

**PENDAMPINGAN UMKM STOCKAYU.ID MELALUI PEMANFAATAN
DIGITAL MARKETING DAN PENDAFTARAN HKI MEREK DAGANG
SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING**

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

KARYA SENI



Asmoro Nurhadi Panindias 197706262006041001/0026067706

Anggota :

Rendya Adi Kurniawan 199005172018031001/ 0017059012

Oasis Fadila Santi 221511033

Muhammad Farayya Arkan 221511009

Aulira Iska Maharani 221511010

Dibiayai DIPA ISI Surakarta

Nomor: SP DIPA-023.17.2.677542/2023

tanggal 30 November 2022

Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi,

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat

Karya Seni

Nomor: 1130/IT6.2/PM.03.03/2023

INSTITUT SENI INDONESIA (ISI) SURAKARTA

Oktober 2023

ABSTRAK

Laporan pengabdian masyarakat ini membahas kegiatan pendampingan yang dilakukan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Stockayu.id dengan fokus utama pada pemanfaatan digital marketing dan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Merek Dagang sebagai strategi untuk memperkuat daya saing. Melibatkan kolaborasi kemitraan antara lembaga pendidikan, penelitian, dan dunia usaha, program ini bertujuan meningkatkan keterampilan dan pemahaman UMKM dalam menghadapi tantangan era digital.

Program mencakup serangkaian kegiatan, termasuk alih teknologi, pelatihan digital marketing, dan pendampingan dalam proses pendaftaran HKI Merek Dagang. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan teknologi dan strategi pemasaran digital mitra, sementara proses pendaftaran HKI Merek Dagang berjalan sukses. Keseluruhan, program ini berhasil memberikan dampak positif pada daya saing UMKM Stockayu.id.

Laporan ini juga menyajikan saran untuk meningkatkan keberlanjutan program, mengembangkan inisiatif lanjutan, dan memperluas manfaatnya kepada UMKM lainnya. Dengan demikian, harapannya program ini dapat menjadi contoh sukses dalam pemberdayaan UMKM melalui strategi penguatan daya saing di era digital.

Keyword: UMKM, Stockayu.id, Digital Marketing, HKI Merek Dagang, Pendampingan UMKM.

KATA PENGANTAR

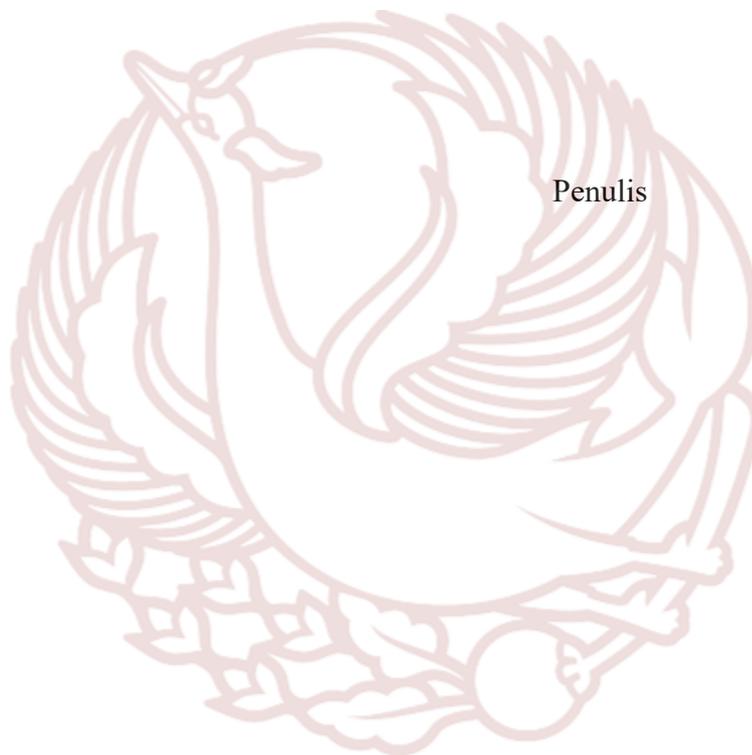
Seiring dengan perkembangan pesat dalam dunia bisnis dan teknologi, pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi hal yang strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Laporan pengabdian masyarakat ini menggambarkan perjalanan kami dalam memberikan pendampingan kepada UMKM Stockayu.id, sebuah inisiatif yang bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan digital marketing dan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Merek Dagang sebagai strategi penguatan daya saing. Laporan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendokumentasikan pelaksanaan program pendampingan UMKM Stockayu.id dalam memanfaatkan digital marketing dan pendaftaran HKI merek dagang sebagai strategi penguatan daya saing. Melalui program-program yang ditawarkan, diharapkan UMKM Stockayu.id dapat meningkatkan kehadiran online mereka melalui media sosial Instagram, memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam promosi pemasaran digital, serta memperoleh pendampingan dalam penyusunan berkas dan proses pendaftaran HKI merek dagang.

Pendampingan ini bukan sekadar penyediaan pengetahuan, melainkan sebuah upaya kolaboratif untuk membantu UMKM Stockayu.id menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital. Melalui serangkaian program alih teknologi, pelatihan digital marketing, dan pendampingan dalam pendaftaran HKI Merek Dagang, kami berupaya meningkatkan keterampilan dan daya saing mitra kami. Laporan ini menggambarkan secara rinci pendahuluan, metodologi, pelaksanaan program, program-program yang ditawarkan, mitra yang terlibat, serta waktu pelaksanaan program. Dalam pelaksanaan program, tahap persiapan dan sosialisasi akan menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan sebelum melaksanakan program, termasuk diskusi melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Tahap penutup akan mencakup pengumpulan berkas dan pendaftaran merek dagang, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi dan monitoring program.

Laporan ini tidak hanya mencerminkan pencapaian kami, tetapi juga menjadi refleksi tentang bagaimana kolaborasi antara lembaga pendidikan, penelitian, dan dunia usaha dapat menciptakan dampak positif dalam pengembangan UMKM. Kami berharap laporan ini memberikan inspirasi dan wawasan bagi semua pihak yang peduli terhadap pembangunan UMKM dan inovasi di Indonesia.

Diharapkan laporan ini dapat memberikan gambaran komprehensif tentang pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam rangka mendukung penguatan daya saing UMKM Stockayu.id melalui pemanfaatan digital marketing dan pendaftaran HKI merek dagang. Tidak lupa, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang terlibat, termasuk mitra Stockayu.id, tim pelaksana, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pengabdian ini. Semoga laporan ini dapat menjadi kontribusi nyata dalam memajukan sektor UMKM di Indonesia.

Surakarta, 30 Oktober 2023



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Analisis Situasi	1
B. Permasalahan Mitra	4
BAB II. METODOLOGI.....	5
A. Solusi Yang Ditawarkan.....	5
B. Target Luaran	6
BAB III. PELAKSANAAN PROGRAM.....	9
A. Persiapan dan Sosialisasi	9
B. Diskusi melalui Focus Group Discussion (FGD)	10
C. Pengumpulan berkas dan pendaftaran Merek Dagang.....	12
D. Pelatihan dan Pendampingan	13
E. Evaluasi/Monitoring	24
BAB IV. PENUTUP.....	26
A. Kesimpulan	26
B. Saran	26
DAFTAR PUSTAKA.....	28
LAMPIRAN.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Instagram Stockayu.id.....	3
Gambar 2. Publikasi media massa online Warta Bengawan News.....	6
Gambar 3. Publikasi media massa online Majalahlarise	7
Gambar 4. Workshop Stockayu.id	9
Gambar 5. Prosedur Pendaftaran Merek Baru	12
Gambar 6. Konfigurasi Identitas Visual Stockayu.id yang diajukan sebagai merek ...	13
Gambar 7. Penelusuran merek menggunakan Google Lens.	19
Gambar 8. Desain Industri kreasi Stockayu.id.....	14
Gambar 9. Evaluasi Desain Industri menggunakan Google Image.	20
Gambar 10. Instagram Stockayu.id.....	14
Gambar 11. Facebook Stockayu.id.	15
Gambar 12. Tokopedia Stockayu.id.....	15
Gambar 13. Shopee Stockayu.id.....	16
Gambar 14. Linktree Stockayu.id.....	16

