LAPORAN RENCANA AKSI (*ACTION PLAN*) PELATIHAN TEKNIS PEMERIKSA MEREK
ANGKATAN I

PENYUSUNAN KONTEN EDUKASI DIGITAL "*BARCODE* KLASIFIKASI MEREK" GUNA MENINGKATKAN AKURASI PENENTUAN KELAS MEREK DI WILAYAH NTB

Disusun oleh:

NAMA	**: IMEL FEGA PUTRI, S. I. KOM**
NIP	**: 200201042025062007**
JABATAN	**: ANALIS KEKAYAAN INTELEKTUAL AHLI PERTAMA**
SATUAN KERJA	**: KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM NTB**
NO. ABSEN	**: 24**

KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM
NUSA TENGGARA BARAT
2026

Form *Action Plan* / Rencana Aksi Pelatihan Teknis
Pemeriksa Merek
Tahun 2026 Angkatan I

Nama Peserta	**:**	**Imel Fega Putri, S. I. Kom**
Topik / Substansi	**:**	**Edukasi Digital Sistem Klasifikasi Merek**
Lokasi Aksi	**:**	**Kantor Wilayah Kementerian Hukum NTB**
Judul Aksi	**:**	**Penyusunan Konten Edukasi Digital *"Barcode Klasifikasi Merek"* Guna Meningkatkan Akurasi Penentuan Kelas Merek di Wilayah NTB**

Kementerian Hukum Republik Indonesia (Kemenkum RI**)** adalah kementerian dalam Pemerintahan Indonesia yang mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang hukum. Kementerian Hukum berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden. Kementerian Hukum dipimpin oleh seorang Menteri yang sejak 21 Oktober 2024 dijabat oleh Supratman Andi Agtas. Kementerian Hukum beberapa kali mengalami pergantian nama yakni: "Departemen Kehakiman" (1945-1999), "Departemen Hukum dan Perundang-undangan" (1999-2001), "Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia" (2001-2004), "Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia" (2004-2009), "Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia" (2009-2024), dan "Kementerian Hukum" (2024-sekarang).

Kantor Wilayah (Kanwil) merupakan instansi vertikal Kementerian Hukum yang berkedudukan di setiap provinsi, yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Hukum. Kantor Wilayah mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas pokok dan fungsi Kementerian Hukum dalam wilayah provinsi berdasarkan kebijakan Menteri Hukum RI dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kantor Wilayah dipimpin oleh seorang Kepala Kantor Wilayah dan dibantu oleh 2 orang Kepala Divisi yaitu Divisi Pelayanan Hukum (melaksanakan tugas di bidang pelayanan hukum) dan Divisi Peraturan Perundang-undangan dan Pembinaan Hukum (melaksanakan tugas di bidang pembentukan peraturan perundangundangan, pembinaan hukum, dan analisis kebijakan hukum di daerah). Serta Bagian Tata Usaha dan Umum yang mempunyai tugas melaksanakan urusan tata usaha dan umum di lingkungan Kantor Wilayah.

A. Identifikasi Isu Masalah dan Kebutuhan

Merek merupakan salah satu bentuk Kekayaan Intelektual yang banyak didaftarkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai upaya melindungi identitas usaha serta meningkatkan daya saing produk dan jasa. Dalam proses pendaftaran merek, salah satu tahapan penting yang harus dilakukan pemohon adalah menentukan kelas merek sesuai dengan barang dan/atau jasa yang akan dilindungi berdasarkan Klasifikasi Nice yang berlaku di Indonesia.

Namun demikian, berdasarkan pengalaman pelaksanaan layanan konsultasi dan pendampingan Kekayaan Intelektual di wilayah Nusa Tenggara Barat, masih ditemukan banyak pelaku UMKM yang belum memahami konsep klasifikasi merek. Sebagian besar pemohon mengalami kesulitan dalam menentukan kelas yang tepat karena belum memahami perbedaan antar kelas barang dan jasa dan minimnya literasi mengenai pentingnya penentuan kelas merek yang akurat sejak awal pengajuan permohonan.

Kondisi tersebut mengakibatkan berbagai permasalahan, antara lain permohonan diajukan pada kelas yang tidak sesuai dengan jenis barang atau jasa yang diperdagangkan, perlunya perbaikan data permohonan, bertambahnya waktu konsultasi, serta meningkatnya risiko perlindungan hukum merek yang tidak optimal. Selain itu, masih banyak UMKM yang belum mengetahui bahwa pemerintah telah menyediakan Sistem Klasifikasi Merek yang dapat digunakan sebagai referensi dalam menentukan kelas merek secara mandiri.

Seiring meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi utama masyarakat, penyampaian informasi mengenai klasifikasi merek perlu dilakukan dengan pendekatan yang lebih sederhana, praktis, dan mudah diakses. Konten edukasi digital yang disajikan dalam format visual melalui media sosial dinilai lebih efektif untuk menjangkau UMKM dibandingkan penyampaian informasi dalam bentuk dokumen atau penjelasan teknis yang panjang.

