

## **Pengetahuan *Legal Entity* dan *Legal Product* Perangkat Kelurahan dan Pengurus UMKM Kebon Manggis Matraman Jakarta Timur**



Endang Purwaningsih<sup>1</sup>, Nelly Ulfah Anisariza<sup>1</sup>, & Irwan Santosa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum Universitas YARSI

<sup>2</sup>Sekolah Pascasarjana Universitas YARSI

Correspondence author: endangpurwaningsih1968@gmail.com

**Abstract:** *The purpose of this activity is to provide additional knowledge to Kebon Manggis Matraman MSME actors and its surroundings regarding legal entities and legal products to increase their legal knowledge so that legal awareness is built. Partners in this program are sub-district officials and MSME administrators in the Kebon Manggis Matraman Village. The problems faced by partners include: (1) Limited access to legal information, especially regarding knowledge of legal entities and legal products, their types and procedural acquisition, and (2) Lack of insight into the legal knowledge of MSME actors regarding regulations and legality surrounding businesses and their products, such as as well as brands, designs, forms of business entities and legal entities. The solution offered is to provide education and training as well as assistance so that MSME actors are motivated to obtain the legality of their products. Activities have been carried out well, with the result that there has been an increase in awareness and understanding of the importance of business legality, product legality, obtaining business legality, and Terms and Methods for Obtaining product Legality between before and after giving counseling about Legal Entities and Legal Products.*

**Key Words:** *Legal Entity; Legal Products; MSME; Kebon Manggis; Matraman*

**Abstrak:** Tujuan kegiatan ini bermaksud memberikan tambahan pengetahuan kepada pelaku UMKM Kebon Manggis Matraman dan sekitarnya tentang *legal entity* dan *legal product* untuk meningkatkan pengetahuan hukum mereka supaya terbangun kesadaran hukumnya. Mitra dalam program ini adalah perangkat kelurahan dan pengurus UMKM di Kelurahan Kebon Manggis Matraman. Permasalahan yang dihadapi mitra antara lain: (1) Keterbatasan akses informasi hukum terlebih tentang pengetahuan *legal entity* dan *legal product*, jenis-jenisnya serta prosedural perolehannya, dan (2) Kurangnya wawasan pengetahuan hukum pelaku UMKM terkait regulasi dan legalitas seputar usaha dan produknya, seperti halnya merek, desain, bentuk badan usaha dan badan hukum. Solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan edukasi dan pelatihan serta pendampingan hingga para pelaku UMKM termotivasi untuk mendapatkan legalitas produknya. Kegiatan telah dilaksanakan dengan baik, dengan hasil terjadi peningkatan kesadaran dan pemahaman akan pentingnya legalitas usaha, legalitas produk, perolehan legalitas usaha, dan syarat dan cara perolehan legalitas produk antara sebelum dan sesudah pemberian penyuluhan tentang *legal entity* dan *legal product*.

**Kata Kunci:** *Legal Entity; Legal Product; UMKM; Kebon Manggis; Matraman*

## **PENDAHULUAN**

Mitra dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah perangkat kelurahan dan warga pelaku UMKM seputar Matraman Jakarta Timur, dalam hal ini difokuskan dan berlokasi di Kelurahan Kebon Manggis Kecamatan Matraman Jakarta Timur. Secara spesifik, Mitra dalam program ini adalah perangkat kelurahan dan pengurus UMKM di Kelurahan Kebon Manggis

Matraman. Tim abdimas terlebih dahulu menanyakan kepada Lurah terkait kebutuhan warga pelaku UMKM dan perangkat kelurahan, dan mendapatkan informasi bahwa mitra memerlukan penyuluhan hukum tentang *legal entity* dan *legal product*, agar selanjutnya memiliki minat untuk mendapatkan perlindungan hukum. Jadi sudah selayaknya pelaku UMKM dan masyarakat umumnya diberikan pemahaman akan regulasi, *legal entity* dan *legal product* baik terkait pendirian badan usaha maupun kelengkapan legalitas produk seperti merek, desain, ataupun HKI lain dan bagaimana supaya memiliki motivasi untuk memperolehnya sekaligus mendapatkan perlindungan hukum.

