

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESADARAN PENGUSAHA MENDAFTARKAN MEREK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA USAHA SEPATU DI MEDAN

Eka Umi Kalsum <sup>\*1</sup>, Ervina Sari Sipahutar<sup>2</sup>

<sup>\*1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan Jl. Pintu Air IV No. 214 Kwala Bekala Padang Bulan Medan

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Al-Azhar Medan Jl. Pintu Air IV No. 214 Kwala Bekala Padang Bulan Medan

Email : <sup>\*1</sup> ekaumi1979@gmail.com

### Artikel Info

#### Artikel Historis :

Terima 18 Juni 2022

Terima dan di revisi 21  
Juni 2022

Disetujui 22 Juni 2022

Kata Kunci : *kesadaran  
pengusaha, merek,  
kepercayaan konsumen*

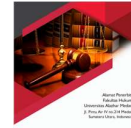
### Abstrak

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran pengusaha mendaftarkan merek dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Pelaksanaan penelitian ini di Kecamatan Medan Denai kota Medan Sumatera Utara, dengan sampel 35 orang pengusaha sepatu. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data skunder. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kesadaran pengusaha sepatu dalam mendaftarkan merek di Kecamatan Medan Denai masih sangat rendah, hal ini dibuktikan dengan tidak adanya pengusaha sepatu yang mendaftarkan mereknya. Faktor penyebab dari hal tersebut adalah permintaan dari distributor yang memang tidak mau menggunakan merek pada sepatu tersebut, pendapatan yang mereka peroleh tidak sesuai dengan biaya pendaftaran merek, prosedur pengajuan registrasi merek dianggap sulit, belum adanya sosialisasi mengenai pendaftaran merek dari pemerintah setempat. Akibat dari tidak adanya merek pada produk akan mengakibatkan kepercayaan konsumen pada produk tersebut berkurang..

**Keywords:** *entrepreneur  
awareness, brand,  
consumer trust*

#### Abstract

*The purpose of this study is to analyse the factors that influence the awareness of entrepreneurs registering a brand in increasing consumer confidence. The implementation of this research is in Medan Denai, Medan, North Sumatra, with a sample of 35 shoe entrepreneurs. The method used is descriptive qualitative. The types of data used are primary data and secondary data. From the results of the study, it was found that the awareness of shoe entrepreneurs in registering brands in Medan Denai District was still very low, this was evidenced by the absence of shoe entrepreneurs who registered their brands. The causative factors for this are requests from distributors who do not want to use the brand on the shoes, the income they get is not in accordance with the cost of trademark registration, the procedure for submitting trademark registration is considered difficult, and there has been no socialization regarding trademark registration from the local government. As a result of the absence of a brand on the product will result in reduced consumer confidence in the product..*



## PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis persaingan adalah hal yang harus dihadapi oleh setiap pengusaha, dalam hal ini termasuk bisnis kerajinan sepatu yang merupakan produk home industry yang diproduksi di Kecamatan Medan Denai. Para pengusaha sepatu di daerah ini belum ada yang mendaftarkan merek produknya ke Lembaga yang berwenang. Dengan merek konsumen dapat mengetahui kualitas produk yang akan dibelinya sebab merek menunjukkan kualitas daripada barang seperti jaminan kualitas terhadap produk yang bergengsi [1]. Selain menunjukkan kualitas, merek juga sangat menentukan dalam hal pemasaran produk karena konsumen cenderung akan membeli produk yang dianggap bermerek. Merek dijadikan ukuran oleh konsumen dalam menentukan kualitas produk, konsumen akan memilih produk yang memiliki merek karena konsumen menganggap produk yang memiliki merek adalah produk yang berkualitas. Seperti halnya konsumen dalam membeli sepatu maka konsumen akan memilih sepatu yang memiliki merek terutama merek sepatu yang sudah terkenal seperti Yongki Komaladi, Otha, St.Ives, Dr. kevin, dan sebagainya. 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 [2]. Secara hukum merek akan dilindungi apabila didaftarkan pada Lembaga yang berwenang. Pengajuan pendaftaran merek dapat ditujukan pada Kementerian Hukum dan HAM. Hal ini sesuai dengan Undang-undang tentang merek dan indikasi geografis Nomor 20 Tahun 2016. Dengan adanya merek pada suatu produk maka konsumen akan terlindung yaitu agar tidak terjadi kesalahan dalam mendapatkan barang yang mutunya jauh dibawah mutu produk aslinya. Demikian juga halnya dengan pengusaha akan mendapatkan keuntungan berupa perlindungan sebagai pemegang hak milik yang sah. Penggunaan merek dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang akan dibelinya. Kepercayaan