Dari hasil identifikasi permasalahan, terdapat lima isu utama yang menjadi perhatian, yaitu:

1. Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek

Berdasarkan pelaksanaan layanan konsultasi dan pendampingan Kekayaan Intelektual di wilayah Nusa Tenggara Barat, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami konsep klasifikasi merek dalam sistem pendaftaran merek. Sebagian besar pemohon hanya mengetahui bahwa merek harus didaftarkan, namun belum memahami bahwa perlindungan merek diberikan berdasarkan kelas barang dan/atau jasa tertentu sesuai Klasifikasi Nice.

Kurangnya pemahaman tersebut menyebabkan pemohon sering kali menentukan kelas merek berdasarkan asumsi pribadi tanpa melakukan penelusuran terlebih dahulu terhadap jenis barang atau jasa yang akan dilindungi. Tidak jarang ditemukan pemohon yang mengajukan merek pada kelas yang tidak sesuai dengan kegiatan usahanya atau belum mencakup seluruh barang dan jasa yang sebenarnya diperdagangkan.

Apabila kondisi ini terus berlanjut, maka akan meningkatkan risiko kesalahan pengajuan permohonan, memperpanjang proses layanan, serta berpotensi mengurangi efektivitas perlindungan hukum merek yang diperoleh pelaku UMKM.

2. Belum Optimalnya Pemanfaatan Sistem Klasifikasi Merek oleh UMKM

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual telah menyediakan Sistem Klasifikasi Merek (https://skm.dgip.go.id) yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan pencarian kelas barang dan jasa secara mandiri. Sistem ini sebenarnya dapat membantu pemohon dalam menentukan kelas yang sesuai sebelum mengajukan permohonan merek.

Namun dalam praktiknya, masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui keberadaan sistem tersebut. Sebagian lainnya mengetahui adanya sistem klasifikasi, tetapi belum memahami cara penggunaannya sehingga tetap bergantung pada konsultasi langsung kepada petugas atau pihak lain.

Rendahnya tingkat pemanfaatan sistem klasifikasi mengakibatkan potensi layanan digital yang telah tersedia belum memberikan manfaat secara optimal. Selain itu, kesempatan bagi UMKM untuk memperoleh informasi secara cepat dan mandiri juga belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

3. Keterbatasan Media Edukasi yang Praktis dan Mudah Diakses

Informasi mengenai klasifikasi merek pada umumnya tersedia dalam bentuk regulasi, pedoman, maupun penjelasan teknis yang cukup panjang dan membutuhkan pemahaman tertentu untuk mempelajarinya. Bagi sebagian pelaku UMKM, informasi tersebut dianggap cukup kompleks sehingga sulit dipahami dalam waktu singkat.

Di sisi lain, pola konsumsi informasi masyarakat saat ini telah bergeser menuju media digital yang lebih visual, ringkas, dan mudah diakses melalui perangkat telepon seluler. Masyarakat cenderung lebih tertarik pada konten edukasi yang disajikan dalam bentuk infografis, gambar, atau video singkat dibandingkan dokumen teks yang panjang.

Belum tersedianya media edukasi yang sederhana dan praktis mengenai klasifikasi merek menyebabkan penyebarluasan informasi kepada UMKM belum berjalan secara optimal. Akibatnya, literasi masyarakat mengenai penentuan kelas merek masih relatif rendah.

4. **Tingginya Frekuensi Pertanyaan Mengenai Penentuan Kelas Merek dalam Layanan Konsultasi**

Dalam pelaksanaan layanan konsultasi Kekayaan Intelektual, pertanyaan mengenai penentuan kelas merek merupakan salah satu pertanyaan yang paling sering diajukan oleh masyarakat maupun pelaku UMKM. Sebagian besar konsultasi yang diberikan masih berfokus pada pencarian dan penentuan kelas barang atau jasa yang sesuai dengan kegiatan usaha pemohon.

Kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi mengenai klasifikasi merek masih sangat tinggi. Di sisi lain, tingginya frekuensi pertanyaan yang bersifat berulang menyebabkan waktu pelayanan lebih banyak digunakan untuk menjelaskan informasi dasar yang sebenarnya dapat dipelajari secara mandiri apabila tersedia media edukasi yang mudah diakses. Apabila tidak diantisipasi melalui penyediaan sarana edukasi yang efektif, maka kebutuhan konsultasi terkait klasifikasi merek akan terus meningkat dan berpotensi mengurangi efisiensi pelayanan Kekayaan Intelektual.

5. **Belum Adanya Konten Edukasi Digital yang Mengintegrasikan Akses Cepat ke Sistem Klasifikasi Merek**

Media sosial telah menjadi salah satu sarana utama penyebaran informasi kepada masyarakat. Akun media sosial instansi juga telah dimanfaatkan sebagai media publikasi berbagai program dan layanan Kekayaan Intelektual. Namun demikian, hingga saat ini belum terdapat konten edukasi yang secara khusus memberikan akses cepat kepada masyarakat untuk menggunakan Sistem Klasifikasi Merek.

Belum adanya integrasi antara konten edukasi dan teknologi akses cepat seperti QR Code atau barcode menyebabkan masyarakat masih harus mencari sendiri alamat sistem klasifikasi melalui mesin pencari internet. Proses tersebut sering kali menjadi hambatan bagi pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat dan praktis.