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Banyaknya Unit Usaha (unit) dan Tenaga Kerja (orang) Dirinci Menurut Jenis Industri Kecil Menengah di Kabupaten Jepara.....	2
Tabel 2. Banyaknya Sentra Industri Kecil di Kabupaten Jepara.....	3
Tabel 3. Kesiapan berkas pendaftaran kekayaan intelektual Stockayu.id	18
Tabel 4. Evaluasi kesamaan kekayaan intelektual.	19



BAB I. PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Indonesia memiliki tradisi kerajinan kayu yang kaya, dan ini menjadi salah satu alasan mengapa industri furnitur di negara ini berkembang dengan baik. Perusahaan-perusahaan furnitur di Indonesia memproduksi berbagai macam produk, termasuk meja, kursi, lemari, tempat tidur, sofa, rak buku, dan banyak lagi. Bahan baku yang umum digunakan adalah kayu jati, kayu mahoni, serta bahan kayu lainnya. Industri furnitur di Indonesia merupakan sektor yang cukup berkembang dan memiliki potensi besar. Berbagai perusahaan dan pengusaha telah berinvestasi dalam produksi dan pemasaran furnitur di Indonesia. Beberapa kota yang dikenal sebagai pusat industri furnitur di Indonesia antara lain Jepara, Solo, Yogyakarta, Semarang, dan Jakarta.

Industri furnitur telah muncul sebagai salah satu industri besar di Indonesia, menghasilkan produk bernilai tambah tinggi, berdaya saing internasional, dan menghasilkan devisa dapat dilihat dari capaian nilai ekspor produk furnitur nasional yang menembus USD 2,5 miliar pada tahun 2021 atau naik 33% dibanding tahun sebelumnya sebesar USD1,9 miliar (Kemenperin 2022). Industri furnitur menyerap sebagian besar tenaga kerja dan didukung oleh bahan baku seperti kayu, rotan, dan bambu. Industri furnitur memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan dan penguatan ekonomi karena variasi produknya yang menarik. Ini adalah industri yang membutuhkan kreativitas desain tinggi terlepas dari kualitas produk. Desain unik yang dipadukan dengan bahan berkualitas tinggi telah memungkinkan industri ini membangun posisi unik di industri. Di Indonesia, Jepara merupakan pusat industri mebel. Industri mebel di Kabupaten Jepara yang terkenal dengan keunikan ukirannya merupakan salah satu HKI yang telah meningkatkan nilai tambah kerajinan mebel dan kayu tidak hanya di Kabupaten Jepara, tetapi juga di Jawa Tengah. Indonesia. Industri mebel Jepara telah menjadi simbol produk ekspor dari Jawa Tengah dan Indonesia. Sektor tersebut telah mampu menciptakan lapangan kerja yang tinggi dan kesejahteraan yang baik bagi masyarakat setempat, khususnya yang berada di Kabupaten Jepara.

Di Indonesia, Jepara merupakan pusat industri mebel. Industri mebel di kabupaten Jepara yang terkenal unik dengan ukirannya merupakan salah satu kekayaan intelektual dengan kearifan lokal yang telah meningkatkan nilai tambah produk industri furniture dan kerajinan kayu tidak hanya di Kabupaten Jepara, tetapi juga Provinsi Jawa Tengah dan Indonesia. Industri mebel Jepara telah menjadi ikon bagi produk ekspor dari Jawa Tengah dan Indonesia. Sektor

ini telah mampu menciptakan kesempatan kerja yang tinggi dan kesejahteraan baik bagi masyarakat, khususnya masyarakat di Kabupaten Jepara. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara menyatakan bahwa furniture kayu terdapat 5870 unit usaha dengan menyerap tenaga kerja 75.603 (“Badan Pusat Statistik” 2017) seperti pada Tabel 1, data tersebut menunjukkan banyaknya unit usaha di jenis furniture berbahan kayu.

Tabel 1. Banyaknya Unit Usaha (unit) dan Tenaga Kerja (orang) Dirinci Menurut Jenis Industri Kecil Menengah di Kabupaten Jepara.

JENIS INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM)	Unit Usaha	Tenaga Kerja
<i>The Type of Small and Middle Industry</i>	<i>Business Unit</i>	<i>Employee</i>
(1)	(2)	(3)
1 Furniture Kayu / Furniture of Wood	5.870	75.603
2 Kerajinan Rotan / Craft of Rattan	846	4.665
3 Tenun Ikat / Weave	724	11.087
4 Monel / Monel	638	1.959
5 Gerabah / Pottery	94	363
6 Genteng / Tile	3.688	11.064
7 Rokok Kretek / Cigarettes	29	1.270
8 Kerajinan Kayu / Craft of Wood	1.346	8.830
9 Makanan / Foods	2.788	13.171
10 Konveksi / Convection	2.043	11.555
11 Bordir / Embroidery	318	2.012
12 Mainan Anak / Toy	228	1.612
13 Kerajinan Samping / Craft of Clamshell	29	185
14 Kerajinan Kuningan / Craft of Brass	54	162
Jepara	18,695	143,538

Sumber/Source : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab Jepara/The Office of Industry and Trade of Jepara Regency

Sentra Industri Kecil di Kabupaten Jepara tersebar di beberapa wilayah kecamatan. Namun untuk jenis industri mebel dan kerajinan kayu terpusat di Kecamatan Tahunan (“Badan Pusat Statistik” 2020). Di Tabel 2 dapat diketahui bahwa di Kecamatan Tahunan terdapat 2.938 sentra industri mebel dan 48 sentra industri kerajinan kayu. Workshop UMKM banyak terdapat di sepanjang Jalan Sukarno-Hatta, disepanjang jalan tersebut ditemui workshop maupun showroom kerajinan kayu maupun mebel. Salah satu UMKM yang sedang berkembang tersebut adalah Stockayu.id.

Tabel 2. Banyaknya Sentra Industri Kecil di Kabupaten Jepara.

Kecamatan	Potensi													Jumlah/ Total
	Mebel	Kerajinan Kayu	Kerajinan Rotan	Konveksi	Tenun	Batik	Makanan	Mainan Anak	Rokok	Kuningan	Monel	Genteng	Gerabah	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)
1 Kedung	113	-	-	9	-	-	36	-	-	-	-	-	-	158
2 Pecangaan	269	33	12	56	631	2	415	2	-	6	51	-	7	1 484
3 Kalinyamatan	10	3	3	478	-	-	205	-	19	5	157	-	162	1 042
4 Welahan	4	8	11	18	-	-	49	20	-	-	2	-	25	137
5 Mayong	-	-	-	13	-	-	32	-	-	-	-	40	9	94
6 Nalumsari	54	-	-	29	-	-	12	-	-	-	-	-	33	128
7 Batealit	34	5	-	19	-	5	71	-	-	-	-	-	-	134
8 Tahunan	2 938	48	12	6	-	-	23	-	-	-	-	-	-	3 027
9 Jepara	405	202	-	-	-	-	133	-	-	-	-	-	-	740
10 Mlonggo	118	21	-	3	-	-	43	-	-	-	-	-	-	185
11 Pakis Aji	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
12 Bangsri	-	-	-	-	-	-	110	-	-	-	-	-	-	110
13 Kembang	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
14 Keling	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-	-	-	-	12
15 Donorojo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
16 Karimun Jawa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Jumlah	3 945	320	38	631	631	7	1 141	22	19	11	210	40	236	7 251

Stockayu.id adalah UMKM yang bergerak dibidang furnitur dan interior asli dari Jepara Jawa Tengah dengan di dukung oleh tenaga kerja yang berpengalaman dan mampu menciptakan ide kreatif, salah satu kelebihan UMKM ini adalah mengerjakan desain furniture dan desain sesuai keinginan konsumen. Berdiri semenjak 2021, telah menghasilkan karya untuk keperluan furniture dan interior seperti Kantor, Cafe, Hotel, Restoran. Media sosial digunakan UMKM ini untuk memperkenalkan produknya dan agar konsumen dapat dengan mudah menemukan produk yang sesuai keinginan, dapat dilihat di media sosial Instagram dengan nama akun *@stockayu.id*. Media sosial yang dibuat di tahun 2021 telah memiliki 4.317 pengikut dan 48 unggahan, dalam satu tahun terakhir setiap unggahan mendapatkan *like* rata-rata 11 dari pengunjung. Dalam wawancara dengan *founder* Stockayu.id, disampaikan bahwa pengunjung media sosial Instagram belum banyak menghasilkan konversi dari kunjungan menjadi pembelian.