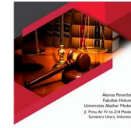
konsumen merupakan semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen oleh objek, atribut dan manfaatnya [3]. Apabila konsumen sudah percaya terhadap merek suatu produk maka konsumen tersebut akan terus mencari produk yang dianggapnya memiliki merek terpercaya.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme yang biasa digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci dan melukiskan suatu keadaan secara objektif atau berdasarkan fakta-fakta yang tampak [4]. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Denai kota Medan Propinsi Sumatera Utara. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder dan data primer. Data skunder diperoleh dari studi kepustakaan sedangkan data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan pengusaha sepatu di Kecamatan medan Denai yang berjumlah 35 orang.

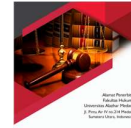
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha sepatu di kecamatan Medan Denai yang berusia 20 sampai 30 tahun sebanyak 6 orang (17,1 %), sedangkan yang berusia 31 sampai 40 tahun sebanyak 9 orang (25,7 %), dan yang berusia 41 sampai 50 tahun sebanyak 16 orang (45,7 %), selanjutnya yang berusia 51 sampai 60 tahun sebanyak 4 Orang (11,5 %). Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha sepatu di kecamatan medan Denai didominasi oleh usia 41 sampai 50 tahun. Berdasarkan Pendidikan, pengusaha sepatu yang berpendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas/Sederajat (SLTA/Sederajat) sebanyak 24 Orang (68.6 %), dan yang berpendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) sebanyak 7 orang (20 %), serta yang berpendidikan Sekolah Dasar (SD) sebanyak 4 (11,4 %). Dari segi tingkat Pendidikan, pengusaha sepatu didominasi lulusan Sekolah Menengah Tingkat Atas sederajat atau SLTA/Sederajat. Berdasarkan lamanya mendirikan usaha, pengusaha sepatu yang



mendirikan usaha selama 1 sampai 5 tahun sebanyak 5 orang (14,3 %), dan yang mendirikan usaha selama 6 sampai 10 tahun sebanyak 8 orang (22,9 %), serta pengusaha yang mendirikan usaha selama 11 sampai 15 tahun sebanyak 13 orang (37,1 %), selanjutnya pengusaha yang mendirikan usahanya di atas 16 tahun sebanyak 9 orang (25,7 %). Dari segi lamanya mendirikan usaha, pengusaha sepatu didominasi oleh pengusaha yang mendirikan usaha selama 11 sampai 15 tahun. Pengusaha yang memiliki pengetahuan tentang merek termasuk pentingnya mendaftarkan merek produk sebanyak 27 orang (77,1%), sedangkan pengusaha sepatu yang tidak memiliki pengetahuan tentang merek sebanyak 8 Orang (22,9 %). Hasil ini menunjukkan bahwa sebenarnya para pengusaha tersebut sebagian besar sudah mengetahui pentingnya mendaftarkan merek produk yang mereka hasilkan, dalam hal ini sepatu yang mereka produksi. Berdasarkan hasil penelitian pengusaha sepatu di daerah tersebut belum ada yang melakukan pendaftaran merek produk yang dihasilkan ke Lembaga yang berwenang dalam hal ini kementerian Hukum dan HAM. Hal ini membuktikan bahwa kesadaran pengusaha sepatu tersebut masih sangat rendah. Dari hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar pengusaha sepatu telah memahami pentingnya pendaftaran merek produk dari produk yang mereka hasilkan, tetapi mengapa mereka tidak juga mendaftarkan merek pada produk sepatu yang dihasilkan. Ternyata hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti permintaan dari distributor yang memang tidak mau menggunakan merek pada sepatu tersebut, pendapatan yang mereka peroleh tidak sesuai dengan biaya pendaftaran merek, prosedur pengajuan registrasi merek dianggap sulit, belum adanya sosialisasi mengenai pendaftaran merek dari pemerintah setempat. Dari beberapa faktor penyebab ketidakmauan para pengusaha sepatu mendaftarkan merek pada produk sepatu yang mereka hasilkan pemerintah setempat harus bisa memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Adapun solusi yang dapat diberikan antara lain : (1). Pemerintah setempat perlu memfasilitasi para pengusaha sepatu agar mereka mau mendaftarkan merek produknya seperti pemerintah memberikan kemudahan dalam prosedur mendaftarkan merek, mempermudah syarat yang harus