Permasalahan yang dihadapi mitra antara lain: (1) keterbatasan akses informasi hukum terlebih tentang legalitas bagi produk UMKM dan badan usaha, dan (2) kurangnya wawasan pengetahuan hukum perangkat kelurahan dan pengurus, tetua serta pelaku UMKM terkait *legal entity* dan *legal product*.

Perangkat kelurahan juga berharap mendapatkan penyuluhan maupun pelatihan hukum baik untuk warganya, pelaku UMKM maupun perangkat tersebut, supaya perangkat pun bisa bahu membahu membantu dan mendorong UMKM di lokasi mitra untuk memperoleh perlindungan hukum dan kelengkapan legalitasnya.

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan di atas, pengusul memberikan solusi: (1) Edukasi dan penyuluhan hukum terkait *legal entity* dan *legal product*; dan (2) Memberi motivasi dan fasilitasi apabila kemudian para perangkat kelurahan dan pengurus serta tetua dan pelaku UMKM mitra tergerak memperoleh kelengkapan usaha dan produknya.

## SOLUSI DAN TARGET

Tujuan kegiatan ini adalah:

1. Agar para perangkat dan pengurus serta pelaku UMKM Kebon Manggis Kecamatan Matraman memperoleh wawasan pengetahuan tentang *legal entity* dan *legal product*.
2. Agar mitra termotivasi untuk memperoleh perlindungan hukum terkait legalitas usaha dan produknya.

Hasil kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Meningkatnya wawasan mitra dan pengetahuan pelaku UMKM seputar Matraman mengenai *legal entity* dan *legal product* dan cara perolehannya.
2. Meningkatnya kesadaran dan motivasi mitra akan perlunya perlindungan hukum bagi usaha dan produknya.

Target dalam kegiatan berfokus pada peran aktif UMKM untuk memberdayakan diri, membekali diri dengan legalitas usaha. Khususnya dalam program ini ditargetkan untuk meningkatkan tingkat pengetahuan mitra terkait pentingnya pemenuhan *legal entity* dan *legal product* dan cara perolehannya.

## METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam program ini adalah perangkat kelurahan dan pengurus UMKM di Kelurahan Kebon Manggis, Kecamatan Matraman. Khalayak sasaran berjumlah 14 orang perangkat kelurahan dan 50 orang tetua maupun pengurus perkumpulan yang secara informal merupakan tetua atau 'pentolan' pelaku UMKM.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *persuasive* dan *participatory action* didukung metode berikut:

1. Metode ceramah dan diskusi

Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi penyuluhan yang bersifat kognitif seperti membangun wawasan dan pengetahuan tentang badan usaha, badan hukum, merek, desain dan HKI lain, dan mengajak peserta memperolehnya dengan membangun kesadaran dan motivasi akan pentingnya perlindungan hukum.

Pelaksanaan metode ini digunakan waktu sebanyak 50% untuk ceramah atau penyampaian materi, sedangkan sisanya 50% digunakan untuk diskusi dan tanya jawab.

## 2. Metode Pelatihan

Dengan metode ini, kegiatan utama yang dilaksanakan adalah pembimbingan dan pelatihan kelengkapan administrasi serta kesiapan pelaku UMKM untuk memperoleh perlindungan hukum.

Tahap awal dilakukan *pre test* untuk mengungkap pengetahuan dan motivasi mitra secara *brainstorming*, kemudian dilakukan intervensi berupa pembekalan materi dengan cara sosialisasi dan pelatihan, dengan metode ceramah dan latihan. Penyuluhan materi hukum ini dilakukan dengan berbagai materi tentang:

1. Peningkatan wawasan dan pengetahuan tentang legalitas terkait badan usaha, badan hukum, merek, dan desain serta HKI lain.
2. Edukasi dan pelatihan materi khusus badan usaha dan merek dagang, pentingnya bagi UMKM (peran dan tata cara memperolehnya).

Setelah dilakukan pembekalan materi, kemudian dilakukan *post test*, untuk mengetahui apakah materi benar-benar terserap dan dipahami oleh mitra. Tim bersama mahasiswa melakukan:

1. Sosialisasi
2. Penyuluhan
3. Pelatihan
4. Pendampingan (dan fasilitasi)
5. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dan Evaluasi dilakukan baik melalui *pre test-intervensi-post test* maupun setelah 3 (tiga) bulan kegiatan penyuluhan dan pelatihan.