Padahal, pemanfaatan barcode yang terhubung langsung dengan Sistem Klasifikasi Merek dapat menjadi solusi sederhana namun efektif untuk

meningkatkan kemudahan akses informasi. Selain itu, penyajian tips singkat mengenai cara menentukan kelas merek dalam satu konten yang sama dapat membantu UMKM memahami proses penentuan kelas secara lebih mudah dan mandiri. Dengan tidak adanya media edukasi semacam ini, peluang pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan literasi klasifikasi merek dan mendukung akurasi permohonan merek masih belum dimanfaatkan secara optimal.

Analisis Isu

1. Analisis Isu dengan Metode APKL

Dari berbagai isu yang ada, dilakukan penapisan untuk memilih core issue sebagai fokus rancangan aktualisasi dengan metode **Aktual-Problematik-Kekhalayakan-keLayakan (APKL).** Aktual artinya isu tersebut benar-benar terjadi dan sedang hangat dibicarakan dalam masyarakat. Kekhalayakan artinya Isu tersebut menyangkut hajat hidup orang banyak. Problematik artinya Isu tersebut memiliki dimensi masalah yang kompleks, sehingga perlu dicarikan segera solusinya secara komperehensif, dan Kelayakan artinya Isu tersebut masuk akal, realistis, relevan, dan dapat dimunculkan inisiatif pemecahan masalahnya.

Tabel A.1. Analisa Isu dengan Metode APKL

No	Isu	Kriteria (Skor)				Jumlah	Prioritas
		A	P	K	L		
1.	Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek	5	5	5	5	20	I
2.	Belum Optimalnya Pemanfaatan Sistem Klasifikasi Merek oleh UMKM	5	4	4	5	18	II
3.	Keterbatasan Media Edukasi yang Praktis dan Mudah Diakses	4	4	3	4	15	IV
4.	Tingginya Frekuensi Pertanyaan Mengenai Penentuan Kelas Merek dalam Layanan Konsultasi	4	3	3	4	14	V
5.	Belum Adanya Konten Edukasi Digital yang Mengintegrasikan Akses Cepat ke Sistem Klasifikasi Merek	4	4	4	5	17	III

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode APKL, isu "Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek" memperoleh skor tertinggi yaitu 20 dan menjadi prioritas pertama. Isu ini dinilai paling aktual karena sering ditemukan dalam kegiatan konsultasi dan pendampingan merek, memiliki dampak yang luas terhadap pelaku UMKM, serta merupakan akar permasalahan yang menyebabkan terjadinya kesalahan dalam penentuan kelas merek.

2. Analisa Isu dengan Metode USG

Tiga isu dengan prioritas tertinggi tersebut di atas kemudian dilakukan analisis lagi untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh, diperlukan analisis lanjutan terhadap tiga isu dengan skor tertinggi menggunakan metode Urgency, Seriousness, Growth (USG).

a. Urgency menilai tingkat keterdesakan isu untuk segera dibahas, dianalisis, dan ditindaklanjuti;
b. Seriousness mengukur tingkat keseriusan isu dilihat dari dampak atau konsekuensi yang dapat ditimbulkan;
c. Growth menilai potensi perkembangan atau memburuknya isu apabila tidak segera ditangani.

Tabel A.2. Analisa Isu dengan Metode USG

No	Isu	Kriteria (Skor)			Jumlah	Prioritas
		U	S	G		
1.	Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek	5	5	5	15	I
2.	Belum Optimalnya Pemanfaatan Sistem Klasifikasi Merek oleh UMKM	4	4	4	12	II
3.	Belum Adanya Konten Edukasi Digital yang Mengintegrasikan Akses Cepat ke Sistem Klasifikasi Merek	4	4	3	11	III

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode USG, isu "Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek" memperoleh skor tertinggi sebesar 15 dan ditetapkan sebagai *core issue*. Isu ini memperoleh nilai maksimal pada seluruh aspek penilaian karena secara langsung memengaruhi kualitas permohonan merek

yang diajukan oleh UMKM.

Pada aspek Urgency, isu ini dinilai sangat mendesak karena masih banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam menentukan kelas merek yang sesuai sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan dalam proses pendaftaran merek. Pada aspek Seriousness, rendahnya pemahaman terhadap klasifikasi merek dapat menyebabkan perlindungan hukum yang diperoleh tidak sesuai dengan ruang lingkup usaha yang dijalankan. Sementara pada aspek Growth, permasalahan ini berpotensi terus meningkat seiring bertambahnya jumlah UMKM yang mengajukan permohonan merek apabila tidak diimbangi dengan penyediaan media edukasi yang memadai.

Rendahnya pemahaman UMKM terhadap klasifikasi merek merupakan akar permasalahan yang menyebabkan masih banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menentukan kelas barang dan/atau jasa yang sesuai saat mengajukan permohonan merek. Kondisi ini tidak hanya berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pengajuan permohonan, tetapi juga dapat mengurangi efektivitas perlindungan hukum merek yang diperoleh.

Oleh karena itu, diperlukan suatu inovasi yang mampu meningkatkan pemahaman UMKM secara mudah, cepat, dan berkelanjutan melalui Penyusunan Konten Edukasi Digital "Barcode Klasifikasi" Guna Meningkatkan Akurasi Penentuan Kelas Merek UMKM di Wilayah NTB, sehingga masyarakat dapat mengakses Sistem Klasifikasi Merek secara mandiri serta memperoleh panduan praktis dalam menentukan kelas merek yang tepat.