Gambar 1. Akun Instagram Stockayu.id

Banyaknya sentra industri disatu sisi menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak maupun pendapatan masyarakat (Matitaputty et al. 2020), namun disisi lain membuat persaingan menjadi semakin meningkat pula. Beberapa persaingan berpotensi terjadi pelanggaran, termasuk diantaranya pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Internet dan media sosial membuat pelanggaran HKI sangat mudah dan susah dibendung, salah satunya pemalsuan merek. Perbuatan pelanggaran dan persaingan usaha tidak sehat dalam HKI mencakup pemalsuan, penjiplakan, pembajakan, dan pendomplengan atas suatu merek (Sinaga and Ferdian 2020). Stockayu.id belum mendaftarkan mereknya sesuai hukum yang berlaku untuk perlindungan, sebagai pelaku usaha harus dapat menjaga merek sebab merek merupakan kedudukan yang sangat penting dalam kegiatan perdagangan.

Pengembangan dan pendampingan digitalisasi marketing Stockayu.id adalah proses menerapkan strategi pemasaran digital untuk membantu Stockayu.id memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi guna meningkatkan visibilitas, mencapai target pasar yang lebih luas, dan mengembangkan bisnis mereka secara online. Pendampingan pengurusan merek dagang Stockayu.id dengan tahapan persiapan dokumen dalam pengurusan HKI seperti, merek, serta logo produk.

B. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi Stockayu.id dan penyelesaian masalah dalam program dengan pemberdayaan masyarakat berbasis seni budaya:

No	Permasalahn	Solusi yang ditawarkan	Peran Mitra
1	Pemanfaatan media sosial Instagram Stockayu.id belum optimal, pengunjung media sosial belum banyak	Program alih tekonologi, pendampingan dan penyuluhan optimalisasi media sosial Instagram	menyediakan tempat pelatihan, komputer, internet dan handphone yang digunakan untuk membuat konten pemasaran digital
2	Merek Stockayu.id belum didaftarkan HKI sebagai Merek Dagang	Persiapan dan pendampingan penyusunan berkas dan pendaftaran Merek Dagang	Menyediakan atau membawa berkas yang diperlukan untuk pendaftaran Merek Dagang

BAB II. METODOLOGI

A. Solusi Yang Ditawarkan

Program alih tekonologi, pendampingan dan penyuluhan. Ada 3 program utama, sebagai strategi meningkatkan daya saing UMKM Stockayu.id di industri furniture Kabupaten Jepara, yaitu:

1. Program alih tekonologi, pendampingan dan penyuluhan optimalisasi media sosial Instagram
2. Pelatihan dan praktik promosi pemasaran digital
3. Persiapan dan pendampingan penyusunan berkas dan pendaftaran Merek Dagang.

Tahapan rencana kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Tahap Persiapan dan Sosialisasi
Tahap pertama adalah bekerjasama/berkoordinasi dengan Stockayu.id.
2. Tahap Diskusi melalui Focus Group Discussion (FGD)
Tugas utama FGD adalah untuk memperoleh data.
3. Tahap Pengumpulan berkas dan pendaftaran Merek Dagang
Pada tahap ini penentuan merek dagang dan logo yang akan didaftarkan, mengumpulkan berkas sesuai persyaratan dan pemeriksaan dan pengecekan berkas.
4. Tahap Pelatihan dan Pendampingan
Pada tahap ini digunakan metode pembelajaran, metode diskusi dan metode tanya jawab. Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi dasar (*basic*) atau perluasan (*advance*) yang disampaikan secara lisan tentang maksud, tujuan dan sasaran pencapaian hasil belajar, serta motivasi untuk mencapai hasil yang diharapkan. Pada tahapan ini akan dilakukan pelatihan dan praktik promosi dan pemasaran digital.
5. Tahap Evaluasi/Monitoring
Pada tahap akhir ini dilakukan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian. Monitoring juga dilakakukan selama masa pendampingan pada masa kegiatan untuk memastikan apakah penggunaan aplikasi untuk mendukung digitalisasi pemasaran Stockayu.id telah dilakukan dengan baik, serta pemantauan terhadap berkas yang telah didaftarkan.

B. Target Luaran

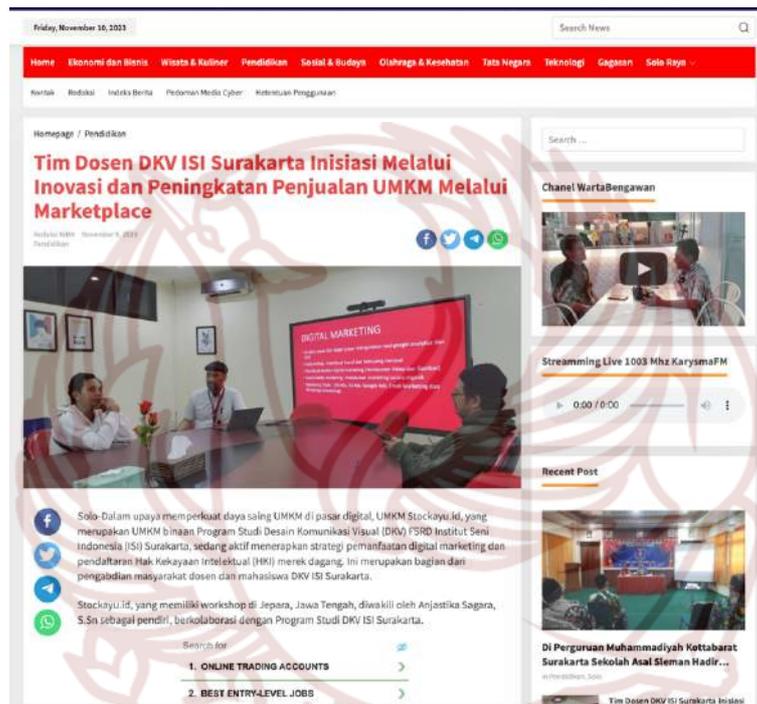
1. Hasil yang dicapai:

a. Naskah publikasi ilmiah (Jurnal/Proseding)

Artikel publikasi ilmiah untuk Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS dengan alamat situs: <https://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/js/index>.

b. Publikasi di Media Massa

1) Publikasi di media online Warta Bengawan News



Gambar 2. Publikasi media massa online Warta Bengawan News

Alamat portal berita online yang memuat kegiatan pengabdian masyarakat: <https://wartabengawan.news/pendidikan-dan-religi/tim-dosen-dkv-isi-surakarta-inisiasi-melalui-inovasi-dan-peningkatan-penjualan-umkm-melalui-marketplace/>

2) Publikasi di media online Majalahlarise



Gambar 3. Publikasi media massa online Majalahlarise

Alamat portal berita online yang memuat kegiatan pengabdian masyarakat:
<https://www.majalahlarise.com/2023/11/kembangkan-inovasi-dan-peningkatan.html>

2. Kebaharuan dalam bidang PKM

Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu wujud nyata dari komitmen untuk turut serta berkontribusi dalam pembangunan masyarakat. Dalam laporan ini, kami dengan penuh semangat ingin menyajikan kebaruan dalam pendekatan pengabdian kepada masyarakat, terutama terkait dengan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan digital marketing dan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Merek Dagang sebagai strategi penguatan daya saing.