dipenuhi dalam mendaftarkan merek, bahkan pemerintah setempat menggratiskan biaya pendaftaran merek. (2). Pemerintah setempat memberikan penjelasan mengenai keuntungan yang diperoleh jika melakukan pendaftaran merek atas produk yang dihasilkan. (3). Selain hal tersebut di atas pemerintah seharusnya lebih menekankan kepada para pengusaha sepatu agar mentaati peraturan pemerintah dan Undang-Undang yang berlaku seperti Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Manfaat yang diperoleh dari pendaftaran merek secara hukum yaitu mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran hukum seperti peniruan, penyalahgunaan dan sebagainya maka pemilik dapat menempuh penyelesaiannya melalui jalur hukum. Selain manfaat secara hukum ada juga manfaatnya secara ekonomi yaitu Pembeli mempertahankan kepercayaan yang mudah dilihat tentang merek berdasarkan negara asli mereka [5]. Para pengusaha sepatu juga harus memahami bahwa merek adalah janji penjual terhadap konsumen secara berkesinambungan memberikan faedah dan service. Merek juga bisa memberikan harga standart yang berdampak pada keuntungan maksimum. Jadi anggapan yang ada di benak para pengusaha sepatu walaupun sepatu yang mereka hasilkan tidak memiliki merek tetap ada konsumen yang membelinya. Bagi mereka tidak terpikirkan keuntungan maksimum yang penting sepatu mereka laku di pasaran dan usaha mereka masih tetap berlangsung, ini merupakan anggapan yang tidak benar. Selanjutnya para pengusaha sepatu yang mengetahui tentang kepercayaan konsumen sebanyak 10 orang (28,6 %) sedangkan sebanyak 25 orang (71,4 %) tidak mengetahui tentang kepercayaan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa para pengusaha sepatu masih sangat rendah pengetahuannya mengenai kepercayaan konsumen. Padahal kepercayaan konsumen sangat dibutuhkan dalam dunia usaha. Ketidaktahuan para pengusaha sepatu tentang kepercayaan konsumen dapat diatasi dengan solusi pemberian workshop mengenai kepercayaan konsumen yang meliputi pemberian materi tentang membangun kepercayaan konsumen melalui merek. Kepercayaan akan produk sepatu akan timbul di benak konsumen jika sepatu yang dibeli mampu memberikan nilai yang diinginkan pembeli atas sepatu tersebut.



Kepercayaan konsumen akan suatu merek dapat menimbulkan citra merek, terhadap suatu produk. Kepercayaan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan produk atau merek [6]. Secara ekonomi para pengusaha sepatu di kecamatan Medan Denai belum mengetahui peranan merek dalam meningkatkan kepercayaan konsumen yang nantinya akan berdampak pada keputusan pembelian. Konsumen akan terus mencari merek yang mereka percaya karena kepercayaan konsumen akan produk sepatu dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli sepatu tersebut.

## KESIMPULAN

Kesadaran pengusaha sepatu di Kecamatan Medan Denai dalam hal pendaftaran merek masih sangat rendah, faktor penyebabnya meliputi permintaan dari distributor, pendapatan yang mereka peroleh tidak sesuai dengan biaya pendaftaran merek, prosedur pengajuan registrasi merek dianggap sulit, belum adanya sosialisasi mengenai pendaftaran merek dari pemerintah setempat. Dilihat dari masalah yang dihadapi maka dibutuhkan solusi dalam hal penyelesaian masalah sebagai berikut : pemerintah setempat perlu memfasilitasi para pengusaha sepatu agar mereka mau mendaftarkan merek produknya dan memberi sosialisasi tentang merek kepada para pengusaha sepatu serta menekankan kepada para pengusaha sepatu agar mentaati peraturan pemerintah dan Undang-Undang yang berlaku seperti Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. OK. Sadikin. 2004. “ Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual “ Intellectual Property Right. Cetakan 4. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- [2]. Republik Indonesia. 2016. Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Jakarta. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252.
- [3]. Mowen dan Miror. 2002 Prilaku Konsumen. Erlangga. Jakarta
- [4]. Sugiono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Alfabeta. Bandung.
- [5]. Kotler, Philip. (2012). Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi 15, Jilid 2. New Jersey : Prentice – Hall, inc.
- [6]. Adisaputro, Gunawan. 2014. Manajemen Pemasara Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. UPP. STIM YKPN. Yogyakarta.