B. Terobosan Inovasi dan Gagasan Inovasi

Core issue yang telah ditetapkan melalui analisis APKL dan USG **adalah** "Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek yang menyebabkan masih terjadinya kesulitan dalam menentukan kelas barang dan/atau jasa secara tepat saat mengajukan permohonan merek." Isu tersebut menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya klasifikasi merek sebagai dasar perlindungan hukum atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam praktiknya, sebagian besar UMKM hanya berfokus pada pendaftaran merek tanpa memahami bahwa pemilihan kelas yang tepat merupakan salah satu faktor penting yang menentukan ruang lingkup perlindungan merek yang akan diperoleh.

Rendahnya pemahaman tersebut diperparah oleh belum optimalnya pemanfaatan Sistem Klasifikasi Merek yang telah disediakan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Selain itu, informasi mengenai klasifikasi merek umumnya masih disampaikan

dalam bentuk regulasi, pedoman, atau penjelasan teknis yang relatif panjang sehingga kurang menarik dan sulit dipahami oleh sebagian pelaku UMKM. Kondisi ini mengakibatkan masyarakat masih mengalami kesulitan dalam menentukan kelas merek secara mandiri dan cenderung bergantung pada layanan konsultasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling efektif dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Karakteristik media sosial yang visual, ringkas, dan mudah diakses menjadikannya media yang tepat untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai Kekayaan Intelektual, khususnya terkait klasifikasi merek.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu inovasi yang sederhana, mudah diterapkan, berbiaya rendah, serta mampu menjangkau masyarakat secara luas. Inovasi tersebut diwujudkan melalui Penyusunan Konten Edukasi Digital "Barcode Klasifikasi" Guna Meningkatkan Akurasi Penentuan Kelas Merek UMKM di Wilayah NTB.

Inovasi "Barcode Klasifikasi" merupakan konten edukasi digital berbentuk *carousel Instagram* yang mengintegrasikan teknologi *Quick Response Code* (QR Code) dengan Sistem Klasifikasi Merek Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Melalui inovasi ini, UMKM dapat mengakses Sistem Klasifikasi Merek secara langsung hanya dengan melakukan pemindaian barcode menggunakan telepon pintar, sekaligus memperoleh pemahaman dasar mengenai pentingnya klasifikasi merek dan cara menentukan kelas yang tepat.

Inovasi ini dirancang berdasarkan prinsip edukatif, praktis, dan mudah diakses, sehingga masyarakat tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga dapat langsung memanfaatkan layanan digital yang tersedia. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya berfungsi sebagai media sosialisasi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan UMKM agar mampu menentukan kelas merek secara mandiri sebelum mengajukan permohonan merek.

Konsep Konten Edukasi Digital "Barcode Klasifikasi"

Konten edukasi digital akan dipublikasikan melalui akun Instagram Kanwil Kementerian Hukum NTB @kemenkumntb dalam bentuk *carousel post* yang terdiri dari 5 (lima) slide, yaitu:

1. Slide 1. Cover dan Pengenalan Permasalahan

   Slide pertama berfungsi sebagai *hook* atau penarik perhatian audiens dengan mengangkat permasalahan yang sering dialami UMKM.

   Judul: "Mau Daftar Merek tapi Bingung Pilih Kelas?"

   Pada slide ini disampaikan bahwa kesalahan dalam menentukan kelas

merek dapat menyebabkan perlindungan merek tidak sesuai dengan barang atau jasa yang dimiliki. Slide ini bertujuan mendorong audiens untuk membaca seluruh rangkaian konten.

2. Slide 2. Pentingnya Memahami Kelas Merek

   Slide kedua memberikan pemahaman dasar mengenai klasifikasi merek.

   Judul: "Apa Itu Kelas Merek?"

   Konten menjelaskan bahwa kelas merek merupakan pengelompokan barang dan jasa yang digunakan dalam sistem pendaftaran merek. Pada slide ini juga ditampilkan contoh sederhana bahwa produk atau jasa yang terlihat serupa dapat berada pada kelas yang berbeda, seperti kopi bubuk, minuman kopi siap minum, dan jasa kedai kopi.

3. Slide 3. Tips Menentukan Kelas Merek

   Slide ketiga berisi panduan praktis yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam menentukan kelas merek.

   Judul; "5 Tips Menentukan Kelas Merek"

   1) Ketahui Perbedaan Kelas Barang dan Kelas Jasa
   2) Tentukan Kata Kunci (*Keywords*) Bisnis yang Spesifik
   3) Pahami Sifat, Bahan Baku, dan Cara Penggunaan Produk
   4) Pertimbangkan Multi-Kelas (Kelas Tambahan) untuk Pengembangan Bisnis
   5) Lakukan Pengecekan Kemiripan di Portal PDKI Sebelum Mendaftar

4. Slide 4. Barcode Klasifikasi Merek

   Slide keempat merupakan inti dari inovasi yang diusulkan.