1. Inovasi dalam Program Alih Teknologi:

- Penerapan metode baru dan inovatif dalam memfasilitasi UMKM Stockayu.id dalam mengadopsi teknologi terkini.
- Integrasi solusi digital yang relevan dengan kebutuhan khusus mitra.

2. Pendekatan Holistik dalam Digital Marketing:

- Pengembangan kurikulum pelatihan digital marketing yang mencakup aspek strategis dan praktis.

- Penerapan metode pembelajaran yang interaktif dan adaptif untuk memastikan pemahaman yang mendalam.
3. Pendampingan Terintegrasi HKI Merek Dagang:
 - Pengenalan konsep HKI Merek Dagang sebagai bagian integral dari strategi penguatan daya saing UMKM.
 - Pendampingan yang holistik, termasuk proses pengumpulan dokumen dan interaksi langsung dengan pihak berwenang.
 4. Kolaborasi Multi-Pihak:
 - Kerja sama erat antara lembaga pendidikan, UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya.
 - Penglibatan pihak eksternal, seperti ahli industri, dalam memperkaya perspektif dan memberikan wawasan praktis.
 5. Pendekatan Berkelanjutan:
 - Pemikiran jangka panjang dalam merancang program, termasuk rencana tindak lanjut dan pematapan.
 - Upaya berkelanjutan dalam mendukung mitra setelah selesainya program.

Kebaharuan ini tidak hanya menciptakan dampak yang lebih signifikan dalam pengembangan UMKM, tetapi juga memberikan kontribusi pada pembaruan paradigma dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Kami yakin bahwa melalui terobosan ini, pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi motor penggerak perubahan positif yang lebih luas dalam pembangunan sosial dan ekonomi di Indonesia.

3. HKI

Draft pengajuan HKI berupa ajuan Merek dan Desain Industri.

BAB III. PELAKSANAAN PROGRAM

A. Persiapan dan Sosialisasi

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan persiapan dan sosialisasi kepada mitra. Persiapan yang dilakukan meliputi observasi, penyusunan materi pelatihan dan pendampingan, serta penyusunan jadwal pelaksanaan kegiatan. Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan program pengabdian kepada masyarakat kepada mitra dan untuk memperoleh persetujuan dari mitra untuk mengikuti kegiatan.

Pada tahap observasi, tim pengabdian mengikuti kegiatan produksi Stockayu.id di workshop mereka di Jl. Soekarno Hatta KM 5,5 RT 001 RW 001 Langan, Tahunan Jepara Jawa Tengah. Pada tahapan ini, tim pengabdian memperoleh gambaran jelas terkait proses bisnis yang dilakukan oleh UMKM Stockayu.id. Proses bisnisnya dimulai dari pembelian bahan baku, proses produksi, pemasaran, dan pengemasan serta pengiriman.



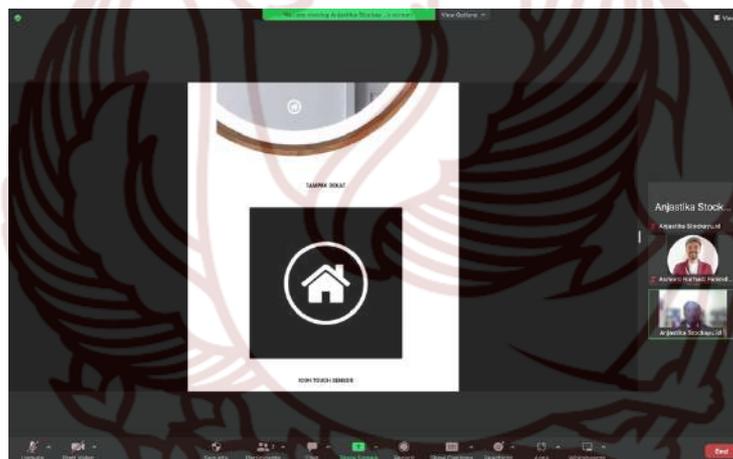
Gambar 4. Workshop Stockayu.id

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan pertama kali adalah sosialisasi pemasaran kepada UMKM Stockayu.id. Dalam sosialisasi tersebut pelaku UMKM diberikan materi mengenai pemasaran melalui *market place* yaitu Tokopedia dan Shopee dan promosi menggunakan media sosial yaitu Instagram dan Facebook. Pada tahap ini, tim pengabdian menjelaskan tentang gambaran umum metode pemasaran dengan bantuan teknologi, manfaat pengembangan metode pemasaran, jual beli menggunakan platform digital (*market place*) dan promosi menggunakan berbagai macam media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran, cara membuat akun media sosial menjadi lebih menarik, cara mengoperasikannya dan cara pengelolaannya. Kegiatan sosialisasi kedua adalah pengajuan HKI baik berupa merek dagang maupun desain industri.

B. Diskusi melalui Focus Group Discussion (FGD)

Kegiatan diskusi melalui FGD dilakukan pada bulan September 2023. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali permasalahan dan kebutuhan mitra terkait optimalisasi media sosial dan pendaftaran merek dagang. FGD dilakukan untuk menggali permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait optimalisasi media sosial dan pendaftaran merek dagang. Hasil dari FGD ini digunakan untuk menyusun materi pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

Diskusi Tuntas tentang tantangan dengan Identifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra. Mitra menyampaikan bahwa mereka mengandalkan galeri *online* untuk menyajikan produk mereka, hal ini dilakukan karena keterbatasan modal sehingga Stockayu.id tidak bisa memiliki galeri sendiri. Galeri *online* yang dimiliki menggunakan *platform* media sosial Instagram dan Facebook, sedangkan untuk penjual *online* menggunakan situs *e-commerce* Tokopedia dan Shopee.



Gambar 5. Diskusi online

Dalam diskusi mendalam untuk memahami konteks dan akar permasalahan, salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan Stockayu.id adalah meningkatkan status di *e-commerce* menjadi Official Store yaitu label khusus untuk toko yang telah terverifikasi menjual merek resmi dan barang asli di Tokopedia dan Shopee. Menjadikan Stockayu.id sebagai Official Store akan meningkatkan penjualan, karena alasan pembeli memilih berbelanja di Official Store karena kualitas barang yang dijamin Pasti Ori, Pasti Ready, Garansi Barang 7 hari, serta promo eksklusif khusus Seller dengan Official Store seperti yang terlihat di Gambar 6. Selain menjadi pilihan pembeli dengan berbagai dukungan promosi dan marketing dari Tokopedia, fitur khusus Official Store adalah mendapatkan layanan terbaik dari Tokopedia berupa layanan prioritas, dukungan *relationship manager*, dan akses prioritas ke program dan fitur baru

Tokopedia. Juga berbagai keunggulan untuk meningkatkan performa toko melalui diskon toko dan *flash sale* toko.

Fitur Khusus Official Store Tokopedia

	Regular Merchant	Power Merchant	Power Merchant PRO	Official Store
Pilihan Utama Pembeli				
Dukungan Promosi & Marketing	★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★★
Layanan Terbaik dari Tokopedia				
Layanan Prioritas Tokopedia Care	○	○	●●	●●●
Kesempatan dapat dukungan Relationship Manager	○	○	●	●●
Akses prioritas ke program & fitur terbaru	○	●	●	●●
Berbagai Keunggulan untuk Meningkatkan Performa				
Diskon Toko	○	○	●	●
Flash Sale Toko	○	○	●	●
Rilis Spesial	○	5x/bulan	10-20x/bulan	50x/bulan

Gambar 6. Fitur khusus Official Store Tokopedia.