## REALISASI KEGIATAN

Kegiatan ini telah dilaksanakan dengan baik, para peserta sangat antusias, banyak pertanyaan terkait tata cara perolehan legalitas baik usaha maupun produk. Perangkat kelurahan juga memfasilitasi dengan baik, Tim disambut dengan sangat layak, baik oleh pelaku UMKM maupun kelurahan dan kecamatan. Secara detail tingkat pemahaman pelaku UMKM tentang legalitas usaha dapat dilihat dari tabel berikut.

**Tabel 1**

*Pemahaman Legalitas Usaha*

	Jawaban responden	Pretest		Post test	
		Frequency	Percent	Frequency	Percent
Valid	1.00	3	6.1	0	0
	2.00	9	18.4	5	10,5
	3.00	17	34.7	5	10,5
	4.00	15	30.6	7	14,7
	5.00	5	10.2	32	64,3
	Total	49	100.0	49	100.0

Note. Hasil analisis data primer 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa, mayoritas pelaku UMKM sebelum dilakukan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan belum mempunyai pengetahuan yang cukup tinggi berkaitan dengan legalitas usaha, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi hanya ada sebanyak 5 orang (10,2%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 15 orang (30,6%), pengetahuan yang cukup sebanyak 17 orang (34,7%), pengetahuan yang

rendah sebanyak 9 orang (18,4%), dan mempunyai pengetahuan yang sangat rendah sebanyak 3 orang (6,1%).

Setelah dilakukan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan telah mempunyai pengetahuan yang cukup tinggi berkaitan dengan legalitas usaha, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi sebanyak 32 orang (64,3), pengetahuan yang tinggi sebanyak 7 orang (14,7%), pengetahuan yang cukup sebanyak 5 orang (10,5%), pengetahuan yang rendah sebanyak 5 orang (10,5%), dan tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan legalitas usaha masih setelah dilakukan pengabdian kepada masyarakat dalam posisi sangat tinggi.

**Tabel 2**

*Pemahaman Legalitas produk*

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Valid	1.00	1	2.0	0
	2.00	5	10.2	4,2
	3.00	13	26.5	8,2
	4.00	21	42.9	18,9
	5.00	9	18.4	68,7
	Total	49	100.0	49
				100.0

*Note.* Hasil analisis data primer 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa, mayoritas pelaku UMKM sebelum dilakukan pengabdian kepada masyarakat belum mempunyai pengetahuan yang tinggi berkaitan dengan legalitas produk, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi hanya ada sebanyak 9 orang (18,4%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 21 orang (42,9%), pengetahuan yang cukup sebanyak 13 orang (26,5%), pengetahuan yang rendah sebanyak 5 orang (10,2%), dan mempunyai pengetahuan yang sangat rendah sebanyak 1 orang (2%).

Setelah dilakukan pengabdian kepada masyarakat sudah mempunyai pengetahuan yang tinggi berkaitan dengan legalitas produk, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi ada sebanyak 34 orang (68,7%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 9 orang (18,9%), pengetahuan yang cukup sebanyak 4 orang (8,2%), pengetahuan yang rendah sebanyak 2 orang (4,2%), dan tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang sangat rendah.

Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan legalitas produk sudah dalam posisi sangat tinggi.

**Tabel 3**

*Pemahaman Syarat dan cara perolehan Legalitas usaha*

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Valid	1.00	2	4.1	0
	2.00	11	22.4	0
	3.00	14	28.6	6,3
	4.00	20	40.8	24,2
	5.00	2	4.1	34
	Total	49	100.0	49
				100.0

*Note.* Hasil analisis data primer 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa, sebelum dilakukan Pengabdian kepada Masyarakat, mayoritas pelaku UMKM belum mempunyai pengetahuan yang tinggi berkaitan dengan perolehan legalitas usaha, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi

hanya ada sebanyak 9 orang (18,4%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 21 orang (42,9%), pengetahuan yang cukup sebanyak 13 orang (26,5%), pengetahuan yang rendah sebanyak 5 orang (10,2%), dan mempunyai pengetahuan yang sangat rendah sebanyak 1 orang (2%).

