



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

<https://journal.unwira.ac.id/index.php/BERBAKTI>

SOSIALISASI PENTINGNYA PEMBUKUAN USAHA DAN PENDAFTARAN MEREK DAGANG BAGI PELAKU UMKM DI DESA POJOK

Farid Qurota Ayun¹, Hana Ananda Murdita², Inggitma Raissa Syaba Listiyanda³, Karl Valentino William Rodeana⁴, Latifah Amalia Rengganis⁵, Melisa Dwi Wulandari⁶, Mahaputra Nur Muhammad⁷, Laela Muslihatul Bariyah⁸, Achmad^{9*}

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Sebelas Maret Surakarta

e-mail: achmad@staff.uns.ac.id^{9*}

Dikirim : 01 September 2023, Direvisi : 30 November 2023, Diterima: 08 Desember 2023

ABSTRAK

Permasalahan terkait dengan pembukuan usaha dan pendaftaran merek dagang masih sering ditemui pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengabdian ini bertujuan agar Pelaku UMKM di Desa Pojok dapat mengetahui pentingnya pembukuan keuangan dan pendaftaran merek dagang agar memiliki perlindungan hukum. Metode pelaksanaan dengan ceramah, diskusi dan tanya jawab dengan diadakan survei awal dan akhir untuk mengetahui respon peserta dalam mengikuti sosialisasi. Hasil kegiatan ini memberikan peningkatan pemahaman yang baik bagi para peserta. Hal ini terlihat dari survei peserta yang dilakukan pada awal sosialisasi dan akhir. Berdasarkan survei awal terhadap peserta diketahui bahwa sebanyak 70.3% responden merasa tidak mengetahui apapun terkait dengan informasi pengurusan pembukuan keuangan usaha. Kemudian, sebanyak 86.4% responden merasa tidak mengetahui terkait dengan pendaftaran merek dagang. Setelah dilakukan kegiatan, pada survei akhir evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak 97.3% responden merasa bahwa materi pembukuan usaha penting bagi pengetahuan dan keperluan responden. Kemudian, sebanyak 91.9% responden merasa bahwa materi pendaftaran merek dagang penting bagi pengetahuan dan keperluan responden.

Kata Kunci : UMKM; laporan keuangan; merek dagang

ABSTRACT

Problems related to business bookkeeping and trademark registration are still often encountered by (Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). This service aims to enable SMEs in Pojok Village to know the importance of financial bookkeeping and trademark registration so that they have legal protection. The implementation method is lectures, discussions and questions and answers with initial and final surveys held to determine participants' responses to the socialization. The results of this activity provide an excellent increase in understanding for the participants. This can be seen from participant surveys conducted at the beginning and end of the socialization. Based on an initial survey of participants, it was discovered that as many as 70.3% of respondents felt they did not know anything related to information on managing business financial bookkeeping. Then, as many as 86.4% of respondents felt they did not know anything about trademark registration. After carrying out the activity, the final activity evaluation survey showed that as many as 97.3% of respondents felt that business bookkeeping material was important for the respondents' knowledge and needs. Then, as many as 91.9% of respondents felt that trademark registration material was important for the respondents' knowledge and needs.

Keywords: SMEs; financial reports; trademarks.



1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi nasional yang strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional (Abubakar et al., 2023). UMKM merupakan salah satu pilar penyangga ekonomi Indonesia. Pengusaha mikro dan kecil sebagian besar adalah pelaku usaha di Indonesia (Hidayah, 2022). Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia (Paramitalaksmi & Astuti, 2022). Secara umum, UMKM sering mengalami keterlambatan dalam pengembangannya. Beberapa masalah konvensional yang seperti masalah kapasitas SDM, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran dan berbagai masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha (Aribawa, 2016).

Desa Pojok merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tawangharjo, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Desa ini memiliki luas sebesar 543,138 ha dengan jumlah penduduk sebanyak 6.389 jiwa yang rata-rata bermata pencaharian sebagai petani dan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). (Pemerintah Kabupaten Grobogan, 2019). Kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) serta tersedianya Sumber Daya Manusia (SDM) yang kreatif dan inovatif, mendorong masyarakat di desa tersebut saling berlomba untuk menciptakan suatu produk usaha baik dalam bentuk kerajinan maupun produk pangan olahan yang bernilai jual tinggi. Pasca krisis ekonomi keberadaan UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi (Sedyastuti, 2018). Adapun contoh-contoh produk UMKM yang terdapat di Desa Pojok antara lain yaitu anyaman, mebel, topi, konveksi, serta criping singkong dan pisang.