Persyaratan menjadi Official Store di Tokopedia (“Daftar Official Store dan Kembangkan Usahamu - Pusat Seller Tokopedia” 2023) bagi badan usaha yang berstatus sebagai produsen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berjualan barang hasil produksi adalah:

1. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)/Nomor Induk Berusaha (NIB)
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Perusahaan
3. Akta Perubahan Perusahaan & SK Menkumham
4. Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) atas nama merek atau produk yang dijual
5. Kartu Tanda Penduduk (KTP)
6. Surat Kuasa (jika yang menandatangani perjanjian tidak tertera pada akta)

Persyaratan diatas menunjukkan bahwa Stockayu.id belum memiliki Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) atas nama merek atau produk yang dijual, sehingga perlu diupayakan untuk mendaftarkan merek dan memiliki hak atas merek tersebut.

Perencanaan tindak lanjut dari hasil diskusi adalah mempersiapkan berkas untuk pendaftaran merek, evaluasi dan pendampingan desain industri, serta memaksimalkan dan efektifitas media sosial sebagai galeri online. Strategi penyelesaian untuk masalah yang diidentifikasi tersebut adalah dengan edukasi, pendampingan desain industri dan desain konten media sosial, dan pendampingan pendaftaran HaKI.

C. Pengumpulan berkas dan pendaftaran Merek Dagang

Merek merupakan aset tidak berwujud, pada Pasal 1 angka (5) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis disebutkan 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 (Indonesia 2016). Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual melalui website resminya (“Merek” 2023), menyampaikan tentang prosedur pendaftaran merek baru dan alur bisnis proses pendaftaran merek seperti pada Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Prosedur Pendaftaran Merek Baru

Syarat:

1. Etiket/Label Merek
2. Tanda Tangan Pemohon
3. Surat Rekomendasi UKM Binaan atau Surat Keterangan UKM Binaan Dinas (Asli) - Untuk Pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil (Unduh Surat Edaran UMK)
4. Surat Pernyataan UMK Bermaterai - Untuk Pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil

Sedangkan ISI Surakarta menerbitkan Panduan Pendaftaran Kekayaan Intelektual (LP2P3M 2019) dengan maksud untuk memberikan informasi singkat tentang pendaftaran kekayaan intelektual, sehingga informasi tersebut dapat digunakan untuk memupuk semangat mendaftarkan kekayaan intelektual sebagai karya penelitian dan karya seni dalam upaya perlindungan secara hukum. Termasuk diantaranya adalah membantu mempermudah mitra binaan ISI Surakarta dalam mendaftarkan kekayaan intelektual. Dari panduan tersebut, maka

dilakukan pengumpulan berkas dan analisis awal kesiapan berkas untuk proses pendaftaran kekayaan intelektual selanjutnya.

a. Pengidentifikasian Dokumen:

Identifikasi dan pencatatan semua dokumen yang diperlukan dalam program atau proyek. Ini melibatkan meninjau persyaratan, kebijakan, pedoman, dan instruksi yang berkaitan dengan program tersebut.

a. Identifikasi merek UMKM Stockayu.id



Gambar 8. Konfigurasi Identitas Visual Stockayu.id yang diajukan sebagai merek

Logo terdiri dari gabungan logogram dan logotype, logogram seperti huruf “S” yang digaya dengan warna oranye, diikuti dengan kata “Stockayu.id” berwarna oranye di sebelahnya. Huruf “S” terbuat dari dua garis melengkung yang membentuk lekukan. Logotype “Stockayu.id” ditulis dengan font tanpa kait.

b. Identifikasi Desain Industri UMKM Stockayu.id

UMKM Stockayu.id mengkreasi bentuk, konfigurasi atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan akan diwujudkan dalam pola dua dimensi serta akan dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri atau kerajinan tangan berupa *Icon touch censor*. Desain industry yang dihasilkan seperti pada Gambar 9 berupa lingkaran dengan ikon seperti rumah.

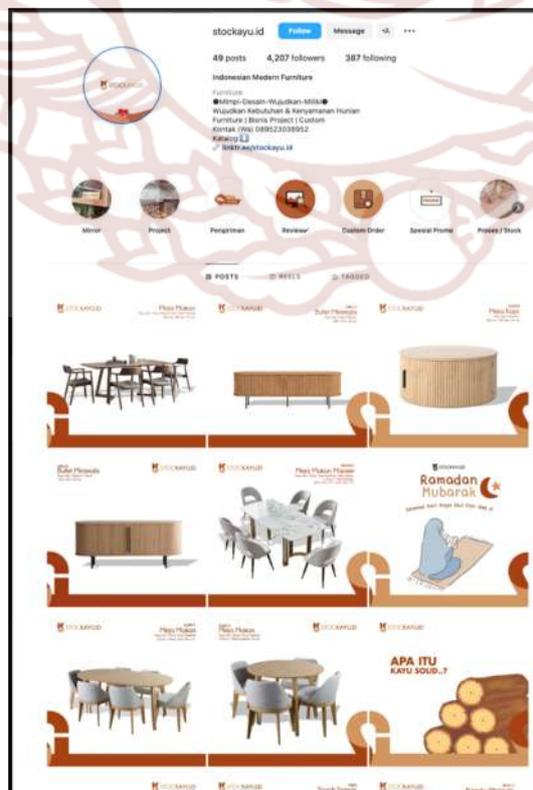


Gambar 9. Desain Industri kreasi Stockayu.id.

c. Media UMKM Stockayu.id

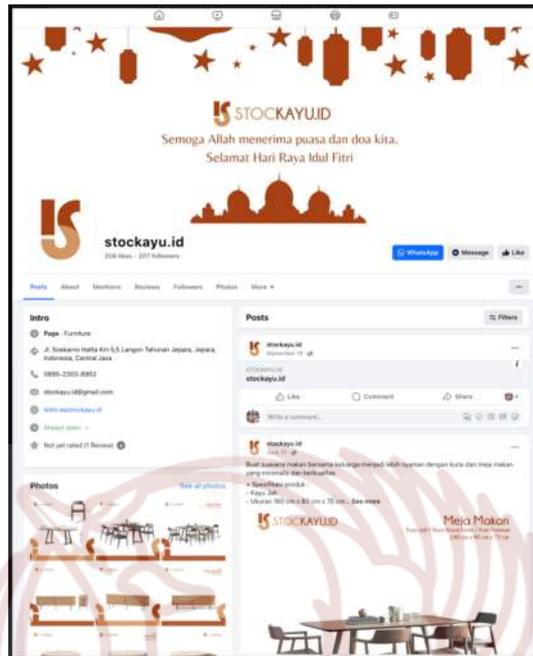
UMKM Stockayu.id memiliki dua media sosial yaitu Facebook dan Instagram, memiliki dua e-commerce yaitu Tokopedia dan Shopee, serta memiliki satu *landing page* berupa *platform* yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan satu tautan tunggal yang berisi daftar tautan ke berbagai profil dan sumber daya *online* yaitu Linktree.

1) Instagram



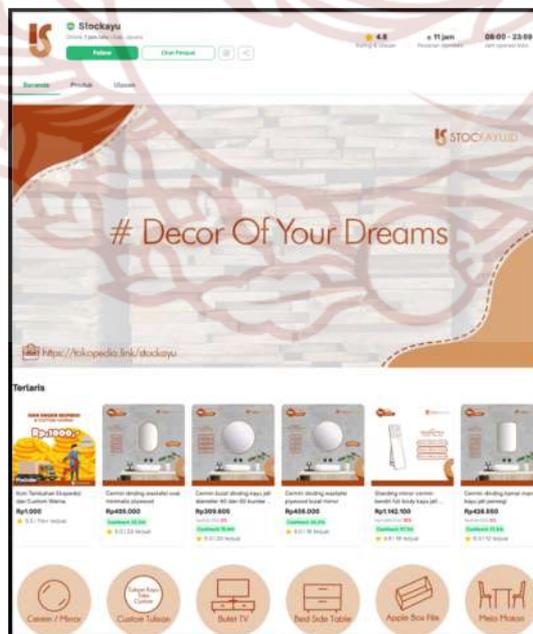
Gambar 10. Instagram Stockayu.id.