Setelah dilakukan pengabdian kepada masyarakat, mayoritas pelaku UMKM sudah mempunyai pengetahuan yang tinggi berkaitan dengan perolehan legalitas usaha, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi ada sebanyak 34 orang (69,5%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 12 orang (24,2%), pengetahuan yang cukup sebanyak 3 orang (6,3%), tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang rendah dan sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan perolehan legalitas usaha sudah dalam posisi sangat tinggi.

**Tabel 4**

*Pemahaman UMKM tentang Syarat dan Cara Perolehan Legalitas produk*

Jawaban responden	Pretest		Post test	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent
1.00	2	4.1	0	0
2.00	11	22.4	0	0
3.00	16	32.7	4	8,2
4.00	16	32.7	11	22.4
5.00	4	8.2	32	65,4
Total	49	100.0	49	100.0

*Note.* Hasil analisis data primer 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa, sebelum dilakukan Pengabdian kepada Masyarakat, mayoritas pelaku UMKM sudah mempunyai pengetahuan yang tinggi berkaitan dengan Syarat dan Cara Perolehan Legalitas produk, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi hanya ada sebanyak 4 orang (8,2%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 16 orang (32,7%), pengetahuan yang cukup sebanyak 16 orang (32,7%), pengetahuan yang rendah sebanyak 11 orang (22,4%), dan mempunyai pengetahuan yang sangat rendah sebanyak 2 orang (4,1%).

Setelah dilakukan Pengabdian kepada Masyarakat mayoritas pelaku UMKM sudah mempunyai pengetahuan yang sangat tinggi berkaitan dengan Syarat dan Cara Perolehan Legalitas produk, terbukti pelaku UMKM yang mempunyai pengetahuan sangat tinggi ada sebanyak 32 orang (65,4%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 11 orang (22,4%), pengetahuan yang cukup sebanyak 4 orang (8,2%), dan tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang rendah dan sangat rendah.

Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan Pemahaman UMKM tentang Syarat dan Cara Perolehan Legalitas produk dalam posisi sangat tinggi.

**Gambar 1**

*Tim yang merupakan Notaris Jakarta Timur menjelaskan prosedural perolehan legalitas usaha*



## Gambar 2

*Tim Abdimas baik dosen, mahasiswa, alumni dan Tendik*



## PEMBAHASAN

Dari faktor sumber daya manusia, terdapat beberapa kelemahan antara lain belum dimilikinya kemampuan pengelolaan usaha secara profesional, inovasi produk dan *quality control* sebagai salah satu cara untuk tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Kurang dimilikinya kemampuan membaca pasar sehingga dapat mempengaruhi pemasaran. Demikian juga kelemahan juga ditemukan dalam kemampuan melakukan pemasaran produk yang hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Pelaku usaha sering mengalami kendala teknis operasional sehingga belum memikirkan tujuan dan strategi pengembangan usaha di masa yang akan datang.

Kelemahan dari faktor hukum adalah sebagian besar UMKM masih berupa usaha perorangan dan belum berbentuk badan hukum sehingga menjadi kendala ketika akan mengakses fasilitas kredit dari lembaga keuangan. Dari sisi akuntabilitas juga masih menjadi kendala karena belum dimilikinya kemampuan pengelolaan administrasi perusahaan yang baik (BI dan LPPI, 2015).

Kendala dari faktor eksternal berupa iklim usaha yang belum kondusif, yang disebabkan belum adanya keterpaduan kebijakan dari para pemangku kepentingan utama dalam UMKM. Pemerintah, kementerian-kementerian terkait dan lembaga-lembaga yang ada memiliki kebijakan sendiri-sendiri, belum tuntasnya aspek legalitas yang terkait dengan beberapa perizinan, seperti izin usaha, izin lokasi dan persyaratan bagi UMKM dalam mendapatkan bantuan permodalan dari lembaga keuangan. Dari infrastruktur masih menjadi kendala dalam kaitannya dengan terbatasnya sarana dan prasarana berbasis teknologi penunjang kegiatan usaha UMKM dan sebagian besar UMKM masih mengandalkan teknologi sederhana. Kendala akses terhadap bahan baku guna keberlanjutan usaha masih dialami oleh sebagian besar UMKM sehingga terpaksa menggunakan bahan baku yang berkualitas rendah.