Meskipun didukung oleh ketersediaan Sumber Daya Alam serta Sumber Daya Manusia yang kreatif dan inovatif, namun pada praktiknya masih terdapat beberapa permasalahan seperti masih banyaknya Pelaku UMKM yang belum mengetahui bagaimana cara melakukan pembukuan keuangan yang baik dan benar serta masih banyaknya produk-produk UMKM yang ternyata belum memiliki merek dagang. Merek sebagai salah satu Instrumen Hak Kekayaan Intelektual sangat penting peranannya dalam kegiatan usaha. Agar mendapatkan perlindungan hukum suatu merek haruslah didaftarkan (Kamila, 2022). Pengetahuan soal pembukuan keuangan serta soal merek masih kurang dimiliki oleh para pelaku UMKM di Desa Pojok. Untuk mengatasi permasalahan, maka diselenggarakan pengabdian masyarakat mengenai pembukuan keuangan dan pendaftaran merek dagang bagi para pelaku UMKM. Kegiatan tersebut bertujuan agar Pelaku UMKM di Desa Pojok dapat mengetahui pentingnya pembukuan keuangan usaha dan pentingnya mendaftarkan merek dagang sebagai perlindungan hukum.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah terkait pembukuan keuangan dan pengetahuan tentang merek dagang dengan sosialisasi langsung kepada para pelaku UMKM oleh Tim KKN Universitas Sebelas Maret Surakarta bekerjasama dengan Pemerintah Desa Pojok Kabupaten Grobogan. Metode yang dilakukan dengan ceramah, diskusi dan tanya jawab dengan diadakan survei awal dan akhir untuk mengetahui respon peserta dalam mengikuti sosialisasi. Sosialisasi ini dilaksanakan di Balai Desa Pojok pada tanggal 10 Agustus 2022. Peserta adalah pelaku UMKM yang ada di Desa pojok. Sosialisasi ini menggunakan metode ceramah, untuk penguatan pengetahuan terkait dengan pembukuan keuangan dan pengetahuan soal pentingnya pendaftaran merek dagang bagi pengembangan UMKM. Kegiatan ini juga dilengkapi dengan metode pembagian survei awal dan akhir kepada para peserta, sebagai bahan evaluasi kegiatan untuk mengetahui pemahaman peserta dan manfaat yang diperoleh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada hari Rabu, 10 Agustus 2022 bertempat di Balai Desa Pojok, Kecamatan Tawangharjo, Kabupaten Grobogan dengan dihadiri oleh 50 Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa tersebut. Kegiatan

Sosialisasi tentang Pentingnya Pembukuan Keuangan dan Pendaftaran Merek Dagang tersebut disampaikan oleh Inggitma Raissa Syaba Listiyanda dari Fakultas Ekonomi dan Laela Muslihatul Bariyah beserta dengan Tim sosialisasi.



Gambar 1. Pemaparan Materi Pembukuan Keuangan

Gambar 1. menunjukkan Narasumber pertama yakni Inggitma Raissa Syaba Listiyanda dari Universitas Sebelas maret sedang memaparkan materi mengenai Pentingnya Pembukuan Keuangan kepada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa Pojok. Adapun materi yang disampaikan secara garis besar diawali dengan menjelaskan mengenai kriteria UMKM menurut Pasal 6 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yaitu terkait dengan Kriteria Usaha mikro, kriteria usaha kecil dan kriteria usaha menengah (Nur Sarfiah, Eka Atmaja, & Marlina Verawati, 2019). Selanjutnya menjelaskan terkait dengan Manajemen Keuangan dengan perolehan aset, pendanaan, dan manajemen aset dengan didasari beberapa tujuan umum (Sadiyah et al., 2020).

