

## KEKAYAAN INTELEKTUAL DAN PEMANFAATAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH GOLOK UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN DI DESA TEJAMARI KECAMATAN BAROS

Sulasno<sup>1\*</sup>, Inge Dwisvimiar<sup>2</sup>, Lina Karlina<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Prodi Ilmu Hukum Fisipkum Universitas Serang Raya, <sup>2</sup>Fakultas Hukum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, <sup>3</sup>Prodi Ilmu Hukum Fisipkum Universitas Serang Raya  
Correspondent Author Email\*: Sulasno1971@gmail.com

### Abstract

*The lack of understanding of the people of Tejamari Village regarding intellectual property needs to receive serious attention from various parties, especially from the regional government of Pandeglang Regency. One of them is related to the use of micro, small and medium enterprises (MSMEs) which is a strategic effort to stimulate the local economy and encourage community economic independence. In the midst of global competition and increasingly complex market dynamics, product quality has become a very important thing that can influence the competitiveness of MSMEs. The implementation of this community service aims to increase product utilization at Golok MSMEs located in Pasir Sirem Village, Tejamari Village, Baros District. The implementation methods used in this service include field surveys and digital marketing training for Golok MSME owners. A field survey was conducted to identify the challenges and potential that Golok MSMEs have in increasing the credibility of their products. The results of this service show that a better understanding of production management, development of intellectual property (brands, copyrights, patents, industrial designs, trade secrets, DTLST) and marketing strategies have a positive impact on product quality and customer perceptions of the quality of MSME Golok products. Through intensive assistance, Golok MSMEs are able to improve and improve the economy of the local community.*

**Keywords:** MSME Products, Digital Marketing, Intellectual Property

### Abstrak

Kekurang pahaman masyarakat Desa Tejamari terkait dengan kekayaan intelektual perlu mendapatkan perhatian yang serius dari berbagai pihak utamanya dari pihak pemerintahan daerah Kabupaten Pandeglang. Salah satunya berkaitan dengan pemanfaatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya strategis dalam menggerakkan perekonomian lokal serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Di tengah persaingan global dan dinamika pasar semakin kompleks, kualitas produk menjadi hal yang sangat penting yang dapat mempengaruhi daya saing UMKM. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan produk pada UMKM Golok yang berlokasi di Kampung Pasir Sirem, Desa Tejamari, Kecamatan Baros. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi survei lapangan dan pelatihan digital marketing kepada pemilik UMKM Golok. Survei lapangan dilakukan untuk mengidentifikasi tantangan dan potensi yang dimiliki oleh UMKM Golok dalam meningkatkan kredibilitas produk mereka. Adapun hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen produksi, pengembangan kekayaan intelektual (merek, cipta, paten, desain industri, rahasia dagang, DTLST) dan strategi pemasaran memberikan dampak positif terhadap kualitas produk dan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk UMKM Golok. Melalui pendampingan intensif, UMKM Golok mampu meningkatkan dan menyejahterakan perekonomian masyarakat setempat.

**Kata kunci :** Produk UMKM, Digital Marketing, Kekayaan Intelektual.

Copyright©2023, Sulasno, Inge Dwisvimiar, Lina Karlina  
This is an open access article under the CC-BY NC-SA license.  
DOI 10.10.30656/ps2pm.v5i2.7592

## PENDAHULUAN

Desa Tejamari merupakan bagian dari Kecamatan Baros yang terletak di Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Masyarakat yang tinggal di Desa Tejamari umumnya bermata pencaharian sebagai petani, namun tidak sedikit pula masyarakat yang menjadi pengrajin golok. Semua pengrajin golok di desa ini umumnya melanjutkan usaha milik orang tuanya, yang mana mereka juga meyakini bahwa golok merupakan warisan dari leluhur mereka (Gentari, (R. E., Dewi, L. M., & Hasanah, A. N, 2021). Pemahaman masyarakat terhadap kekayaan intelektual, digital marketing, di Kampung Pasir Sirem, Desa Tejamari, Kecamatan Baros masih sangat rendah. Untuk itu perlu adanya edukasi, sosialisasi, pembelajaran yang intensif terkait dengan materi tersebut, agar para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) tersebut melek terhadap tidak hanya manajemen, teknologi informasi, media sosial tetapi tak kalah pentingnya berkaitan kekayaan intelektual. Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam memajukan ekonomi lokal serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang berbasis kekayaan intelektual. sehingga dapat berkembang dan meningkatkan serta berkelanjutan. Permasalahan yang paling sering dihadapi para pengrajin golok umumnya produk UMKM adalah rendahnya sumber daya manusia dan sulitnya akses kepada teknologi yang sangat pesat berkembang sehingga diperlukan pendampingan dan edukasi kepada pelaku bisnis yang menginginkan perubahan. (Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I, 2021).

