasuk pendampingan lanjutan hingga proses pemeriksaan oleh DJKI selesai dan sertifikat merek diterbitkan.

Daftar Referensi

- Anandita, R., Wibisono, T., & Kartika, S. (2023). Pengaruh legalitas merek terdaftar terhadap akses UMKM pada platform e-commerce dan ritel modern. *Jurnal Kekayaan Intelektual dan Bisnis*, 8(2), 90-104.
- Handini, P., & Saputra, D. (2022). Kendala pelaku usaha mikro dan kecil dalam pengajuan permohonan merek melalui sistem elektronik DJKI. *Jurnal Hukum*

dan Kekayaan Intelektual, 6(1), 55-70.

Kurniawan, A., & Lestari, N. (2024). Kontribusi merek terdaftar terhadap peningkatan nilai jual produk usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Bisnis UMKM*, 12(1), 30-45.

Nurhayati, S., Ramadhan, F., & Utami, W. (2022). Efektivitas pendampingan perguruan tinggi dalam pengurusan hak kekayaan intelektual pada usaha mikro kecil. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(2), 110-125.

Prasetyo, B. (2022). Peran merek terdaftar dalam membangun kepercayaan konsumen dan akses pembiayaan usaha kecil. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 14(3), 201-215.

Riyanto, H., & Kusmawati, E. (2023). Risiko peniruan merek pada pelaku UMKM yang belum melakukan pendaftaran merek. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 20(1), 65-80.

Setiawan, R., & Handayani, D. (2024). Penelusuran merek sebagai tahap krusial dalam permohonan pendaftaran merek pada usaha kecil. *Jurnal Kebijakan Kekayaan Intelektual*, 5(1), 40-58.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Wulandari, T., Anggara, P., & Sitorus, M. (2023). Prinsip first to file dalam sistem pendaftaran merek di Indonesia dan implikasinya bagi pelaku usaha kecil. *Jurnal Hukum Bisnis*, 17(2), 88-102.