   Judul: "Scan Barcode Klasifikasi Merek"

   Pada slide ini ditampilkan QR Code yang terhubung langsung dengan Sistem Klasifikasi Merek Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Pengguna cukup melakukan pemindaian menggunakan telepon pintar untuk mengakses sistem dan melakukan pencarian kelas barang maupun jasa secara mandiri.

5. Slide 5: Ajakan dan *Call to Action*

   Slide terakhir berfungsi sebagai penutup sekaligus ajakan kepada masyarakat untuk memanfaatkan layanan yang tersedia.

   Judul: "Lindungi Merek Usahamu Sejak Sekarang"

   Pada slide ini disampaikan pesan agar UMKM memastikan kelas merek yang dipilih sudah tepat sebelum mengajukan permohonan merek serta memanfaatkan Sistem Klasifikasi Merek sebagai referensi awal. Selain itu, dicantumkan informasi layanan konsultasi Kekayaan Intelektual Kanwil

Kementerian Hukum NTB sebagai sarana pendampingan apabila masyarakat masih memerlukan bantuan.

Inovasi "Barcode Klasifikasi Merek" memiliki nilai kebaruan karena menggabungkan tiga unsur sekaligus, yaitu Edukasi Kekayaan Intelektual dalam bentuk konten digital yang mudah dipahami, Pemanfaatan teknologi QR Code untuk mempercepat akses masyarakat terhadap Sistem Klasifikasi Merek dan Optimalisasi media sosial Instagram sebagai sarana diseminasi informasi kepada UMKM secara luas dan berkelanjutan. Melalui pendekatan tersebut, informasi mengenai klasifikasi merek tidak lagi disampaikan secara konvensional, melainkan melalui media yang lebih dekat dengan kebiasaan masyarakat saat ini.

Sebagai identitas inovasi, konten edukasi digital ini mengusung tagline: "Scan Kelasnya, Daftarkan Mereknya, Lindungi Usahanya." Tagline tersebut mencerminkan tujuan utama inovasi, yaitu memberikan kemudahan kepada UMKM untuk menemukan kelas merek yang tepat melalui satu kali pemindaian barcode, sehingga proses pendaftaran merek dapat dilakukan secara lebih akurat dan perlindungan hukum yang diperoleh menjadi lebih optimal.

C. Tahapan Kegiatan dan Hasil Capaian

Tahapan kegiatan dan hasil capaian yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

No	Nama Kegiatan	Target Tahapan capaian		Waktu
		Rincian Langkah Kegiatan (Output Tahapan)	Hasil Capaian (Output Utama Kegiatan)	
1.	Persiapan dan Koordinasi Awal	Melakukan konsultasi dengan Mentor/Atasan Langsung terkait rencana inovasi.	Dokumen persetujuan Mentor, Notulensi rapat koordinasi, dan kumpulan materi referensi kelas merek.	Minggu 1
		Melakukan koordinasi dengan Tim Humas Kanwil untuk penyelarasan aset digital.		

		Mengumpulkan bahan referensi regulasi klasifikasi merek (MGP/Nice Classification).		
2.	Penyusunan dan Pembuatan Konten Edukasi Digital	Menyusun *storyline* dan *copywriting* teks untuk 5 slide *carousel* Instagram. Membuat tautan pendek (*shortlink*) dan *QR Code* yang terhubung ke Sistem Klasifikasi Merek DJKI. Mendesain visual konten *carousel* menggunakan aplikasi desain (misal: Canva) sesuai *brand guidelines* Kemenkum.	Draf kasar visual (*mockup*) 5 slide konten *carousel* Instagram beserta *QR Code* aktif yang siap diuji	Minggu 2
3.	Validasi Materi dan Uji Coba Inovasi	Mengajukan draf konten kepada Analis Kekayaan Intelektual Senior/Subkoordinator untuk validasi substansi materi. Melakukan uji coba pemindaian (*scanning*) *QR Code* melalui berbagai tipe *smartphone*. Melakukan finalisasi desain berdasarkan masukan/koreksi.	Lembar validasi substansi oleh pejabat/pakar KI dan file konten final (ekstensi .PNG/.JPG resolusi tinggi) yang siap rilis.	Minggu 3

4.	Publikasi dan Diseminasi melalui Media Sosial	Mengajukan surat permohonan unggah konten kepada Pengelola Akun Media Sosial Resmi Kanwil.	Konten edukasi digital yang telah *live*/tayang di Instagram resmi Kanwil Kemenkum NTB.	Minggu 4
		Mengunggah konten *carousel* "Barcode Klasifikasi" secara resmi di Instagram.		
		Membagikan tautan publikasi ke grup-grup binaan UMKM di wilayah NTB.		
5.	Pemantauan (Monitoring) dan Evaluasi	Memantau statistik performa konten (*likes, comments, shares, saves*) di Instagram setelah 1-2 minggu penayangan.	Dokumen Laporan Evaluasi yang memuat data statistik *engagement* konten dan testimoni kemanfaatan dari UMKM.	Minggu 4
		Rekapitulasi data/testimoni dari pelaku UMKM mengenai kemudahan penggunaan barcode.		
		Menyusun laporan akhir hasil pelaksanaan aksi perubahan.		