Kendala lainnya adalah kemampuan untuk mengakses teknologi sehingga seringkali pasar dikuasai oleh perusahaan-perusahaan besar dan kemampuan untuk mengimbangi atau mengikuti perkembangan selera konsumen yang cepat sekali berubah, khususnya bagi UMKM yang telah mampu mengeksport produknya sehingga pasar cepat dikuasai oleh perusahaan-perusahaan bermodal besar yang mampu merebut pasar dengan pasokan produk yang variatif dalam jumlah yang besar (Undang-Undang No. 20, 2008).

Prinsip moral keadilan sosial merupakan konsep yang sangat relevan dengan sila kelima dari Pancasila yang di dalamnya terkandung dua prinsip yaitu adanya prinsip distribusi

pendapatan yang adil dan prinsip demokrasi ekonomi. Masyarakat menghendaki adanya distribusi pendapatan yang lebih setara. Dalam konsep ini sudah seharusnya UMKM diberikan ruang untuk tumbuh dan berkembang dalam kancah perdagangan baik dalam lingkup nasional maupun perdagangan internasional. UMKM didorong untuk mampu mempersiapkan diri untuk melakukan ekspor produk-produknya ke pasar dunia. Globalisasi perdagangan merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM bila ingin berkembang. Perangkat hukum dan kebijakan di sector bisnis harus juga disiapkan untuk mendukung keterlibatan UMKM yang tentunya berbeda dengan unit usaha yang sudah besar.

Program pendampingan dalam inovasi produk dan manajemen internal perlu diintensifkan. Kemudahan dalam mengakses fasilitas pembiayaan berorientasi ekspor seharusnya disiapkan oleh institusi keuangan dan perbankan. Demikian pula pemahaman mengenai seluk beluk perdagangan internasional harus dimiliki oleh para pelaku usaha UMKM dalam rangka menyiapkan diri untuk menembus pasar dunia. Perkembangan dunia teknologi informasi menjadi salah satu faktor yang mendukung kemudahan dalam pemasaran, bertransaksi dan pengiriman barang dan jasa. Sangat penting bekal kelengkapan legalitas usaha, baik badan usaha maupun legalitas produk. UMKM tidak beranjak atau naik kelas tanpa legalitas dan inovasi serta digitalisasi.

Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah disusun dengan harapan dapat memberikan jaminan kepastian dan keadilan dalam berusaha bagi UMKM dalam lingkup perekonomian yang semakin dinamis dan global (Komarudin, 2014). Namun menurut Ade Komarudin dalam bukunya yang berjudul Politik Hukum Integratif menyatakan bahwa ketentuan dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah belum dapat menjawab tantangan UMKM dalam perekonomian dunia yang terus berkembang secara dinamis dan mengglobal. Hal ini dinyatakan bahwa belum ada satupun pasal yang secara eksplisit mengatur eksistensi UMKM di era liberalisasi perdagangan.

Dampak keikutsertaan Indonesia dalam WTO dengan diratifikasinya perjanjian tentang pendirian WTO dalam Undang-Undang No. 7 tahun 1994 tentang Pengesahan Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (*Agreement of Establishing of The World Trade Organization*) maka Indonesia harus menyesuaikan aturan perdagangannya dengan prinsip-prinsip yang berlaku di WTO. Tantangan bagi pengembangan UMKM adalah ketika Pemerintah harus menyusun kebijakan perdagangannya yang di satu sisi harus menyesuaikan dengan semangat liberalisme perdagangan yang mendasari mekanisme perdagangan di WTO dengan tetap mengutamakan prinsip kepentingan nasional yang harus diutamakan.

Untuk itu diperlukan peningkatan daya saing UMKM dalam rangka mengimbangi perdagangan global yang mau tidak mau harus diikuti dengan menetapkan politik hukum yang jelas bagi perlindungannya. Peran negara sangat dibutuhkan dalam mengarahkan kebijakan yang berpihak kepada kepentingan UMKM tanpa bertentangan dengan prinsip-prinsip perdagangan dunia. Beberapa ketentuan dalam peraturan perundang-undangan terkait yang telah memberikan perhatian yang cukup besar bagi pengembangan UMKM antara lain dapat kita lihat dalam Pasal 13 Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal merupakan salah satu bentuk komitmen Pemerintah dalam melindungi UMKM.