2) Facebook



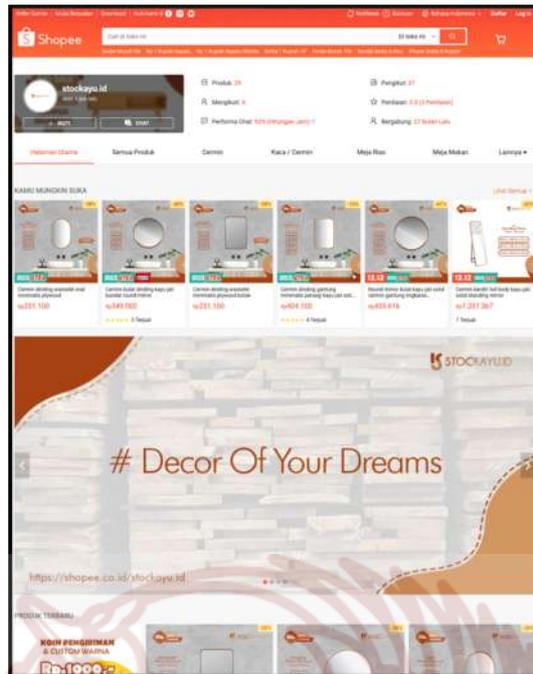
Gambar 11. Facebook Stockayu.id.

3) Tokopedia



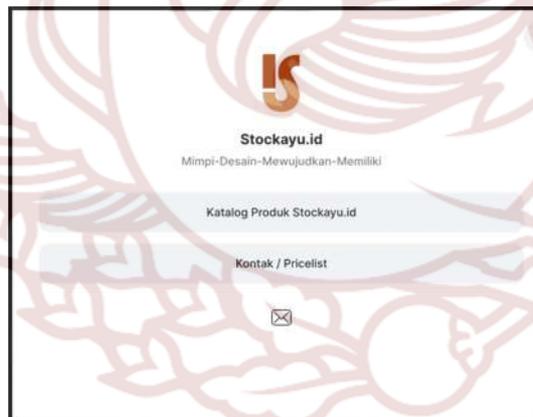
Gambar 12. Tokopedia Stockayu.id.

4) Shopee



Gambar 13. Shopee Stockayu.id.

5) Linktree



Gambar 14. Linktree Stockayu.id.

b. Persiapan Template dan Instruksi

Mempersiapkan template atau formulir standar yang akan digunakan untuk mengumpulkan informasi secara konsisten. Instruksi yang jelas juga harus disediakan kepada mitra untuk memastikan pemahaman yang sama mengenai proses pendaftaran HKI. Pada Gambar 15 dicontohkan template Surat Pernyataan UMK Bermaterai untuk pengajuan HKI.

SURAT PERNYATAAN UMK

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : _____

Alamat : _____

Merek : _____ Kelas Merek : _____

Dengan ini menyatakan bahwa Surat Rekomendasi Usaha Mikro Kecil yang saya lampirkan adalah benar. Apabila dikemudian hari terbukti tidak benar / palsu, maka saya bersedia untuk dilakukan tindakan Ditarik Kembali dan Dihapus oleh Kantor Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual terhadap Pengajuan Permohonan Merek saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagai mestinya.

Muzrai 10000

{.....}

Nama Lengkap Pemohon Merek*

* Semua pemohon merek UMK wajib menandatangani diatas materai

Gambar 15. Template Surat Pernyataan UMK Bermaterai.

c. Komunikasi kepada Pihak Terkait

Menginformasikan semua pihak terkait mengenai proses pengumpulan berkas, termasuk penjelasan tentang apa yang perlu dikumpulkan, batas waktu pengumpulan, dan kontak yang bisa dihubungi untuk pertanyaan atau bantuan. Komunikasi kepada LPPMPP ISI Surakarta terkait template draft pengajuan HKI dan jadwal pengajuan HKI beserta syarat-syarat yang harus dipenuhi.

4. Verifikasi dan Validasi:

Verifikasi dan memvalidasi setiap berkas yang dikumpulkan untuk memastikan kelengkapan dan keakuratan informasi. Jika terdapat kekurangan atau kesalahan, mitra diminta untuk menyediakan kembali data yang benar atau melengkapi informasi yang kurang.

Dilakukan verifikasi berkas sebelum pendaftaran kekayaan intelektual, Merek bagaimanakah yang tidak dapat didaftarkan (LP2P3M 2019):

- 1) bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- 2) sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;
- 3) memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;

- 4) memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
- 5) tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
- 6) merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Tabel 3. Kesiapan berkas pendaftaran kekayaan intelektual Stockayu.id

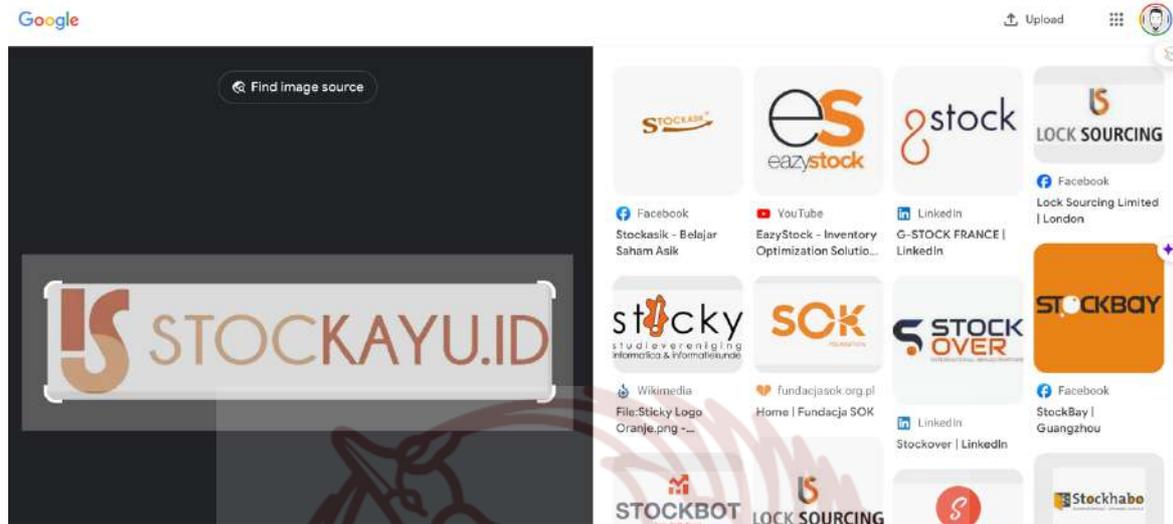
	ideologi	kesamaan	penyesatan	keterangan	pembeda	umum
evaluasi	Tidak bertentangan	Tidak ada kesamaan	Tidak menyesatkan	Tidak mengandung keterangan	Berbeda dan unik	Tidak umum

Hasil evaluasi berkas awal terhadap kesiapan kekayaan intelektual merek Stockayu.id menggunakan enam indikator seperti Tabel 3 didapati bahwa merek Stockayu.id memenuhi kriteria untuk didaftarkan sebagai merek.

Evaluasi berkas selanjutnya adalah agar pendaftaran tidak ditolak, indikator yang digunakan:

- 1) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
- 2) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
- 3) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis sepanjang memenuhi persyaratan tertentu yang ditetapkan lebih lanjut dengan peraturan pemerintah;
- 4) mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal;
- 5) merupakan atau menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
- 6) merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang;

- 7) merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stemple resmi yang digunakan oleh Negara atau lembaga pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang



Gambar 16. Penelusuran merek menggunakan Google Lens.