D. Pemanfaatan Sumber daya

Sumber Daya	Uraian Pemanfaatan
SDM	**Atasan langsung**: berperan sebagai pengarah, fasilitator, dan pengawas jalannya kegiatan. Pemanfaatan sumber daya ini dilakukan melalui konsultasi intensif guna memastikan bahwa subtansi konten edukasi yang disusun telah selaras dengan arah kebijakan dan target kinerja Subbidang Pelayanan Kekayaan Intelektual Kanwil Kemenkum NTB. **Tim Humas Kanwil Kemenkum NTB**: Tim Humas dimanfaatkan sebagai mitra strategis dalam aspek diseminasi informasi digital. Kolaborasi dengan Humas bertujuan untuk menyelaraskan aspek visual agar sesuai dengan *brand guidelines* instansi, serta memastikan konten *carousel* dapat dipublikasikan secara resmi melalui akun Instagram Kanwil guna menjangkau audiens secara luas. **Senior Analis KI**: Analis Senior dilibatkan sebagai validator untuk menguji akurasi konten sebelum dipublikasikan. Pemanfaatan keahlian mereka sangat krusial untuk memastikan contoh pengelompokan kelas merek yang dimasukkan ke dalam slide (seperti perbedaan kelas pada komoditas kopi) sudah 100% tepat dan sesuai dengan *Nice Classification*.
Sarana dan Prasarana	**Perangkat Keras (Hardware)**: Pemanfaatan komputer atau laptop kerja digunakan sebagai sarana utama untuk merancang konsep, menulis naskah, dan mengeksekusi desain grafis. Selain itu, *smartphone* pribadi maupun dinas digunakan sebagai alat uji fungsi pemindaian (*scanning*) untuk memastikan *QR Code* dapat terbaca dengan baik oleh berbagai jenis perangkat. **Perangkat Lunak (Software) Desain dan Data**: Aplikasi pengolah kata digunakan untuk menyusun *storyline*, sementara platform desain grafis (seperti Canva) dimanfaatkan untuk menyusun estetika visual 5 slide *carousel*. Di samping itu, *QR Code generator* digunakan untuk memproduksi kode batang dinamis yang melink langsung ke sistem resmi DJKI.

	Media Sosial Instansi: akun Instagram resmi Kanwil Kemenkum NTB dimanfaatkan sebagai infrastruktur publikasi utama, menjadikannya media edukasi yang berkelanjutan dan dapat diakses gratis oleh pelaku UMKM kapan saja.

E. Mitigasi Risiko atau Identifikasi Kendala

No	Risiko / Kendala	Dampak	Level	Mitigasi
1	Keterbatasan waktu koordinasi tatap muka dengan Mentor atau Tim Humas karena kepadatan agenda kerja dan dinas luar.	Penyelarasan konsep awal inovasi berpotensi tertunda dari linimasa yang dijadwalkan.	**Sedang**	Menyusun draf dokumen ringkas (*briefing document*) terlebih dahulu, lalu memanfaatkan media komunikasi digital (WhatsApp) untuk asistensi jarak jauh secara fleksibel.
2	Desain visual *carousel* dinilai kurang menarik, terlalu kaku, atau teks *copywriting* terlalu panjang sehingga sulit dipahami oleh pelaku UMKM.	Menurunnya minat audiens (UMKM) untuk membaca konten sampai slide terakhir (Slide Barcode).	**Sedang**	Menerapkan teknik *visual storytelling* yang ringkas, menggunakan warna kontras sesuai *brand guidelines*, serta menggunakan bahasa sehari-hari yang sederhana (menghindari jargon hukum yang rumit).
3	*QR Code* yang dihasilkan sulit dipindai (*error*) pada beberapa tipe *smartphone* dengan spesifikasi	Pelaku UMKM gagal mengakses Sistem Klasifikasi Merek secara mandiri saat	**Tinggi**	Menggunakan ukuran *QR Code* yang proporsional (tidak terlalu kecil), memastikan resolusi gambar tinggi (HD) serta mencantumkan alternatif tautan pendek (*shortlink* berbentuk teks) di bawah *barcode* sebagai opsi

	kamera rendah atau layar retak.	mencoba memindai.		manual.
4	Konten *carousel* tenggelam oleh unggahan informasi lain di Instagram Kanwil, sehingga jumlah jangkauan (*reach*) ke target UMKM NTB rendah.	Edukasi digital tidak tersebar luas dan target peningkatan pemahaman UMKM tidak tercapai secara optimal.	**Tinggi**	Melakukan diseminasi aktif (jemput bola) dengan membagikan *link* unggahan Instagram secara langsung ke grup-grup WhatsApp komunitas UMKM binaan Dinas Koperasi & UKM di Wilayah NTB.
5	Minimnya respon, komentar, atau umpan balik (*feedback*) dari UMKM pada kolom interaksi Instagram pasca-publikasi.	Sulitnya mengukur tingkat efektivitas dan keberhasilan inovasi secara objektif dari sisi pengguna.	**Sedang**	Menyediakan kuesioner evaluasi yang sangat singkat (format *Google Form*) dan menyisipkan tautannya pada *caption* Instagram, atau melakukan wawancara singkat via telepon/WhatsApp kepada beberapa perwakilan UMKM yang sedang berkonsultasi.

F. Strategi Pengembangan Kompetensi untuk Perubahan

No	Kompetensi yang Dikembangkan	Kompetensi yang dikembangkan	Metode Pengembangan	Penerapan dalam Aksi Perubahan
1	Kompetensi Teknis / Substansif	- Keahlian analisis klasifikasi merek (Nice Classification). - Kemampuan *data link management* (integrasi QR	- *Self-learning* (belajar mandiri) regulasi terbaru. - *Mentoring* dan diskusi bersama Analis KI Senior.	Menyortir dan menyederhanakan basis data klasifikasi merek yang rumit menjadi contoh konkret yang mudah dipahami oleh UMKM

		Code dinamis).		dalam materi edukasi.
2	Kompetensi Manajerial	- Manajemen waktu (*Project Scheduling*). - Komunikasi publik dan koordinasi lintas fungsi.	- *Experiential Learning* (praktik langsung memimpin proyek). - Konsultasi intensif bersama Mentor.	Mengelola linimasa penyusunan konten dari tahap persiapan hingga evaluasi, serta mengorkestrasi kolaborasi bersama Tim Humas Kanwil.
3	Kompetensi Sosio-Kultural & Digital	- Literasi digital (*Digital Content Creation*). - Pemahaman psikologi audiens (karakteristik UMKM lokal NTB).	- Benchmarking konten edukasi digital yang sukses. - Riset mandiri mengenai tren media sosial (*copywriting* & desain).	Merancang konten visual *carousel* Instagram yang komunikatif, persuasif, dan inklusif bagi pelaku usaha di wilayah NTB.

E. Penutup

Penyusunan *Action Plan* Konten Edukasi Digital "Barcode Klasifikasi Merek" merupakan langkah konkret dan strategis dalam merespons tingginya dinamika permohonan kekayaan intelektual, khususnya merek, di Wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB). Inovasi yang berbasis pada prinsip *low cost-high impact* ini dirancang untuk menjembatani jarak informasi antara sistem regulasi yang rigid dengan kebutuhan pelaku UMKM akan panduan yang praktis, cepat, dan mudah dipahami.

Melalui penapisan isu metode APKL dan USG yang komprehensif, disusul dengan pemetaan tahapan kegiatan yang terukur, pemanfaatan sumber daya yang kolaboratif, serta mitigasi risiko yang matang, aksi perubahan ini optimis dapat dilaksanakan secara akuntabel. Keberhasilan inovasi ini tidak hanya diukur dari tersedianya konten digital di media sosial, melainkan dari terciptanya kemandirian pelaku UMKM dalam menentukan kelas barang dan/atau jasanya secara akurat sebelum mengajukan pendaftaran merek.

Sebagai wujud keberlanjutan (*sustainability*) dari inovasi ini, rencana jangka panjang akan diarahkan pada integrasi pelayanan secara *hybrid* (kombinasi *online* dan *offline*). Visual QR Code/Barcode Klasifikasi Merek yang telah disusun tidak hanya

berhenti sebagai konten media sosial, melainkan ke depannya akan dicetak dalam bentuk media fisik yang akan ditempatkan secara strategis di meja ruang layanan konsultasi Kantor Wilayah Kementerian Hukum NTB, sehingga pelaku usaha yang datang langsung tetap dapat mengkases panduan digital ini dengan mudah.

Akhir kata, pelaksanaan *Action Plan* ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik di Kantor Wilayah Kementerian Hukum NTB. Lebih dari itu, inovasi "Barcode Klasifikasi Merek" ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi kreatif yang tangguh di NTB, di mana setiap hak atas kekayaan intelektual pelaku usaha lokal dapat terlindungi secara optimal dan berkepastian hukum.

Mataram, 22 Juni 2026
Peserta Pelatihan,



IMEL FEGA PUTRI
NIP. 200201042025062007

KANWIL KEMENKUM NTB

RENCANA AKSI (ACTION PLAN)
PELATIHAN TEKNIS PEMERIKSA MEREK

PENYUSUNAN KONTEN EDUKASI DIGITAL "BARCODE KLASIFIKASI MEREK" GUNA MENINGKATKAN AKURASI PENENTUAN KELAS MEREK DI WILAYAH NTB

Oleh:
IMEL FEGA PUTRI, S. I. KOM
NIP. 200201042025062007
ANALIS KEKAYAAN INTELEKTUAL AHLI PERTAMA
NO. ABSEN : 24

KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN HUKUM
NUSA TENGGARA BARAT

Identifikasi Isu Masalah

1. **Rendahnya Pemahaman UMKM** terhadap **Klasifikasi Merek**
2. **Belum Optimalnya Pemanfaatan Sistem Klasifikasi Merek** oleh **UMKM**
3. **Keterbatasan Media Edukasi** yang **Praktis** dan **Mudah Diakses**
4. Tingginya **Frekuensi Pertanyaan** Mengenai **Penentuan Kelas Merek** dalam **Layanan Konsultasi**
5. Belum Adanya **Konten Edukasi Digital** yang **Mengintegrasikan Akses Cepat ke Sistem Klasifikasi Merek**

Analisa ISU

Scored Diagnostic Matrix

No	Isu	Kriteria (Skor) U	S	G	Jumlah	Prioritas
1.	Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek	5	5	5	**15**	I
2.	Belum Optimalnya Pemanfaatan Sistem Klasifikasi Merek oleh UMKM	4	4	4	12	II
3.	Belum Adanya Konten Edukasi Digital yang Mengintegrasikan Akses Cepat ke Sistem Klasifikasi Merek	4	4	3	11	III

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode USG, isu **"Rendahnya Pemahaman UMKM terhadap Klasifikasi Merek"** memperoleh **skor tertinggi sebesar 15** dan ditetapkan sebagai core issue.

Terobosan Inovasi dan Gagasan Inovasi

Penyusunan Konten Edukasi Digital "Barcode Klasifikasi" Guna Meningkatkan Akurasi Penentuan Kelas Merek UMKM di Wilayah NTB. Konten edukasi digital berbentuk carousel Instagram yang mengintegrasikan teknologi
Quick Response Code (QR Code) dengan Sistem Klasifikasi Merek Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Tagline: "Scan Kelasnya, Daftarkan Mereknya, Lindungi Usahanya."

1. Slide 1. Cover dan Pengenalan Permasalahan
2. Slide 2. Pentingnya Memahami Kelas Merek
3. Slide 3. Tips Menentukan Kelas Merek



4. Slide 4. Barcode Klasifikasi Merek
5. Slide 5. Ajakan dan Call to Action

Tahapan Kegiatan dan Hasil Capaian

1. Persiapan dan Koordinasi Awal

Minggu 1

Target capaian: Dokumen persetujuan Mentor, Notulensi rapat koordinasi, dan kumpulan materi referensi kelas merek.

2. Penyusunan dan Pembuatan Konten Edukasi Digital

Minggu 2

Target capaian: Draf kasar visual (mockup) 5 slide konten carousel Instagram beserta QR Code aktif yang siap diuji.

3. Validasi Materi dan Uji Coba Inovasi

Minggu 3

Target capaian: Lembar validasi substansi oleh pejabat/pakar KI dan file konten final (ekstensi .PNG/.JPG resolusi tinggi) yang siap rilis.

Tahapan Kegiatan dan Hasil Capaian

3. Validasi Materi dan Uji Coba Inovasi

Minggu 3

Target capaian: Konten edukasi digital yang telah live/tayang di Instagram resmi Kanwil Kemenkum NTB.

4. Publikasi dan Diseminasi melalui Media Sosial

Minggu 4

Target capaian: Konten edukasi digital yang telah live/tayang di Instagram resmi Kanwil Kemenkum NTB.

5. Pemantauan (Monitoring) dan Evaluasi

Minggu 4

Target capaian: Dokumen Laporan Evaluasi yang memuat data statistik engagement konten dan testimoni kemanfaatan dari UMKM.

Pemanfaatan Sumber daya

SDM:



Atasan langsung: berperan sebagai pengarah, fasilitator, dan pengawas jalannya kegiatan.



Tim Humas Kanwil Kemenkum NTB: dimanfaatkan sebagai mitra strategis dalam aspek diseminasi informasi digital.



Senior Analis KI: dilibatkan sebagai validator untuk menguji akurasi konten sebelum dipublikasikan.

Sarana dan Prasarana:



Perangkat Keras (Hardware): komputer atau laptop kerja



Perangkat Lunak (Software) Desain dan Data: Aplikasi pengolah kata, platform desain grafis (seperti Canva), QR Code generator.



Media Sosial Instansi: akun Instagram resmi Kanwil Kemenkum NTB dimanfaatkan sebagai infrastruktur publikasi utama.

Mitigasi Risiko atau Identifikasi Kendala

Level Sedang:

Risiko: Keterbatasan waktu koordinasi tatap muka.

Mitigasi: Menyusun draf dokumen ringkas (briefing document) dan memanfaatkan media komunikasi digital.

Risiko: Desain visual kurang menarik atau teks terlalu panjang.

Mitigasi: Menerapkan teknik visual storytelling yang ringkas, menggunakan warna kontras.

Risiko: Minimnya umpan balik (feedback) dari UMKM.

Mitigasi: Menyediakan kuesioner evaluasi sangat singkat (format Google Form) dan melakukan wawancara singkat.

Level Tinggi:

Risiko: QR Code yang dihasilkan sulit dipindai (error).

Mitigasi: Menggunakan ukuran QR Code yang proporsional, memastikan resolusi gambar tinggi, mencantumkan alternatif tautan pendek (shortlink).

Risiko: Konten carousel tenggelam oleh unggahan informasi lain.

Mitigasi: Melakukan diseminasi aktif (jemput bola) dengan membagikan link ke grup-grup WhatsApp komunitas UMKM.

Berdasarkan Slide C: Strategi Pengembangan Kompetensi untuk Perubahan



Pelatihan Berkelanjutan

Implementasi program pelatihan terarah untuk meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial SDM yang relevan dengan kebutuhan transformasi.



Pembelajaran Organisasi & Berbagi Pengetahuan

Mendorong budaya belajar yang aktif dan mekanisme berbagi pengetahuan antar unit untuk mempercepat adopsi perubahan.



Penyelarasan Strategis & Adaptasi Budaya

Mengintegrasikan pengembangan kompetensi dengan visi strategis perubahan, membentuk pola pikir adaptif dan inovatif di seluruh organisasi.

TERIMA KASIH