Dalam Pasal 13 Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal ini dinyatakan bahwa Pemerintah wajib menetapkan bidang usaha yang dicadangkan untuk usaha UMKM dan Koperasi serta bidang-bidang usaha yang dicadangkan dengan persyaratan adanya kerjasama antara usaha besar dengan UMKM dan Koperasi. Selanjutnya pemerintah berkewajiban untuk melaksanakan pembinaan dan pengembangan UMKM dan Koperasi melalui program kemitraan, peningkatan daya saing, dukungan inovasi dan perluasan pasar serta penyebaran informasi yang seluas-luasnya melalui berbagai media guna mempromosikan produk barang dan jasa dari UMKM dan Koperasi.

Komitmen ini kemudian ditindak lanjuti dalam penyusunan Daftar Negatif Investasi yang diatur dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomer 44 Tahun 2016 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal diantaranya telah mencadangkan atau mengalokasikan bidang-bidang



usaha tertentu yang dikhususkan untuk UMKM, membatasi jumlah minimal bagi investasi asing dan syarat kemitraan dengan UMKM untuk memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang.

Mengingat kebutuhan untuk naik kelas, UMKM perlu didampingi dalam perolehan HKI. Kekayaan Intelektual (KI) merupakan aset yang menurut Emanuel (2013) *corporate assets consist not only of tangible goods but also untangibles like information*. (aset perusahaan tidak hanya terdiri dari barang berwujud tetapi juga tidak berwujud seperti informasi). Juga menurut Barnes, Dworkin & Richards (2012) terdapat *intangible and tangible property*. *Tangible property has a physical existence; property that has no physical existence is called intangible property: patents rights, easements, and bonds are examples of tangible property*. (properti tak berwujud dan berwujud. Properti berwujud memiliki keberadaan fisik; properti yang tidak memiliki keberadaan fisik disebut properti tidak berwujud: hak paten, kenyamanan, dan obligasi adalah contoh properti berwujud).

Mencermati produk UMKM, kurangnya inovasi yang bersumber dari daya kreasi kelihatan mencolok. Kreativitas merupakan bagian integral dari proses inovasi dan banyak peneliti inovasi yang menganggap bahwa akar dari inovasi adalah gagasan-gagasan kreatif. Namun demikian, sebenarnya kreativitas juga dituntut dalam tahap mempromosikan dan mengimplementasikan. Inovasi membutuhkan pendekatan kreatif untuk mempersuasi pusat kekuasaan di organisasi dan membangun koalisi antara pihak-pihak yang terlibat. Purwaningsih (2020) menyatakan bahwa komersialisasi paten dan merek seharusnya lebih ditujukan pada rasionalitas kemanfaatan. Jadi selain mewadahi kreasi inovasi, juga perlindungan hukum selain menjamin kepastian hukum, tentu diarahkan pada kemanfaatan.

Untuk berhasil dalam inovasi bukan hal yang mudah. Setiap tahapannya, mulai dari soal memperoleh ide baru, memastikan ide tersebut diterima oleh pihak lain dan menerapkannya membutuhkan intrapreneur yang tahan uji. Masing-masing tahapan tersebut memiliki tantangan yang tidak ringan. Intrapreneur baru bisa menjalankan perannya ketika ia memiliki kapasitas resiliensi, kapasitas yang segera bangkit ketika menghadapi berbagai tantangan.

Aspek yang perlu diperhatikan juga pada dimensi daya saing, yang meliputi (Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, 2014):

- a. Dimensi Kualitas (*Quality Orientation*)  
Pada dimensi ini, sasaran proses produksi ialah membuat produk yang sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhan konsumen yang akan dijawab.
- b. Dimensi Biaya (*Cost Minimization Orientation*)  
Dimensi biaya ini memiliki target, yaitu bagaimana membuat produk tertentu dengan harga yang murah (*cost minimization*).
- c. Dimensi Kecepatan Menyerahkan (*Speed of Delivery*)  
Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk meneyrahkan produk atau jasa itu dengan lebih cepat daripada perusahaan saingan.
- d. Dimensi Keandalan Penyerahan (*Reliability of Delivery*)  
Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan untuk menyerahkan pesanan tepat sesuai atau lebih cepat daripada waktu yang dijanjikan.