Penelusuran menggunakan Google Lens seperti pada Gambar 16 didapati bahwa merek Stockayu.id tidak memiliki kemiripan dan kesamaan dengan merek lain, sehingga verifikasi menggunakan indikator agar pendaftaran tidak ditolak seperti pada Tabel 4 didapati bahwa semua indikator tidak sama dan tidak menyerupai, sehingga merek Stockayu.id siap didaftarkan HKI.

Tabel 4. Evaluasi kesamaan kekayaan intelektual.

No	Evaluasi	Ya	Tidak
1	persamaan dengan Merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu		V
2	persamaan dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain yang sejenis		V
3	persamaan dengan Merek yang sudah terkenal milik pihak lain yang tidak sejenis		V
4	persamaan dengan indikasi-geografis yang sudah dikenal;		V
5	menyerupai nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki pihak lain		V
6	menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem negara		V

7	menyerupai tanda atau cap atau stemple resmi yang digunakan oleh Negara atau lembaga pemerintah		V
---	---	--	---

Desain Industri dapat didaftarkan jika Desain Industri tersebut:

1. Baru, apabila pada tanggal penerimaan permohonan pendaftaran Desain Industri tersebut tidak sama dengan pengungkapan Desain Industri yang telah ada sebelumnya;
2. Tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum, agama, atau kesusilaan.



Gambar 17. Evaluasi Desain Industri menggunakan Google Image.

Validasi menggunakan Google Lens terhadap desain industri kreasi Stockayu.id didapati hasil seperti Gambar 17, terlihat bahwa desain yang dihasilkan mitra memiliki kemiripan dengan banyak desain pihak lain sehingga nilai kebaruan tidak terpenuhi. Hasil verifikasi desain industri didapati kemiripan jadi mitra harus membuat desain baru yang berbeda dengan pihak lain.

D. Pelatihan dan Pendampingan

Pelaksanaan Program Pelatihan dan Pendampingan melibatkan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi individu atau kelompok dalam hal ini adalah *owner* Stockayu.id serta memberikan bimbingan dan dukungan selama dan setelah pelatihan.

1. Persiapan Pelatihan:

1. Identifikasi Materi Pelatihan:

- Penentuan materi yang sesuai dengan kebutuhan mitra Stockayu.id.
- Fokus pada peningkatan keterampilan teknologi, pemasaran digital, dan aspek HKI.

Kebutuhan pendaftaran Surat permohonan pendaftaran Merek dilampiri dengan:

- 1) fotokopi KTP, sedangkan bagi pemohon yang berasal dari luar negeri sesuai dengan ketentuan undang-undang harus memilih tempat kedudukan di Indonesia, biasanya dipilih pada alamat kuasa hukumnya;
- 2) fotokopi akte pendirian badan hukum yang telah disahkan oleh notaris apabila permohonan diajukan atas nama badan hukum;
- 3) fotokopi peraturan pemilikan bersama apabila permohonan diajukan atas nama lebih dari satu orang (Merek kolektif);
- 4) surat kuasa khusus apabila permohonan pendaftaran dikuasakan;
- 5) tanda pembayaran biaya permohonan;
- 6) 10 helai etiket Merek (ukuran maksimal 9x9 cm, minimal 2x2 cm);
- 7) surat pernyataan bahwa Merek yang dimintakan pendaftaran adalah miliknya.

2. Penyusunan Rencana Pelatihan:

- Pengorganisasian materi dalam rencana pelatihan yang terstruktur.



Gambar 18. Materi pelatihan HKI

- Penentuan metode pengajaran yang efektif.

2. Pelaksanaan Pelatihan:

a. Sesi Teori dan Praktik:

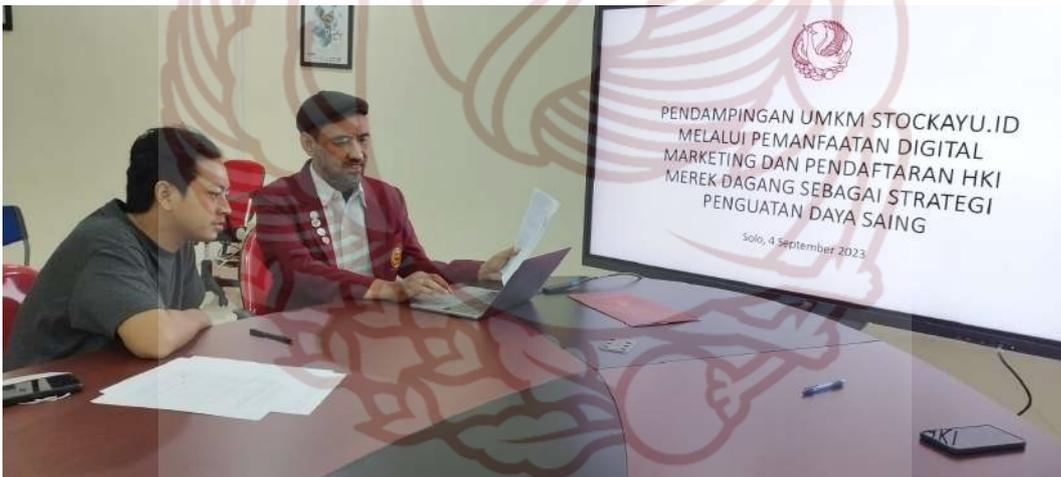
- Kombinasi sesi teori dan praktik untuk memaksimalkan pemahaman.
- Penerapan studi kasus untuk mendemonstrasikan penggunaan praktis.



Gambar 19. Pelatihan hari 1

b. Interaksi dan Diskusi:

- Mendorong partisipasi aktif melalui sesi tanya jawab dan diskusi.
- Sesi brainstorming untuk membangun kreativitas.



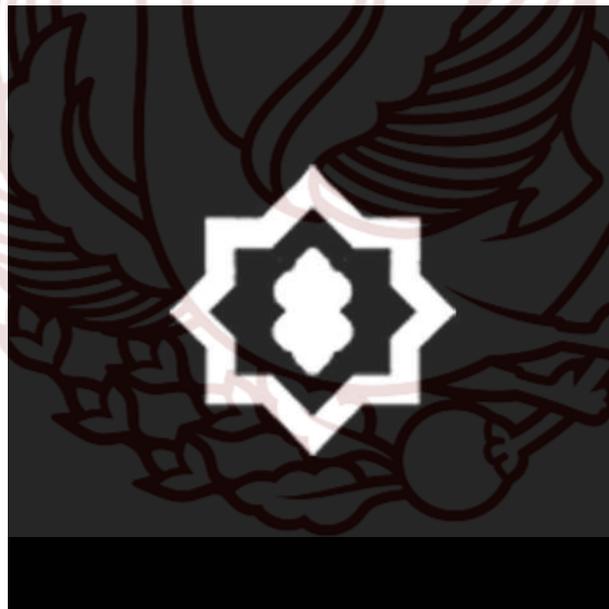
Gambar 20. Pelatihan hari 2 praktik



Gambar 21. Pelatihan hari 2 evaluasi

c. Pemantauan Kemajuan:

- Pemantauan progres peserta melalui tugas dan ujian kecil.
- Penyesuaian materi pelatihan yang diperlukan.



Gambar 22. Hasil evaluasi desain industri.



Gambar 23. Pelatihan hari 3 penyusunan berkas siap daftar HKI

E. Evaluasi/Monitoring

Pelaksanaan Program Evaluasi/Monitoring melibatkan proses pengawasan, pemantauan, dan penilaian terhadap pelaksanaan dan hasil program yang sedang berjalan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa program tersebut berjalan sesuai dengan rencana, memenuhi target yang ditetapkan, dan memberikan manfaat yang diharapkan. Berikut adalah beberapa elemen yang terkait dengan pelaksanaan program evaluasi/monitoring:

1. Pengembangan Indikator dan Kriteria Evaluasi: Membuat indikator yang dapat mengukur kemajuan, pencapaian, dan dampak program. Indikator ini harus spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan terkait dengan tujuan program. Selain itu, kriteria evaluasi juga ditentukan untuk menilai apakah performa program telah mencapai tingkat yang diharapkan.
2. Pengumpulan Data: Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk memonitor dan mengevaluasi program. Data dapat berupa informasi kuantitatif (misalnya jumlah peserta, tingkat kehadiran, hasil tes) dan kualitatif (misalnya umpan balik peserta, studi kasus). Metode pengumpulan data dapat meliputi survei, wawancara, observasi, dan analisis dokumen.
3. Analisis Data: Menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk memahami pelaksanaan program dan mencari tren atau pola. Analisis ini dapat dilakukan dengan menggunakan teknik statistik atau metode lain yang relevan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Hasil analisis ini memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang perkembangan program dan kontribusinya terhadap pencapaian tujuan.