Digital marketing sebenarnya telah digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama oleh berbagai pihak, terutama perusahaan-perusahaan besar. Situs web dan iklan telah menjadi platform umum bagi perusahaan untuk memamerkan konten produk mereka. Keuntungan utama dari pemasaran digital terletak pada kemampuannya untuk dengan cepat mencapai calon konsumen tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Konsep ini menawarkan praktisitas, kecepatan, dan efisiensi kepada para produsen. Seiring dengan kemajuan teknologi, lingkup pemasaran digital meluas dari sekadar situs web dan iklan; sekarang ini melibatkan kehadiran produsen pada platform media sosial mereka sendiri. Perkembangan ini memungkinkan pemanfaatan konsep pemasaran digital baru ini oleh usaha kecil berbasis rumah atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang

sebagian besar berkontribusi pada perekonomian Indonesia Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020).

Upaya untuk mewujudkan UMKM menghadapi era digital harus adanya suatu gerakan pemberdayaan. Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang, pemberdayaan UMKM dengan memanfaatkan teknologi dan pelatihan yang tepat menjadi hal yang mendasar. Di tengah persaingan global dan perubahan dinamika pasar yang cepat, UMKM perlu memahami dan menerapkan strategi digital marketing untuk meningkatkan daya saing mereka.

Pelatihan dengan materi kekayaan intelektual. digital marketing merupakan aspek kunci dalam membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan meningkatkan visibilitas serta jangkauan produk mereka di pasar digital. Keberadaan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) berinteraksi dengan konsumen dan memasarkan produk. Oleh karena itu, pelatihan kekayaan intelektual dan digital marketing menjadi langkah esensial dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk mengoptimalkan pemasaran produk mereka.

Fokus pelatihan pada aspek kekayaan intelektual dan digital marketing diharapkan dapat memberikan pemilik UMKM pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, optimasi pencarian online, serta cara berinteraksi dengan pelanggan secara efektif melalui platform digital. Melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM mampu membangun citra merek yang kuat, meningkatkan aksesibilitas produk, dan meraih pangsa pasar yang lebih luas.

Pengabdian dalam rangka melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi ini berfokus pada pemberian pelatihan kekayaan intelektual digital marketing kepada UMKM yang bergerak dalam produksi Golok di Kampung Pasir Sirem, Desa Tejamari, Kecamatan Baros. Golok sebagai produk tradisional memiliki potensi besar untuk mengembangkan pangsa pasar baik di dalam maupun di luar wilayah lokal. Namun, tantangan dalam mengoptimalkan pemasaran produk Golok di era digital memerlukan pengetahuan dan keterampilan khusus.

Program pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi (PT) adalah salah satu dari implementasi Tridharma PT. Program ini dilaksanakan dalam berbagai bentuk misalnya; pendidikan dan pelatihan masyarakat, pelayanan masyarakat, dan kajian tindak dari Ilmu pengetahuan dan teknologi yang dihasilkan oleh Perguruan Tinggi. Tujuan program ini adalah menerapkan hasil-hasil Iptek untuk pemberdayaan masyarakat sehingga menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dari kelompok masyarakat sasaran (Noor, I. H, 2010).

Melalui pendekatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan pemilik usaha mikro kecil menengah (UMKM) Golok dapat memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang digital marketing, teknologi informasi dan kekayaan intelektual dan mengaplikasikannya dalam mengelola bisnis mereka. Dengan demikian, pengabdian ini membawa dampak positif bagi perkembangan produk produk UMKM terutama Golok di kecamatan Baros umumnya, Kampung Pasir Sirem Desa Tejamari. Sehingga pertumbuhan ekonomi lokal, serta mendorong inovasi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

### **Permasalahan Desa**

Desa Tejamari memiliki beberapa permasalahan yang dialami oleh pengrajin golok dan perlu diatasi berupa:

1. UMKM Golok di Desa Tejamari memiliki akses pasar yang terbatas. Pengrajin kesulitan untuk menjangkau konsumen di luar daerah dan menghadapi persaingan yang ketat.
2. Mayoritas pelaku UMKM di desa ini belum memiliki keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digital dan internet untuk menjual produk mereka.
3. Produk UMKM di desa ini kurang dikenal oleh konsumen luar daerah karena kurangnya promosi produk.
4. Mayoritas para warga dan pengrajin produk produk UMKM terutama Golok belum memahami tentang kekayaan intelektual.

### **Tujuan Pengabdian**

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh parapengrajin golok atau pelaku UMKM Golok di Desa Tejamari maka tim pengabdian ini memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai berupa:

1. Untuk membantu para pengrajin Golok dan pelaku UMKM Golok di Desa Tejamari memperluas pasar mereka dengan strategi digital marketing yang efektif.
2. Untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku pengrajin Golok dan pelaku UMKM dalam menguasai keterampilan digital berupa pemasaran online dan penggunaan media sosial.
3. Untuk membantu mengembangkan strategi branding dan pemasaran yang kuat bagi para pengrajin dan pelaku UMKM Golok di Desa Tejamari agar semakin dikenal oleh masyarakat.
4. Memberikan pendampingan yang berkaitan dengan hukum khususnya kekayaan intelektual.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang di gunakan dalam program pengabdian masyarakat di Kampung Pasir Sirem, Desa Tejamari, Kecamatan Baros meliputi 3 (tiga) tahapan yaitu :

1. Survei

Awal dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini melibatkan tahap survei. Survei dilakukan untuk memahami kondisi awal UMKM Golok di Kampung Pasir Sirem, termasuk tantangan yang dihadapi serta potensi yang dapat ditingkatkan. Survei ini dilakukan melalui wawancara dengan pemilik UMKM Golok dan observasi langsung terhadap proses produksi, branding, dan pemasaran yang sedang berjalan.

2. Sosialisasi

Setelah melakukan survey, tahap sosialisasi dijalankan untuk menginformasikan tujuan, manfaat, serta rencana pelatihan kepada pemilik UMKM Golok. Sosialisasi dilakukan dalam bentuk pertemuan atau workshop di mana tim pelaksana pengabdian memaparkan konten pelatihan yang akan disampaikan. Selain itu, di tahap ini juga dijelaskan mengenai keuntungan dari penerapan strategi digital marketing dalam meningkatkan kredibilitas produk dan akses pasar.

3. Pelatihan

Pelatihan digital marketing merupakan inti dari kegiatan pengabdian ini. Pelatihan dilakukan dalam beberapa sesi yang membahas berbagai aspek penting dalam pemasaran digital, termasuk:

- ✓ Strategi pemasaran melalui media sosial
- ✓ Penggunaan platform online untuk promosi
- ✓ Membangun brand awareness melalui konten digital
- ✓ Interaksi efektif dengan pelanggan melalui media digital

Pelatihan disampaikan dalam bentuk presentasi, diskusi, studi kasus, serta praktik langsung. Peserta diajak untuk berinteraksi aktif, bertanya, dan berdiskusi mengenai penerapan konsep dalam bisnis masing-masing. Dalam sesi praktik, peserta diajak untuk merancang dan menerapkan strategi digital marketing yang sesuai dengan karakteristik dan tujuan UMKM Golok mereka. Dan tak kalah pentingnya Tim memberikan materi diskusi yang berkaitan dengan cara melindungi karya milik pengrajin Golok dan UMKM pada umumnya. Lebih tepatnya pengrajin Golok di berikan pemahaman tentang Kekayaan intelektual sampai pada tahap proses permohonan pendaftaran merek, cipta, paten disain industry ke Direktorat Jendral Kekayaan di Jakarta.

#### **HASIL YANG DICAPAI**

Hasil dari pelatihan digital marketing yang diberikan kepada pemilik UMKM Golok di Kampung Pasir Sirem menunjukkan peningkatan pemahaman mereka tentang strategi pemasaran digital. Para peserta menjadi lebih familiar dengan konsep-konsep seperti penggunaan media sosial, optimasi pencarian online, dan pengembangan konten digital. Mereka juga berhasil merancang strategi pemasaran digital yang lebih terarah dan berfokus pada nilai unik produk Golok mereka.

Pelatihan ini menghasilkan implementasi praktis dalam bisnis mereka, seperti pembuatan halaman media sosial resmi, peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui komunikasi online, untuk meningkatkan visibilitas online. Para peserta juga mulai memanfaatkan media digital untuk membangun citra merek yang lebih kuat, dengan menggabungkan elemen budaya lokal dan nilai-nilai tradisional dalam konten mereka. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang lebih terarah, pemilik UMKM Golok berhasil menciptakan kekayaan intelektual khususnya merek yang lebih modern dan relevan dengan pasar saat ini. Hal ini telah meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas dan keandalan produk, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan pangsa pasar.

Selain peningkatan mutu atau kualitas produk, pelatihan digital marketing ini juga memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan peningkatan penjualan dan akses pasar yang lebih luas melalui strategi digital marketing, UMKM Golok mampu meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Hal ini berdampak positif pada ekonomi masyarakat setempat, menciptakan peluang kerja tambahan, dan memperkuat konektivitas antara UMKM dengan komunitas lokal.

Pelatihan kekayaan intelektual, kewirausahaan, digital marketing telah memberikan dampak positif, tantangan ke depan yang dihadapi UMKM Golok meliputi pemeliharaan kontinuitas dan adaptasi dalam menghadapi perubahan tren digital. Oleh karena itu, dukungan lanjutan, pelatihan tambahan yang berkelanjutan dan pemanfaatan teknologi baru akan menjadi kunci untuk memastikan usaha dalam produk usaha kecil menengah golok mengalami perubahan yang dapat mendorong perubahan ke arah yang lebih baik dan menjanjikan dalam rangka menggapai kesejahteraan masyarakat setempat umumnya Kabupaten Serang

## SIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan melalui pelatihan digital marketing bagi UMKM Golok di Kampung Pasir Sirem, Desa Tejamari, Kecamatan Baros, telah membawa dampak positif yang signifikan. Peningkatan pengembangan produk, pertumbuhan ekonomi lokal, dan pemanfaatan UMKM Golok merupakan hasil konkret yang telah dicapai melalui pelatihan ini. Penerapan strategi pemasaran digital telah membuka peluang baru dan mengubah cara UMKM Golok berinteraksi dengan pelanggan serta memasarkan produk mereka di pasar yang semakin kompleks dan digital. Pemahaman yang benar terhadap kekayaan intelektual (KI) serta proses permohonan pendaftaran merek merupakan bentuk perlindungan hukum bagi produk UMKM.

Saran yang diusulkan untuk mengoptimalkan dampak positif dari pelatihan digital marketing bagi UMKM Golok meliputi pemeliharaan dan pengembangan kontinuitas keterampilan, kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan komunitas bisnis lokal, pemanfaatan teknologi lanjutan seperti analisis data dan e-commerce, pengembangan pelatihan tambahan yang lebih spesifik, serta pelaksanaan evaluasi berkala untuk

mengukur dampak jangka panjang dari pelatihan terhadap kredibilitas produk, pertumbuhan ekonomi, dan pemberdayaan UMKM Golok. Kekayaan intelektual merupakan hal terpenting dan tidak bisa dipisahkan antara produk hasil karya manusia dan hukum.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- Gentari, R. E., Dewi, L. M., & Hasanah, A. N. (2021). Upaya Peningkatan Penjualan dan Kemandirian Wirausahawan Golok Kecamatan Baros Kab Serang. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 16-22.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*.
- Noor, I. H. (2010). Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16 (3), 285-297.

## LAMPIRAN

### 1. Wawancara, dan sosialisasi Materi Kekayaan Intelektual, Digital Marketing



### 2. Kunjungan Pandai Besi

