

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa :

Perkembangan UMKM di Indonesia dalam kaitannya dengan kesadaran dan pemanfaatan kekayaan intelektual menunjukkan tanda yang semakin positif, meskipun masih ada beberapa tantangan masih perlu dibenahi. Jika dulu sebagian besar pelaku UMKM menganggap kekayaan intelektual hanya sebatas urusan administrasi atau sekadar perlindungan hukum, kini pandangan tersebut mulai bergeser. Pergeseran ini dapat dilihat dari adanya peningkatan atas pendaftaran kekayaan intelektual pada pelaku UMKM. Banyak UMKM telah memahami bahwa kekayaan intelektual adalah aset strategis yang mampu memperkuat daya saing, meningkatkan nilai merek, dan membuka akses ke peluang pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Perubahan pola pikir ini tidak terjadi begitu saja, melainkan dipicu oleh hadirnya program-program edukasi dan pendampingan yang terstruktur.

Kolaborasi World Intellectual Property Organization (WIPO) dengan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) menjadi salah satu pendorong utama transformasi tersebut. Keduanya meluncurkan tiga inisiatif besar yang memberikan dampak langsung bagi UMKM. Pertama, Klinik Manajemen Kekayaan Intelektual untuk UKM (IPMC), sebuah program pendampingan personal yang membantu pelaku usaha merancang strategi perlindungan kekayaan intelektual sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Melalui program ini, UMKM tidak hanya dibantu untuk mengetahui cara melindungi aset tak berwujud, tetapi juga bagaimana mengoptimalkannya untuk pengembangan usaha.

Kedua, One Village One Brand (OVOB), sebuah gerakan yang memanfaatkan potensi lokal dengan membangun merek kolektif yang merepresentasikan identitas khas daerah. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat citra produk, namun juga mempermudah promosi dan memperluas pasar produk daerah. Program OVOB menjadi contoh nyata bagaimana kekayaan intelektual dapat digunakan untuk mengangkat ekonomi daerah sekaligus mempertahankan kearifan lokal.

Ketiga, IP Academy atau Edukasi Kekayaan Intelektual Indonesia (EKII). Program kolaborasi antara DJKI dan WIPO ini hadir sebagai platform pembelajaran dari tingkat dasar hingga lanjutan yang berperan cukup signifikan dalam mengedukasi masyarakat. Melalui IP Academy, para pelaku UMKM, pengrajin, perupa, seniman, hingga akademisi mendapatkan

pengetahuan praktis seputar perlindungan, pemanfaatan, dan pengelolaan kekayaan intelektual. Kurikulum yang disusun oleh program ini berdasarkan kebutuhan nyata para peserta, sehingga mereka dapat langsung menerapkan materi yang dipelajari ke dalam kegiatan usaha mereka.

Keempat, IP Xpose. Program ini memberikan fasilitas yang lengkap kepada masyarakat umum atau pelaku kreatif untuk memahami kekayaan intelektual secara mendalam dan praktis. Hal ini tidak hanya membantu pelaku kreatif dan UMKM untuk melindungi aset intelektual mereka, tetapi juga mendorong generasi muda agar lebih sadar dan aktif dalam memanfaatkan kekayaan intelektual sebagai pilar ekonomi nasional, termasuk melalui edukasi tentang merek, paten, hak cipta, dan desain industri.

Kombinasi dari keempat program ini telah menciptakan hasil yang terlihat jelas. Jumlah pendaftaran kekayaan intelektual terus meningkat dari waktu ke waktu, dari 56.656 pada 2021 menjadi 79.368 pada 2023 serta beberapa produk lokal daerah berupa rempah yang sudah terdaftar di DJKI antara lain Lada Putih Muntok, Cengkeh Minahasa, pala Kepulauan Banda dan Kayumanis Koerintji. merek kolektif daerah mulai bermunculan dan mendapatkan pengakuan, jumlah pelatih kekayaan intelektual bersertifikat bertambah, dan UMKM yang sebelumnya kurang memahami nilai strategis kekayaan intelektual kini lebih siap bersaing di tengah persaingan pasar yang ketat, termasuk di era digital dan pasar global. Tidak hanya itu, keberadaan program ini juga memberi kontribusi terhadap terciptanya ekosistem ekonomi kreatif yang lebih kuat, berkelanjutan, dan inklusif di Indonesia.

## **5.2. Saran**

Sebagai usulan tindak lanjut dari penelitian ini, penulis merasa perlu untuk menyampaikan beberapa saran untuk dipertimbangkan, sebagai berikut :

### **1. Memperluas Jangkauan Program**

DJKI Bersama dengan WIPO diharapkan dapat memperluas jangkauan programnya hingga ke daerah-daerah terpencil dan sentra produksi kecil yang selama ini belum tersentuh. Upaya ini cukup penting untuk dipertimbangkan agar literasi kekayaan intelektual tidak hanya terfokus pada kota besar atau pusat ekonomi namun dapat merata di seluruh wilayah Indonesia. Dengan memperluas cakupan wilayah dalam programnya, berbagai potensi usaha lokal di setiap daerah dapat diidentifikasi, dilindungi, dan dikembangkan secara optimal.

### **2. Pendampingan Pasca-Pelatihan**

Kegiatan edukasi sebaiknya tidak berhenti pada sesi pelatihan semata, tetapi dilanjutkan dengan mentoring berkelanjutan. Pendampingan ini akan memastikan bahwa pengetahuan yang diperoleh peserta benar-benar dapat diterapkan dalam pengelolaan bisnis mereka.

### **3. Kolaborasi dengan Pemerintah Daerah dan Komunitas Lokal**

Keberlanjutan program seperti One Village One Brand (OVOB) sangat bergantung pada dukungan pemerintah daerah, asosiasi, dan komunitas setempat. Pemerintah perlu menekankan untuk pelibatan aktif dari pihak-pihak tersebut supaya mampu memperkuat proses pembentukan merek kolektif daerah, menjaga kualitas produk, dan memastikan keberlangsungan identitas lokal yang khas.

### **4. Pemanfaatan Teknologi Digital**

Penggunaan teknologi digital perlu diperluas, baik untuk pendaftaran, monitoring, maupun promosi KI. Platform digital akan membuat proses lebih cepat, efisien, dan transparan. Selain itu, pendekatan ini juga akan lebih menarik bagi generasi muda pelaku usaha kreatif yang cenderung melek teknologi dan aktif memanfaatkan media digital untuk mengembangkan usaha mereka.