4. Penyusunan Laporan: Menyusun laporan evaluasi yang menggambarkan temuan dan hasil dari proses evaluasi/monitoring. Laporan ini mencakup ringkasan pelaksanaan program, analisis data, pemenuhan target, keberhasilan yang dicapai, kendala yang dihadapi, serta rekomendasi untuk perbaikan. Laporan ini dapat digunakan untuk informasi internal bagi pelaksana program, pemangku kepentingan, atau pihak yang bertanggung jawab.
5. Pemantauan Kemajuan: Melakukan pemantauan reguler terhadap pelaksanaan program selama berlangsung, untuk memastikan bahwa program tetap berjalan sesuai rencana dan tujuan yang telah ditentukan. Pemantauan ini melibatkan pemantauan indikator kinerja, tingkat kepatuhan terhadap rencana pelaksanaan, serta identifikasi dan penyelesaian masalah yang muncul selama proses pelaksanaan.
6. Evaluasi Dampak: Mengukur dampak yang dicapai oleh program, baik dalam jangka pendek, menengah, maupun panjang. Evaluasi dampak berfokus pada perubahan yang terjadi dan kontribusi program terhadap pencapaian hasil yang diinginkan. Ini melibatkan membandingkan hasil aktual dengan hasil yang diharapkan, menilai efektivitas program, serta memperoleh wawasan untuk perbaikan program di masa depan.

Proses evaluasi/monitoring dilakukan secara berkelanjutan dan terencana agar program bisa disesuaikan dan diperbaiki sesuai kebutuhan. Tinjauan berkala dan dialog dengan mitra juga penting dalam menginformasikan evaluasi/monitoring dan meningkatkan kualitas program yang sedang berjalan.

BAB IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui pengabdian kepada masyarakat ini, terlihat bahwa pemanfaatan digital marketing dan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Merek Dagang mampu memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM Stockayu.id. Berdasarkan evaluasi dan monitoring yang dilakukan, beberapa kesimpulan dapat diambil:

1. Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan:
 - Program alih teknologi dan pelatihan digital marketing berhasil meningkatkan keterampilan teknologi dan pemahaman pemasaran digital mitra.
 - Mitra Stockayu.id menunjukkan peningkatan signifikan dalam mengelola dan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram.
2. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI):
 - Pendampingan dalam pendaftaran HKI Merek Dagang memberikan pemahaman yang lebih baik kepada mitra mengenai pentingnya melindungi identitas merek mereka.
 - Proses pendaftaran HKI Merek Dagang berjalan dengan lancar, menandakan kesadaran mitra akan kebutuhan melindungi hak kekayaan intelektualnya.
3. Peningkatan Daya Saing:
 - Integrasi strategi digital marketing dan perlindungan HKI menjadi penguat daya saing utama bagi UMKM Stockayu.id.
 - Mitra melaporkan peningkatan visibilitas, kehadiran pasar, dan kepercayaan pelanggan.
4. Kolaborasi dan Jaringan:
 - Kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti ahli industri, memberikan kontribusi berharga dan membuka peluang kerjasama lebih lanjut.
 - Peningkatan jaringan antara UMKM dan pihak terkait mengindikasikan keberlanjutan hubungan positif di masa depan.

B. Saran

Berdasarkan hasil kegiatan ini, beberapa saran dapat diajukan untuk meningkatkan dampak dan keberlanjutan program:

1. Pemantapan dan Peningkatan Program:

- Melakukan pemantapan secara rutin untuk memastikan kelangsungan dan perbaikan program.
 - Menyelenggarakan sesi evaluasi berkala dengan mitra untuk mendengar masukan dan perbaikan yang dapat dilakukan.
2. Pengembangan Program Lanjutan:
 - Mengembangkan program lanjutan atau modul tambahan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan mitra.
 - Menyesuaikan program dengan perkembangan terbaru dalam teknologi dan tren pemasaran digital.
 3. Diseminasi Hasil dan Good Practices:
 - Menggulirkan keberhasilan program kepada UMKM lain melalui publikasi dan seminar.
 - Berbagi praktik baik kepada komunitas pengembang UMKM di tingkat lokal dan nasional.
 4. Pelibatan Pemerintah dan Lembaga Terkait:
 - Mendorong pelibatan lebih lanjut dari pemerintah dan lembaga terkait dalam mendukung pengembangan UMKM.
 - Memperkuat kerjasama dengan pihak yang berkompeten dalam hak kekayaan intelektual.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan program ini dapat menjadi contoh yang inspiratif dan memberikan kontribusi lebih lanjut pada pengembangan UMKM di Indonesia. Melalui kolaborasi berkelanjutan, kita dapat membentuk masyarakat yang lebih tangguh dan berdaya saing tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- “Badan Pusat Statistik.” 2017. BPS Kabupaten Jepara. March 1, 2017.
<https://jeparakab.bps.go.id/statictable/2017/03/01/489/tabel-table-6-1-1-banyaknya-unit-usaha-unit-dan-tenaga-kerja-orang-dirinci-menurut-jenis-industri-kecil-menengah-di-kabupaten-jepara-ikm-2015.html>.
- “_____.” 2020. BPS Kabupaten Jepara. March 19, 2020.
<https://jeparakab.bps.go.id/statictable/2020/03/19/686/banyaknya-sentra-industri-kecil-di-kabupaten-jepara-2018.html>.
- “Daftar Official Store dan Kembangkan Usahamu - Pusat Seller Tokopedia.” 2023. Pusat Edukasi Seller. 2023. <https://seller.tokopedia.com/edu/official-store>.
- Indonesia, Republik. 2016. “Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis.” Jakarta.
- Kemenperin. 2022. “Ekspor Industri Furnitur Naik 33 Persen, Terus Optimalkan Pasar Global.” Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Agustus 2022.
<https://kemenperin.go.id/artikel/23470/Ekspor-Industri-Furnitur-Naik-33-Persen,-Terus-Optimalkan-Pasar-Global>.
- LP2P3M, ISI Surakarta. 2019. “Panduan Pendaftaran Kekayaan Intelektual.” Surakarta: LP2P3M. <https://lppm.isi-ska.ac.id/wp-content/uploads/2020/03/Panduan-Pendaftaran-Kekayaan-Intelektual.pdf>.
- Matitaputty, Shandy Jannifer, Westri Kekalih, Agnes Arie M. Christie, and Paulina Rini Hastuti. 2020. “Perkembangan Industri Furnitur Kabupaten Jepara Serta Kaitannya Dengan Potensi Penerimaan Pajak.” *PRAXIS 2* (2): 117.
<https://doi.org/10.24167/praxis.v2i2.2500>.
- “Merek.” 2023. 2023. <https://dgip.go.id/menu-utama/merek/syarat-prosedur>.
- Sinaga, Niru Anita, and Muhammad Ferdian. 2020. “PELANGGARAN HAK MEREK YANG DILAKUKAN PELAKU USAHA DALAM PERDAGANGAN MELALUI TRANSAKSI ELEKTRONIK (E-COMMERCE).” *JURNAL ILMIAH HUKUM DIRGANTARA* 10 (2). <https://doi.org/10.35968/jh.v10i2.463>.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Peta Lokasi Wilayah Mitra