Manajemen Keuangan merupakan kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki suatu perusahaan atau UMKM, agar tidak terjadi masalah dikemudian hari sehingga perlu manajemen keuangan. Dalam mengelola keuangan itu sendiri terdapat beberapa tahapan, yang pertama pencatatan aset atau harta. Dalam hal ini, harta dibedakan menjadi dua yaitu harta yang memberikan penghasilan atau manfaat pada saat digunakan (harta produktif) dan harta yang tidak memberikan penghasilan atau manfaat pada saat digunakan (harta konsumtif). Yang kedua membuat tabel pencatat harta, tabel pencatatan pemasukan dan pengeluaran (kas), tabel pencatat pembelian, tabel pencatat penjualan, tabel pencatat hutang atau piutang, dan tabel pencatat persediaan. Tahapan yang ketiga yaitu penentuan jenis biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya penunjang (BOP), harga pokok produksi, biaya admin dan pemasaran, serta harga pokok penjualan. Tahapan yang terakhir yaitu penentuan laba dan rugi.

Dalam mengelola keuangan itu sendiri terdapat beberapa tahapan, yang pertama pencatatan aset atau harta. Dalam hal ini, harta dibedakan menjadi dua yaitu harta yang memberikan penghasilan atau manfaat pada saat digunakan (harta produktif) dan harta yang tidak memberikan penghasilan atau manfaat pada saat digunakan (harta konsumtif). Yang kedua membuat tabel pencatat harta, tabel pencatatan pemasukan dan pengeluaran (kas), tabel pencatat pembelian, tabel pencatat penjualan, tabel pencatat hutang atau piutang, dan tabel pencatat persediaan. Tahapan yang ketiga yaitu penentuan jenis biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya penunjang (BOP), harga pokok produksi, biaya admin dan pemasaran, serta harga pokok penjualan. Tahapan yang terakhir yaitu penentuan laba dan rugi.

Pembukuan keuangan sangat penting bagi UMKM karena memiliki banyak manfaat, antara lain: pertama, Membantu mengelola keuangan, pemilik UMKM dapat mengelola keuangan usahanya dengan lebih baik dan terhindar dari kerugian atau bahkan kepailitan (Utami, 2023). Kedua, Memantau perkembangan bisnis (Holandari, 2023). Ketiga, Memudahkan dalam mendapatkan pinjaman: Pembukuan yang teratur dapat memudahkan UMKM dalam mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan (Utami, 2023). Dari beberapa

manfaat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembukuan keuangan sangat penting bagi UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Melalui pembukuan, pemilik UMKM dapat mengelola keuangan usahanya dengan lebih baik, memantau perkembangan bisnis, dan memudahkan dalam mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan.

Gambar 2. menunjukkan Narasumber kedua yakni Laela Muslihatul Bariyah sedang memaparkan materi mengenai Pentingnya Pendaftaran Merek Dagang kepada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa Pojok. Adapun materi yang disampaikan secara garis besar mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. 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. Merek sendiri memiliki 3 (tiga) jenis yaitu Merek Dagang, Merek Jasa, dan Merek Kolektif. Merek merupakan jati diri yang dipakai oleh pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya.



Gambar 2. Pemaparan Materi Merek Dagang

Di Indonesia, prinsip pendaftaran merek bersifat first to file artinya siapa saja yang mendaftarkan mereknya terlebih dahulu kepada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), maka dia yang akan memperoleh perlindungan hukum selama 10 tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. Adapun fungsi dari pendaftaran Merek yaitu yang pertama untuk memberikan perlindungan hukum terhadap produk-produk UMKM yang tentunya memiliki keunikan tersendiri agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab, yang kedua sebagai tanda pembeda, dan yang ketiga agar pemegang merek yang telah terdaftar dapat memperoleh haknya untuk menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya, sehingga pihak lain yang ingin memproduksi barang dengan merek yang sama berkewajiban mendapatkan lisensi dari pemegang hak atas merek. Dalam melakukan pendaftaran merek, tata cara yang harus dilakukan diantaranya yaitu: (1) Permohonan, (2) Pemeriksaan Kelengkapan Persyaratan Pendaftaran Merek, (3) Tanggal Penerimaan Permohonan, (4) Pengumuman Permohonan, (5) Keberatan dan Sanggahan, (6) Perbaikan dan Penarikan Kembali Permohonan Pendaftaran Merek. Pasal 21 ayat (1) UU Merek menyebutkan : Permohonan pendaftaran merek harus ditolak apabila merek tersebut : (1) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek milik pihak lain yang sudah terdaftar lebih dahulu untuk barang atau jasa sejenis. (2) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang sudah terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis. (3) Mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan indikasi geografis yang sudah dikenal (Kurniasih & Yustanti, 2021).

Telah dilakukan survei terhadap tingkat pemahaman terkait dua buah materi yang telah dibawakan kepada masyarakat yang menghadiri sosialisasi tersebut. Survei tersebut bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti sosialisasi

tentang pembukuan keuangan dan pendaftaran merek dagang. Survei tersebut diisi oleh 37 orang dengan berbagai latar belakang UMKM, data dilihat dalam Tabel 1.

Tabel. 1 Profil Peserta

Jenis UMKM	Jumlah
Aksesoris	1
Anyaman	3
Bronjong	1
Chikbul	1
Cripping Pisang	1
Kelontong	1
Konveksi	13
Kripik	1
Kuliner	1
Material	1
Mebel	3
Mie ayam	1
Pengrajin batu	1
Pengrajin keramik	1
Pengrajin rotan	1
Pengrajin sandal	1
Warkop	1
Produksi batu bata	1
Tidak menjawab	3

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwa profil peserta yang mengikuti kegiatan ini. rata-rata usaha yang digeluti oleh peserta UMKM adalah konveksi, dengan jumlah 13 orang, usaha mebel 3 orang, usaha anyaman 3 orang, selebihnya pelaku UMKM yang lain meliputi, aksesoris, bronjong, cikibul, criping pisang, kelontong, kripik, kuliner, material, mie ayam, pengrajin batu, pengrajin keramik, pengrajin rotan, pengrajin sandal, warkop, produksi batu bata masing-masing 1 orang. Tim melakukan survei awal tentang tingkat pemahaman peserta sebelum mengikuti sosialisasi, untuk mengetahui gambaran awal peserta terkait dengan pembukuan keuangan dan pengetahuan tentang pendaftaran merek dagang. Parameter pengukuran menggunakan angka 1 sampai 5. Angka 1 mewakili respon “Sangat tidak Mengetahui”, angka 2 mewakili respon “tidak mengetahui”, angka 3 mewakili respon “mengetahui”, angkat 4 mewakili respon “cukup mengetahui” dan angka 5 mewakili respon “Sangat Mengetahui”.

Berdasarkan survei terhadap peserta diketahui bahwa sebanyak 70.3% responden merasa tidak mengetahui apapun terkait dengan informasi pengurusan pembukuan keuangan usaha. Terdiri dari 51.4% responden merasa sangat tidak mengetahui, atau tidak tahu sama sekali dan sebanyak 18,9% menyatakan tidak mengetahui pengurusan pembukuan keuangan. Hal ini dapat dilihat di Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Pembukuan keuangan Usaha

Jawaban	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat tidak mengetahui	19	51,4%
2	Tidak mengetahui	7	18,9%
3	Cukup mengetahui	11	29,7%
4	Mengetahui	0	0 %
5	Sangat mengetahui	0	0 %

Sedangkan terkait dengan pengetahuan tentang pendaftaran merek, hasil survei menunjukkan sebanyak 86.4% responden merasa tidak mengetahui terkait dengan pendaftaran merek dagang, diantaranya terdapat 45,9% menyatakan sangat tidak mengetahui soal merek dagang. Sedangkan 13.5% responden merasa mengetahui terkait materi tersebut. Selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 3. Merek merupakan jati diri yang dipakai oleh pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya. Adanya merek tersebut, dapat membuat usaha yang dikelola lebih dikenal oleh khalayak atau masyarakat, dicirikan sebagai usaha tertentu yang berbeda dengan perusahaan lain yang sejenis (Betlehn & Samosir, 2018). Merek selain sebagai harta

kekayaan yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengusaha selaku pemilik merek, juga sebagai alat untuk melindungi masyarakat selaku konsumen dari terjadinya penipuan kualitas barang tertentu (Hidayah, 2017).

Tabel. 3 Pendaftaran Merek Dagang

Jawaban	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat tidak mengetahui	17	45,9 %
2	Tidak mengetahui	15	40,5 %
3	Cukup mengetahui	2	5,4 %
4	Mengetahui	3	8,1 %
5	Sangat mengetahui	0	0 %

Pendaftaran merek UMKM memiliki fungsi tersendiri, di antaranya: pertama, Sebagai alat bukti bagi pemilik yang berhak atas merek yang didaftarkan. Kedua, Memberikan perlindungan hukum terhadap tindakan penggunaan merek oleh pihak lain tanpa izin. Ketiga, Meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Keempat, Memperkuat identitas perusahaan atau organisasi. Kelima, Mempromosikan dan menjual produk. Pendaftaran merek berlaku selama 10 tahun dan dapat diperpanjang. Para pelaku UMKM perlu memiliki pengetahuan tentang pentingnya merek sebagai aset bisnis dan perlindungan hukum. Beberapa faktor yang menyebabkan UMKM tidak mendaftarkan merek dagangnya adalah kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya sebuah merek, dan cara serta prosedur di dalam mendaftarkan sebuah merek (Hidayat, Muskibah & Fathni, 2022). Oleh karena itu, sosialisasi mengenai pentingnya merek dan pendaftaran merek perlu dilakukan untuk membantu UMKM dalam memperkuat bisnis mereka.

Setelah penyampaian materi dan diskusi dengan peserta, maka dilakukan evaluasi melalui survei tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Survei evaluasi dilakukan bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta sesudah mengikuti sosialisasi tentang pembukuan keuangan dan pendaftaran merek dagang. Tingkat pemahaman responden tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah dari materi apa yang disampaikan dan bagaimana cara pemateri menyampaikan materinya. Adapun parameter pengukuran menggunakan angka 1 sampai 5. Angka 1 mewakili respon “Sangat tidak Jelas”, angka 2, “Tidak Jelas”, Angka 3 “Cukup Jelas”, angka 4 “Jelas” dan angka 5 mewakili respon “Sangat Jelas”. Berikut ditampilkan tanggapan responden terkait penyampaian materi yang disampaikan pemateri. Hasil survei terkait dengan penyampaian materi tentang pembukuan usaha, responden menilai bahwa materi yang disampaikan jelas, dengan perincian 48,6% mengatakan sangat Jelas, 37,8 % mengatakan jelas dan 13,5 % mengatakan cukup jelas. Selanjutnya dapat dilihat dalam Tabel 4.

Tabel 4. Pembukuan Usaha

Jawaban	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat tidak jelas	0	0 %
2	Tidak jelas	0	0 %
3	Cukup jelas	5	13,5 %
4	Jelas	14	37,8 %
5	Sangat jelas	18	48,7 %

Sedangkan tanggapan responden terkait penyampaian materi tentang pengurusan perijinan merek, responden menilai bahwa materi yang disampaikan jelas, dengan perincian 19 orang atau 51,4% mengatakan sangat Jelas, 10 orang atau 37,8 % responden mengatakan jelas dan 8 orang atau 13,5 % responden mengatakan cukup jelas. Selanjutnya dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Pendaftaran Merek Dagang

Jawaban	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat tidak jelas	0	0 %
2	Tidak jelas	0	0 %
3	Cukup jelas	8	21,6 %
4	Jelas	10	27 %
5	Sangat jelas	19	51,4 %

Responden tidak hanya diminta memberikan tanggapan terkait penyampaian materi dan bagaimana cara materi tersebut disampaikan, tetapi juga diminta untuk menanggapi seberapa penting materi tersebut bagi responden itu sendiri, yang akan dilampirkan pada bagian ini. Adapun parameter pengukuran menggunakan angka 1 sampai 5. Angka 1 mewakili respon “Sangat tidak Penting”, angka 2 mewakili respon “tidak Penting”, angka 3 mewakili respon “cukup penting”, angka 4 mewakili respon “penting” dan angka 5 mewakili respon “Sangat Penting”. Berikut ditampilkan tanggapan responden terkait seberapa penting materi-materi yang dibawakan bagi responden, sebagaimana dapat dilihat dalam Tabel 6 dan Tabel 7.

Tabel 6. Pembukuan Usaha

Jawaban	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat tidak penting	0	0 %
2	Tidak penting	0	0 %
3	Cukup penting	5	13,5 %
4	Penting	14	37,8 %
5	Sangat penting	18	48,7 %

Tabel 7. Pendaftaran Merek Dagang

Jawaban	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat tidak penting	1	2,7 %
2	Tidak penting	2	5,4 %
3	Cukup penting	4	10,8 %
4	Penting	9	24,3 %
5	Sangat penting	21	56,8 %

Berdasarkan diagram tersebut, dapat diketahui bahwa sebanyak 97.3% responden merasa bahwa materi pembukuan usaha penting bagi pengetahuan dan keperluan responden. 13.5% diantaranya merasa materi tersebut cukup penting. Kemudian, sebanyak 91.9% responden merasa bahwa materi pendaftaran merek dagang penting bagi pengetahuan dan keperluan responden. Ada sekitar 10.8% diantaranya merasa materi cukup penting dan ada 8.1% responden merasa materi tersebut tidak penting bagi mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan yang dilakukan, maka dapat disimpulkan secara umum kegiatan ini bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui pengetahuan pembukuan keuangan dan kesadaran hukum tentang merek. Hal ini dapat dilihat dari hasil evaluasi kegiatan melalui survei kepada peserta. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatur keuangan yaitu dengan cara membuat laporan keuangan. Adapun cakupan yang harus terdapat di dalam laporan keuangan yaitu laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas, dan neraca. Adanya merek dagang yang dimiliki oleh pelaku UMKM dapat membuat usaha yang dikelola lebih dikenal masyarakat dan mendapatkan perlindungan hukum. Diharapkan Pelaku UMKM Desa Pojok, setelah mengikuti sosialisasi ini, dapat menerapkan pengetahuannya untuk pengembangan usahanya dan program ini dapat berkelanjutan dengan program KKN berikutnya sehingga yang kurang sempurna pada kesempatan ini dapat diperbaiki oleh program KKN berikutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memberikan pendanaan pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli-Agustus 2022

REFERENSI

- Abubakar, A. A., Bukhari, B., Jamilah, J., & Alfarisyi, S. (2023). Analisis Pengaruh Campus Social Responsibility Di Sektor Umkm Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Dharmas Education Journal (DE_Journal)*, 4(1). doi:<https://doi.org/10.56667/dejournal.v4i1.1112>
- Aribawa, Dwitya. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. doi:<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri UMKM Di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), 1–11. doi:<https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>
- Hidayah, N., Nugroho, L., Suharman, H., & Ali, A. J. (2022). Exploring the Benefit of Introducing Accounting and Finance Knowledge for Micro and Small Entrepreneurs During the COVID-19 Pandemic. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 6(2). doi:<https://doi.org/10.7454/ajce.v6i2.1147>
- Hidayat, T., Muskibah, & Fathni, I. (2022). Pendaftaran Merek Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Pada UMKM. *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, 3(3), 431–447. doi:<https://doi.org/10.22437/zaaken.v3i3.18845>
- Hidayah, K. (2017). *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Malang: Setara Press
- Holandari, A. (2023, August 31). Apa Itu Pembukuan dan Pentingnya bagi UMKM.
- Sadiyah, K., Hasbiyah AN, W., & Dwi Septiningrum, L. (2020). Pelatihan Managemen Pemasaran dan Keuangan Pada UMKM Bangkit Sejahtera Dusun Kedung Buweng Wukirsari Dalam Meningkatkan Perekonomian. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(1), 36–49. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/jlklkk.v1i1.p36-49.5594>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Widya Utami, N. (2023, May 1). Apa Pentingnya Pembukuan Bagi Bisnis Kecil UMKM?
- Kamila, P. (2022). Kepastian Hukum Atas Pemberlakuan Sistem Pendaftaran Merek First To File Terhadap Merek Terkenal Di Indonesia. *Jurnal Notarius Program Studi Kenotariatan Pascasarjana UMSU*, 1(2), 300–309.
- Paramitalaksmi, R., & Astuti, W. (2022). Pendampingan Melalui Tertib Administrasi Keuangan Untuk Peningkatan Pendapatan Umkm Pengolahan Snack Di Wilayah Duwet, Jawa Tengah. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2817–2822. doi:<https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i10.1635>
- Kurniasih, R., & Ersita Yustanti, D. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Merek Terdaftar Ditinjau Menurut Hukum Merek Di Indonesia. *Jurnal Staatrechts*, 4(1), 109–127. doi:<https://doi.org/10.52447/sr.v3i2.4892>
- Nur Sarfiah, S., Eka Atmaja, H., & Marlina Verawati, D. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146. doi:<http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>