Pentingnya *legal entity* dan *legal product* termasuk bagaimana pelaku UMKM dimotivasi untuk bangkit dari kondisi terpuruk menuju melekat HKI. Mereka sangat perlu diberikan wawasan tentang merek, juga HKI lainnya Purwaningsih, Endang (2022). Paten dan merek serta kreasi cipta lainnya tentu sangat menunjang mereka dalam upaya naik kelas. perlindungan hukum dan regulasi baik dalam UU UMKM serta UU Cipta Kerja serta peraturan tingkat daerah harus diharmonisasikan dengan baik, mengingat tingkat pengetahuan dan motivasi pelaku UMKM sudah tinggi.

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis data antara sebelum dan sesudah dilakukan pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan:



1. Pengetahuan legalitas usaha pelaku UMKM telah mempunyai pengetahuan sangat tinggi sebanyak 32 orang (64,3%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 7 orang (14,7%), pengetahuan yang cukup sebanyak 5 orang (10,5%), pengetahuan yang rendah sebanyak 5 orang (10,5%), dan tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan legalitas usaha masih setelah dilakukan Pengabdian kepada Masyarakat dalam posisi sangat tinggi.
2. Pengetahuan legalitas produk, terbukti pelaku UMKM telah mempunyai pengetahuan sangat tinggi ada sebanyak 34 orang (68,7%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 9 orang (18,9%), pengetahuan yang cukup sebanyak 4 orang (8,2%), pengetahuan yang rendah sebanyak 2 orang (4,2%), dan tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan legalitas produk sudah dalam posisi sangat tinggi.
3. Pengetahuan perolehan legalitas usaha, terbukti pelaku UMKM telah mempunyai pengetahuan sangat tinggi ada sebanyak 34 orang (69,5%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 12 orang (24,2%), pengetahuan yang cukup sebanyak 3 orang (6,3%), tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang rendah dan sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan perolehan legalitas usaha sudah dalam posisi sangat tinggi.
4. Pengetahuan Syarat dan Cara Perolehan Legalitas produk, terbukti pelaku UMKM telah mempunyai pengetahuan sangat tinggi ada sebanyak 32 orang (65,4%), pengetahuan yang tinggi sebanyak 11 orang (22,4%), pengetahuan yang cukup sebanyak 4 orang (8,2%), dan tidak ada seorang pun yang mempunyai pengetahuan yang rendah dan sangat rendah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan para pelaku UMKM berkaitan dengan Pemahaman UMKM tentang Syarat dan Cara Perolehan Legalitas produk dalam posisi sangat tinggi.

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada para pemangku kepentingan adalah bahwa untuk meningkatkan *Legal Entity* dan *Legal Product* Pengurus UMKM maka harus meningkatkan kesadaran dan pemahaman akan pentingnya legalitas usaha, legalitas produk, perolehan legalitas usaha, dan Syarat dan Cara Perolehan Legalitas produk.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih dan penghargaan ditujukan kepada Yayasan YARSI yang telah memfasilitasi kegiatan ini, Wakil Rektor III Universitas YARSI, serta mitra dan pihak terkait Kelurahan Kebon Manggis Matraman Jakarta Timur, serta Tim Dosen, Tendik, mahasiswa dan alumni yang berpartisipasi pada pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI). (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. BI & LPPI
- Barnes, A., J., Richards, E., Lemper, T., & Dworkin, T., M. (2012). *Law for Business*, Mc.Graw. Hill Irwin
- Emanuel, S. (2013). *Corporations and Other Business Entities*. Wolters Kluwer Law & Business

Haming, M., Nurnajamuddin, M. (2014). *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*: Buku Kesatu, Edisi Ketiga, Bumi Aksara

Komarudin, A. (2014). *Politik Hukum Integratif UMKM*. RmBooks

Purwaningsih, E. (2022). *Hukum Perusahaan*. Aura Publishing

Purwaningsih, E. (2022a). *Paten dan Merek*. Intrans

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Undang-Undang No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja