

**ANALISA KESADARAN HUKUM ATAS KEPEMILIKAN MEREK TERDAFTAR PADA UMKM BINAAN PT. SARANA INFOTEKNO MITRA SOLUSI di DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA****Giovani Bajeng Rahayu Ratri**

Alumni Fakultas Hukum Universitas Janabadra

**Contact:** [giovani.write@gmail.com](mailto:giovani.write@gmail.com)**Diterima:** 10 November 2021**Direvisi:** -**Disetujui:** 10 Desember 2021**Hak Cipta:** ©2018**Halaman:** 15-34**ABSTRACT**

The high number of MSME actors is a positive thing related to Indonesian economic movement. MSMEs today are one of the pulse economic movement in Indonesia, and is one of the major sources of income for country. Technology that is developing rapidly makes the MSME market too develop. This research will more specifically examine the perpetrators of SMEs craftsmen batik built by PT. Sarana Infotekno Solution Partner. Small and Medium Enterprises, batik craftsmen has great potential in Yogyakarta. As one of the cities of batik, SMEs Batik in Yogyakarta has a fairly large market potential, in addition to assets in the form of: design and brand is also a big enough potential. Awareness of perpetrator MSMEs on Brand Ownership Rights are still considered low. Research purposes This is to find out the legal awareness of batik craftsmen in fostered MSMEs PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi about the importance of registration awareness brands, as well as to find out the legal protection for brands that have not been registered with the MSMEs fostered by PT. Sarana Infotekno Solution Partner. This research is an empirical legal research, and the data in This research was obtained by using semi-structured interviews with There are 6 correspondents consisting of five MSME actors, as well as one director of PT. Sarana Infotekno Solution Partner. From the results of the interview, it was obtained that the awareness data of MSME actors was still low very low. Brand is seen as a means of promotion and a requirement for business legality. MSME actors still do not understand that there are various kinds of risks which may occur if the mark is misused by another party. On the other hand, SMEs actors also do not consider that the brand they own is a valuable asset for the business owned.

---

**Keywords:** Trademark Ownership Rights, SMEs, batik craftsmen, Brands Registered, Special Region of Yogyakarta Batik UMKM, Rights Intellectual Property.

---

## PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu jenis karya seni, dimana antara satu pengrajin dan pengrajin lainnya tentu saja memiliki ciri khas atau keunikan yang berbeda pada setiap coraknya. Setiap pengrajin batik memiliki corak yang khas, sehingga penggemar batik dapat mengetahui pembuatnya hanya dari coraknya. Hal ini memiliki resiko yang tinggi untuk ditiru secara legal dan tentu saja ini juga merugikan para pelaku UMKM pengrajin batik di Yogyakarta. (Aprianto, 2015).

Selain kemungkinan ditiru secara ilegal, hal yang hingga kini banyak terjadi dan dapat merugikan pelaku UMKM pengrajin batik adalah pemberian merek atau brand pada batik yang dibeli sebelumnya oleh konsumen yang biasanya merupakan desainer-desainer dan pemilik brand tertentu pada pengrajin batik untuk kemudian dijual dengan harga yang jauh lebih tinggi. Sebagai contoh, seperti yang dialami oleh salah satu pengrajin batik di Lendah, Kulon Progo dimana batik hasil karyanya dibeli oleh salah satu desainer dan artis terkenal di Indonesia kemudian diberi merek tertentu dan dijual lagi di Jakarta dengan harga mencapai Rp.10.000.000 per lembar. (Wawancara, Pra-Penelitian).

Pelindungan karya seni batik khususnya motif batik kontemporer telah diakomodir dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Penjelasan Pasal 40 angka (1) huruf j UU Hak Cipta menyatakan jika "karya seni batik adalah motif batik kontemporer yang bersifat inovatif, masa

kini dan bukan tradisional." Karya tersebut dilindungi karena mempunyai nilai seni, baik dalam kaitannya dengan gambar, corak, maupun komposisi warna. Oleh karena memiliki nilai seni yang tinggi, hal ini yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang curang dan memanfaatkan produk orang lain untuk memperoleh keuntungan. Batik dibeli dengan harga yang sangat murah dan dengan kuantitas yang cukup banyak dalam kondisi tidak diberi merek atau brand untuk kemudian diberi merek untuk menimbulkan kesan eksklusif dan dijual kembali dengan harga yang jauh lebih tinggi.

Mayoritas pengrajin batik pelaku UMKM sudah mempunyai mereknya tapi belum didaftarkan. Pelaku UMKM tersebut juga tidak mengetahui keuntungan apa saja yang diperoleh apabila mereka mendaftarkan merek batiknya. Selama ini pengrajin batik pelaku UMKM hanya fokus pada kuantitas pesanan meskipun pesanan tersebut tidak menyertakan merek yang mereka miliki sama sekali. Padahal merek merupakan suatu hal yang penting. Merek yang artinya 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.

Hak atas merek di Indonesia berdasarkan sistem pendaftaran

(constitutive system), sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang menyatakan bahwa, hak atas Merek diperoleh setelah Merek tersebut terdaftar. Pada saat ini proses pendaftaran merek di Indonesia sangat mudah, pemerintah menyediakan dua macam cara baik secara elektronik maupun non-elektronik. Untuk mendaftarkan merek, terlebih dahulu dilakukan pemeriksaan melalui website <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/>.

Pemeriksaan dilakukan untuk mengetahui merek yang akan didaftarkan itu sudah dimiliki oleh pihak lain atau belum. Apabila sudah dipastikan merek belum didaftarkan, proses selanjutnya dapat dilakukan dengan melengkapi berkas-berkas dan pendaftaran dapat dilakukan melalui loket Dirjen Kekayaan Intelektual. Selain itu, pendaftaran dapat dilakukan secara elektronik, tetapi untuk saat ini permohonan secara elektronik hanya dapat dilakukan oleh Konsultan Kekayaan Intelektual terdaftar, di Kantor Wilayah Kemenkumham dan Sentra HKI Perguruan Tinggi.

Pelaku UMKM pengrajin batik saat ini memiliki kualitas produk yang cukup baik untuk bersaing di pasar Nasional atau bahkan Internasional. Corak batik yang ditawarkan juga berkkelas, tetapi belum ada mereknya, kemudian dibeli oleh pihak lain dengan harga murah, kemudian diberi label atau merek tertentu yang lebih terkenal dan dijual dengan harga yang jauh lebih tinggi. Pada dasarnya transaksi demikian tidak

melanggar peraturan perundang-undangan di bidang merek, sebab batik yang diproduksi UMKM tersebut dijual dalam keadaan tidak ber merek. Namun karena kekayaan intelektual itu melekat pada pencipta, yakni corak-corak yang diciptakan oleh pelaku UMKM tersebut. Maka secara tidak langsung jual-beli atau transaksi batik yang demikian sangat merugikan pengrajin batik selaku pencipta. Secara de facto, para pengrajin batik yang pada dasarnya dapat menghasilkan batik yang berkualitas, namun memang belum memiliki merek. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap kondisi sosial masyarakat, khususnya pengrajin batik yang tidak memiliki merek tersebut. Baik faktor internal maupun faktor eksternal, antara lain adalah tingkat kesadaran hukum masyarakat pengrajin batik. Bekerjanya hukum akan dipengaruhi oleh sistem hukum. Menurut Friedman sistem hukum memiliki tiga unsur yang mempengaruhi efektif dan tidaknya penegakan hukum, yaitu: Struktur Hukum, Substansi Hukum, dan Budaya Hukum. (Lawrence, 1975). Kesadaran hukum masyarakat merupakan bagian dari budaya hukum. Bagaimana budaya hukum masyarakat dalam pendaftaran merek akan tergantung dari berbagai faktor.

Pentingnya kesadaran terkait pendaftaran dan kepemilikan merek memang hal yang harus ditingkatkan. Kepemilikan merek memiliki fungsi yang cukup luas bagi perkembangan usaha yang dimiliki dan perlindungan usaha bagi pelaku UMKM pengrajin batik.

Kepemilikan merek bukan hal yang harus dimiliki pada saat usaha tersebut sudah mulai berkembang, tetapi justru dari awal usaha tersebut berjalan, kesadaran akan hak kepemilikan merek harus sudah dimiliki bagi para pelaku UMKM pengrajin batik.

PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi adalah perusahaan yang berpusat di DIY dan selama ini bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika dan juga Dinas Kominfo DIY untuk menyelenggarakan pelatihan-pelatihan yang berfokus pada pengembangan UMKM. PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi memiliki tim yang berisikan orang-orang yang kompeten pada bidang pengembangan UMKM terutama pada sistem pemasaran online. Dengan kerjasama dengan dinas terkait, perusahaan menyelenggarakan pelatihan untuk dapat mengembangkan potensi-potensi UMKM dan memperluas pasar pelaku UMKM tersebut. Selama ini pelatihan dilakukan dengan mengangkat tema-tema pengembangan usaha berbasis online dan memperkenalkan kepada para pelaku UMKM untuk dapat memasarkan produk yang dimiliki melalui media sosial dengan cara yang benar dan menarik.

Dengan bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika, PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi memiliki UMKM binaan di beberapa daerah wisata prioritas di Indonesia yaitu Toba Sumatera Utara, Desa Sukarara dan Merthak Lombok Tengah, Manggarai Barat, dan juga Minahasa Utara. Sementara di DIY sendiri, perusahaan

bekerjasama dengan Dinas Kominfo DIY untuk memajukan UMKM di kabupaten dan kota yang berada di Provinsi DIY.

Dalam menjalankan pelatihan-pelatihan tersebut perusahaan bekerjasama dengan pelaku-pelaku usaha yang sudah memiliki pengalaman sebelumnya menurut tema yang diusung, sehingga pelatihan tidak hanya diisi dengan teori-teori untuk mengembangkan usaha, tetapi juga langsung dari praktisi atau pelaku usaha, hal ini dilakukan agar pelaku UMKM peserta pelatihan dapat lebih menyerap pengalaman daripada teori-teori dan juga dapat langsung bertukar pengalaman dengan sesama pelaku usaha.

## **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah kesadaran hukum pengrajin batik pada UMKM binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi tentang pentingnya pendaftaran merek?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi merek yang belum terdaftar pada UMKM binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kesadaran hukum pengrajin batik pada UMKM binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi tentang pentingnya pendaftaran merek.

2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi merek yang belum terdaftar pada UMKM binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris yang menggunakan fakta-fakta empiris yang diambil dari perilaku manusia, baik perilaku verbal yang didapat dari wawancara maupun perilaku nyata yang dilakukan melalui pengamatan langsung. (Fajar dan Achmad, 2010).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, yaitu cara memperoleh data dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan kepada responden tentang hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan. Selain itu juga menggunakan Studi dokumen, dengan cara mengumpulkan dan menelaah bahan-bahan hukum primer maupun sekunder yang berupa undang-undang, bukubuku atau jurnal dan karya ilmiah lainnya.

Data yang diperoleh dalam penelitian kemudian diolah dan dianalisis secara kualitatif normative, artinya analisis data berdasarkan apa yang diperoleh dari kepustakaan maupun lapangan baik secara lisan maupun tertulis, kemudian diarahkan, dibahas dan diberi penjelasan dengan ketentuan yang berlaku kemudian disimpulkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tingkat Kesadaran Hukum Masyarakat tentang Merek**

Dalam penelitian ini, masyarakat diwakili oleh pelaku UMKM binaan PT. Infotekno Mitra Solusi. Terkait kesadaran masyarakat terkait pentingnya Hak Kepemilikan Merek, berdasarkan hasil wawancara dengan perusahaan, masyarakat masih memandang merek hanya sebatas media promosi dan sebagai sarana untuk mendaftarkan perijinan usaha ke dinas terkait. Selain hal tersebut, para pelaku UMKM belum memiliki kesadaran atau pandangan lain. Sebagian pelaku UMKM mengetahui bahwa mereka dapat mendaftarkan merek tersebut untuk mendapatkan Hak Kepemilikan Merek dan mengetahui efek positif yang dapat mereka peroleh apabila produk yang dimiliki sudah terdaftar.

Kesadaran terkait Hak Kepemilikan Merek masih rendah. Hal ini dikarenakan masyarakat belum mengetahui dan memahami kegunaan dari Hak Kepemilikan Merek. Hingga saat ini masih banyak merek yang digunakan tetapi tidak di daftarkan pada Dirjen HKI untuk mendapatkan Hak Kepemilikan Merek. Selain itu, beberapa faktor yang ada di sekitar masyarakat juga memberikan pengaruh yang kuat terhadap sadar atau tidaknya masyarakat tentang merek. Faktor-faktor tersebut diantaranya: faktor budaya, faktor sosial. Faktor budaya dan sosial yang berkembang di masyarakat hingga sekarang yang membentuk masyarakat dengan kebiasaan-kebiasaan yang mereka miliki.

Masyarakat belum terbiasa dengan istilah Hak Kepemilikan Merek

dikarenakan dari kebiasaan yang telah berkembang selama ini hanya sebatas merek sebagai media promosi dan label dari produk saja. Masyarakat kurang memahami bahwa sebenarnya Merek juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan dapat dianggap sebagai asset penting suatu usaha yang berjalan. Dewasa ini, merek memang dianggap sebagai media promosi dan label suatu produk, serta sarana dalam proses pembuatan perijinan usaha. Untuk membangun merek suatu usaha menjadi cukup besar dan dikenal orang bukan merupakan hal yang mudah. Pelaku usaha harus membuat promosi-promosi yang gencar agar produk dengan merek yang telah mereka dibuat dikenal dan diterima oleh masyarakat umum. Sehingga hasil akhir yang diharapkan oleh pelaku usaha adalah adanya permintaan dari produk yang dimiliki serta masyarakat umum mengenal dengan baik produk yang dimiliki.

Dengan adanya budaya atau kebiasaan yang seperti itulah, kesadaran untuk memiliki Hak Kepemilikan Merek masih sangat rendah. Di satu sisi, dengan adanya Hak Kepemilikan Merek merupakan suatu hak khusus yang diberikan oleh negara kepada pemilik terkait merek dan desain-desain yang terdapat pada merek tersebut. Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa merek yang belum didaftarkan memiliki kemungkinan yang sangat besar untuk digunakan secara tidak baik oleh pihak lain. Dalam hal ini pelaku usaha pemilik merek yang sesungguhnya sangat dirugikan. Oleh karena itu, merek dapat

dianggap sebagai asset yang berharga bagi para pelaku usaha.

Para pelaku UMKM binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi, bukan hanya pengrajin batik, mayoritas telah memiliki merek. Tetapi kembali lagi bahwa merek yang mereka miliki hanya dipakai untuk mendaftarkan ijin-ijin usaha. Selain itu, para pelaku UMKM juga belum menyadari pentingnya Hak Kepemilikan Merek. Para pelaku UMKM tersebut hanya sekedar mengetahui tetapi tidak menindaklanjuti proses tersebut atau mendaftarkan merek yang mereka miliki ke dinas terkait. (Wawancara Pribadi).

#### **Media Promosi yang Digunakan oleh Pelaku UMKM Binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi**

Para pelaku UMKM pengrajin batik menggunakan beberapa media untuk upaya memperkenalkan produk yang dimiliki kepada masyarakat umum. Saat ini, setiap usaha yang dimiliki sudah mempunyai akun sosial media yang digunakan sebagai sarana iklan dan promosi. Selain itu, pelaku UMKM pengrajin batik juga mendapatkan dukungan dari pemerintah berupa pameran-pameran potensi daerah yang juga diikuti oleh para pelaku UMKM.

Seluruh responden dalam penelitian ini sudah pernah berpartisipasi dalam pameran sebelumnya, baik itu pameran yang diadakan pihak swasta atau pameran yang diadakan oleh pemerintah daerah. Selain melalui pameran media sosial seperti instagram dan facebook juga menjadi sarana yang cukup penting.

Bahkan menurut para responden dalam penelitian ini, facebook dan instagram merupakan sarana yang sangat bermanfaat untuk memperluas pasar yang mereka miliki. Dengan adanya media sosial, cakupan pasar yang dapat diraih oleh pelaku UMKM menjadi luas, bahkan dapat meraih pasar internasional.

Untuk membuat lebih menarik, produk-produk yang dimiliki difoto sesuai dengan karakter tiap-tiap toko para pelaku UMKM tersebut. PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi membantu para pelaku UMKM tersebut untuk dapat menggali potensi mereka dan mengembangkan pasar yang ada. Selain itu, dengan kapasitas perusahaan yang ada, PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi juga siap memberikan dukungan kepada pelaku UMKM dalam hal apapun selama masih dalam kapasitas perusahaan, termasuk bantuan dalam bidang hukum.

Akun media sosial yang digunakan juga menggunakan merek yang biasa dipakai oleh pelaku UMKM pengrajin batik tersebut. Dengan adanya merek yang dipakai dalam akun sosial media, diharapkan merek produk yang dimiliki dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mengembangkan pasar lebih baik lagi. Akan tetapi kembali lagi bahwa merek yang dipakai dalam akun tersebut merupakan merek yang hanya sekadar dipakai sebagai pengurusan perijinan usaha dan bukan merek yang terdaftar. Selain itu, selama ini dengan merek yang dipakai belum pernah ada masalah terkait hak kepemilikan merek.

### **Perdagangan Produk Batik pada UMKM Binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi**

Dari hasil wawancara dengan responden yang terlibat dalam penelitian ini, praktek transaksi perdagangan produk batik dari para pelaku UMKM binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi terjadi dengan beberapa tipe transaksi dan beberapa media. Transaksi yang sudah terjadi dan hingga saat ini masih digunakan adalah dengan menggunakan dua sistem, yaitu sistem pesanan dan sistem beli secara langsung. Untuk penjualan dengan jumlah tertentu, pembeli memesan terlebih dahulu batik yang akan dibeli, baik itu memilih desain yang akan dibeli serta jumlah batik yang akan dibeli. Sedangkan pembelian secara langsung biasanya adalah membeli dari stock yang ada, untuk transaksi dengan sistem ini, hanya berjumlah sedikit dan menyesuaikan dengan stock yang ada pada saat itu baik desain dan jumlah barang yang akan dibeli.

Seluruh transaksi yang dilakukan oleh pengrajin batik merupakan transaksi beli putus, atau pembeli bebas untuk menggunakan barang yang telah dibeli untuk tujuan apapun. Hal ini dapat memberikan dampak yang positif dan negatif bagi pengrajin. Dampak positif yang didapat adalah secara tidak langsung pengrajin dapat memperoleh promosi secara cuma-cuma dari pembeli yang kemudian merekomendasikan produk yang dipakai.

Dampak negatif akan terjadi apabila produk yang dibeli kemudian diberi label

yang berbeda dan kemudian dijual kembali dengan harga yang jauh lebih tinggi bahkan beberapa kali lipat. Tentu saja hal ini merugikan pengrajin batik, terutama hasil karya UMKM pengrajin batik binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi. Untuk menghasilkan desain dan produk yang dapat dijual bukan merupakan hal yang mudah, dan desain pola yang diciptakan juga merupakan salah satu kekayaan intelektual yang dapat dilindungi oleh undang-undang.

Selain dampak negatif yang hingga saat ini sudah terjadi tetapi tidak dirasakan secara langsung, seluruh transaksi dilakukan tanpa adanya perjanjian terlebih dahulu. Pembelian kepada pihak lain dengan tujuan diperjual-belikan kembali juga tidak disertai perjanjian yang jelas terkait teknis dan batas-batas yang jelas. Jadi pembeli dapat secara bebas menjual kembali produk yang telah dibeli dari pelaku UMKM pengrajin batik baik dengan merek dimiliki oleh pengrajin atau merek baru yang dimiliki oleh pembeli. Apabila merek yang dijual menggunakan merek dari pembeli dan dijual kembali, maka konsumen terakhir hanya mengetahui bahwa barang tersebut bukan berasal dari pelaku UMKM dan hal ini secara tidak langsung juga memberikan dampak negatif. Selain itu, pelaku UMKM pengrajin batik juga tidak dapat menuntut pembeli karena tidak adanya perjanjian yang jelas terkait transaksi jual beli. Perjanjian yang terjadi hingga kini hanya terkait perjanjian tempo pembayaran saja.

Selama usaha berjalan dan pesanan masuk, dari seluruh responden belum

pernah memiliki Surat Perjanjian Kerjasama atau MoU atau perjanjian jual beli. Karena rendahnya kesadaran akan pentingnya Hak Kepemilikan Merek, maka perjanjian jual beli hanya dilakukan terkait perjanjian tempo pembayaran saja dan hanya dilakukan secara lisan karena adanya kepercayaan antara pelaku UMKM dan pembeli. Terkait perjanjian yang lebih detail yang membahas bagaimana produk tersebut akan dijual kembali atau larangan mengganti merek yang ada, tidak pernah sekalipun di pikirkan oleh para pelaku UMKM pengrajin batik. Hal ini terjadi karena memang rendahnya kesadaran masyarakat serta belum adanya pihak yang memberikan pembahasan yang lebih detail terhadap Hak Kepemilikan Merek.

### **Kesadaran Hukum Pelaku UMKM Pengrajin Batik Binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi terkait Pentingnya Pendaftaran Merek**

#### **1. Tingkat Kesadaran Hukum Pelaku UMKM Pengrajin Batik.**

Dari hasil wawancara dengan para responden dapat disimpulkan bahwa kesadaran hukum pelaku UMKM pengrajin batik binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dimana para pelaku UMKM hanya memiliki merek sebagai sarana promosi produk dan pendaftaran legalitas usaha saja, tetapi merek yang dimiliki tidak di daftarkan pada hak kepemilikan merek.

Beberapa pelaku UMKM bahkan pernah



secara langsung mengalami pelanggaran hak yang terjadi atas beberapa transaksi. Dimana transaksi yang dilakukan merupakan transaksi jual-beli biasa tetapi setelah transaksi dilakukan, produk yang dibeli dari pelaku UMKM pengrajin batik sebagai penjual diberi label merek baru oleh para pembeli dan dijual dengan harga yang berkali-kali lipat. Selain itu, terdapat pembelian dalam partai besar yang memang secara terang-terangan merugikan pelaku UMKM tersebut. Pembelian tersebut memang dilakukan dalam partai besar, sehingga seolah-olah membuat para pelaku UMKM menjadi senang karena mendapatkan pesanan dalam jumlah besar tetapi merek yang dimiliki oleh pelaku UMKM dibuat tidak ada. Sehingga pesanan tersebut meminta pelaku UMKM mencopot merek yang melekat pada produk mereka dan secara terang-terangan dijual kembali menggunakan merek baru. (Wawancara Pribadi).

Pelanggaran tersebut sudah sering terjadi dan oleh para pelaku UMKM dianggap bukan merupakan masalah besar. Bagi para pelaku UMKM hal tersebut sudah biasa terjadi dan bagi mereka yang terpenting pesanan masuk apalagi dalam jumlah yang cukup besar. Dengan jumlah pesanan yang besar, usaha yang mereka jalankan dapat memperoleh pemasukan yang cukup besar juga. Akan tetapi, ada kemungkinan pemasukan yang diperoleh dapat menjadi lebih tinggi apabila pelaku UMKM tersebut dapat menjual secara langsung dengan merek yang mereka miliki dan tetap melekat pada produk

yang mereka jual pada setiap transaksi yang mereka lakukan. Selain itu, dengan merek yang tetap ada dan melekat pada produk yang dimiliki, pelaku UMKM dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan beredarnya produk-produk UMKM mereka dengan merek yang tetap melekat pada produk mereka. Para pelaku UMKM juga kurang menyadari bahwa merek yang mereka miliki rentan untuk dapat dimiliki oleh pihak lain tanpa seijin pemilik merek awal.

Tanpa adanya pendaftaran merek, terdapat beberapa kemungkinan yaitu, kemungkinan pertama, merek yang digunakan oleh pelaku UMKM dapat digunakan oleh pihak lain tanpa seijin pemilik untuk meraih keuntungan. Apabila merek yang dimiliki oleh pelaku UMKM sudah mulai dikenal masyarakat dan bisnis berkembang dengan pesat. Hal ini dapat menimbulkan niat jahat pada pelaku usaha lain dengan memanfaatkan merek yang dimiliki dengan cara membuat produk yang sama dengan merek yang sama tetapi harga jual yang ditawarkan jauh lebih rendah. Hal ini tentu saja berpotensi untuk memikat pembeli untuk lebih memilih produk yang lebih murah.

Kemungkinan yang kedua adalah adanya merek lain yang sebelumnya pernah didaftarkan. Pelaku UMKM selama ini memilih merek yang dimiliki hanya berdasarkan keunikan atau filosofi lain yang diyakini dapat mengembangkan usaha. Akan tetapi pelaku UMKM belum memikirkan kemungkinan bahwa merek yang dipilih bisa saja telah dipakai oleh pelaku usaha lain dan telah didaftarkan

sehingga di kemudian hari pelaku UMKM pengrajin batik dapat dituntut dan hak penggunaan merek mereka dapat dicabut sehingga pelaku UMKM harus merintis dari awal dengan merek yang baru.

Kemungkinan lain yang terjadi adalah adanya pencurian merek. Pelaku UMKM merintis usaha batik dalam waktu yang cukup lama dan sudah cukup dikenal oleh masyarakat luas, sehingga hal ini membuat pihak lain tertarik membuat batik dengan merek yang sama untuk ikut mendapatkan keuntungan. Pihak lain yang meniru merek tersebut menyadari bahwa merek yang dipakai belum didaftarkan dan pihaknya memiliki kesadaran yang lebih untuk mendaftarkan merek tersebut.

Pada saat merek sudah didaftarkan, pihak yang meniru memiliki hak yang sah sebagai pemilik merek dan dilindungi oleh undang-undang. Hal ini membuat pemilik merek sebenarnya memiliki kedudukan yang lemah di hadapan hukum karena merek tidak didaftarkan dari awal. Apabila hal ini terjadi pelaku UMKM pengrajin batik yang memiliki usaha dan membuat merek dari awal menjadi pihak yang sangat dirugikan dan harus kembali merintis usaha dari awal apabila kalah di dalam pengadilan. Pelaku UMKM selaku pencipta merek merupakan pihak yang dirugikan, dan dapat menggugat hal tersebut tetapi harus memiliki bukti yang kuat untuk dapat memenangkan perkara tersebut dan mencabut sertifikat merek yang sudah didaftarkan tersebut.

Berikut daftar tingkat kesadaran pelaku UMKM Pengrajin Batik terhadap Hak Kepemilikan Merek:

Res-pon-den	Tingkat Kesadaran	Merek Terdaftar /Belum	Keterangan
I	Rendah	Belum	Beranggapan bahwa merek hanya digunakan sebagai sarana penjualan dan pembuatan ijin legalitas.
II	Rendah	Belum	Belum berminat melakukan pendaftaran merek terkait dengan birokrasi dan waktu yang diperlukan.
III	Rendah	Belum	Beranggapan bahwa merek hanya digunakan sebagai sarana penjualan dan pembuatan ijin legalitas.
IV	Rendah	Belum	Beranggapan bahwa merek hanya digunakan sebagai sarana penjualan dan pembuatan ijin legalitas.
V	Rendah	Belum	Beranggapan bahwa merek hanya digunakan sebagai sarana penjualan dan pembuatan ijin legalitas.

**2. Pentingnya Pendaftaran Merek bagi**

### **Kelangsungan Usaha Pelaku UMKM Pengrajin Batik.**

Pendaftaran merek memiliki dampak yang positif baik pada aktivitas usaha ataupun perkembangan usaha para pelaku UMKM binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi. Dengan merek yang didaftarkan secara sah dan mendapatkan sertifikat yang resmi, hal ini memberikan beberapa dampak baik secara langsung ataupun tidak langsung pada usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM pengrajin batik.

Dengan didaftarkannya merek yang dimiliki oleh pelaku UMKM pengrajin batik, perlindungan hukum diberikan oleh negara terkait penggunaan merek yang dimiliki. Hal ini merupakan dampak yang diperoleh pelaku UMKM dari aspek yuridis. Dengan adanya perlindungan hukum yang diberikan, pelaku UMKM dapat menjadi lebih aman secara hukum apabila di kemudian hari terjadi hal yang tidak diinginkan. Dengan memiliki sertifikat merek terdaftar tentu saja membuat pelaku UMKM memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi untuk mengembangkan usaha tanpa memiliki ketakutan akan adanya tuntutan yang muncul akibat merek yang sama. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat melindungi aset berupa merek yang dimiliki dibawah payung hukum yang resmi dan kuat.

Selain mendapatkan perlindungan yang kuat dari sisi hukum, pelaku UMKM juga mendapatkan dampak yang baik dari sisi ekonomi. Sisi ekonomi yang dimaksud penulis pada penelitian ini adalah dari sisi pengembangan usaha dan aktivitas

usaha yang dimiliki. Dengan merek yang telah di daftarkan secara sah, pelaku UMKM dapat mengembangkan usaha dengan lebih aman. Merek yang dimiliki telah mendapatkan perlindungan hukum yang kuat, sehingga pelaku UMKM dapat lebih fokus dalam perencanaan pengembangan usaha.

Selaku pemilik merek yang sah, para pelaku UMKM dapat mengikuti pameran-pameran untuk memperkenalkan merek yang dimiliki dengan lebih aman. Dengan rasa aman yang dimiliki, tentu saja dapat membuat pelaku UMKM lebih fokus dalam mengembangkan usaha dan mengurangi beban terkait merek yang ditiru atau ketakutan akan merek yang sama dengan milik orang lain di kemudian hari sehingga hal ini menghambat para pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki. Para pelaku UMKM dapat mengikuti pameran-pameran pengembangan usaha yang dirancang oleh pemerintah atau pihak swasta dengan lebih baik. Dengan merek yang didaftarkan secara sah, pelaku UMKM memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi untuk mengembangkan usaha dan dapat mengambil setiap peluang pengembangan bisnis yang ada.

Selain dampak dalam aspek yuridis dan ekonomi, dengan adanya merek yang terdaftar, para pelaku UMKM dapat memperoleh dampak secara tidak langsung terkait aspek sosial budaya yang ada. Aspek sosial budaya terkait dengan merek yang dimiliki adalah dengan besarnya merek yang didaftarkan, dapat membuat daerah usaha yang dikenal dengan sentra batik

menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas. Dengan adanya merek yang didaftarkan dan berkembang, secara tidak langsung semua merek terdaftar yang berada dalam satu lokasi usaha akan meningkatkan nama daerah sentra usaha tersebut dan menjadi salah satu daya tarik baik pariwisata atau usaha. Pelaku UMKM pengrajin batik berada di Lendah, Kulon Progo, DIY. Dengan adanya merek yang terdaftar secara sah, masyarakat umum akan lebih mengenal produk yang dimiliki dan mengenal merek yang ada berlokasi di Lendah, hal ini secara tidak langsung juga mengangkat Lendah dari sisi Indikasi Geografis daerah tersebut sebagai sentra produksi batik.

Dengan semakin dikenalnya lokasi Lendah, di kemudian hari tidak ada pihak yang diperbolehkan memiliki merek Lendah sebagai produk batik atau produk barang dan/atau jasa lain karena nama tersebut sudah menjadi salah satu Indikasi Geografis. Hal ini juga menjadi salah satu dampak positif bagi pelaku UMKM pengrajin batik di daerah tersebut, bahwa para pelaku UMKM tersebut dapat lebih aman dan kemungkinan pihak lain yang mengambil keuntungan secara sepihak juga menjadi semakin kecil.

## **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi pelaku UMKM dalam Pendaftaran Merek**

### **1. Faktor Ekonomi**

Bagi pelaku UMKM pengrajin batik faktor ekonomi apabila dilihat secara nilai atau

jumlah biaya yang dikeluarkan bukanlah menjadi penghalang. Pelaku UMKM pengrajin batik memiliki pemasukan atau keuntungan yang cukup untuk membiayai pendaftaran Hak Kepemilikan Merek. Ditambah lagi, dari pihak pemerintah juga terkadang membuat program bagi pelaku usaha untuk mendaftarkan merek yang mereka miliki secara cuma-cuma. Hal ini berarti pelaku UMKM pengrajin batik tidak perlu mengeluarkan dana untuk dapat mendaftarkan merek yang mereka miliki ke Dirjen HKI.

Akan tetapi dari penelitian ini ditemukan fakta bahwa sudut pandang yang berbeda dari pelaku UMKM terkait nilai ekonomi yang dihitung. Pelaku UMKM pengrajin batik menganggap bahwa untuk mendaftarkan memang tidak membutuhkan biaya yang tinggi atau bahkan tidak membutuhkan biaya sama sekali. Tetapi waktu yang diperlukan untuk mendaftarkan merek tersebut merupakan hal yang menghambat. Dalam pendaftaran merek membutuhkan waktu yang cukup lama dan proses survey serta proses lain yang juga memakan waktu, hal ini dinilai oleh pelaku UMKM pengrajin batik sebagai halangan yang cukup besar. Dengan waktu yang dipakai untuk mengurus hak tersebut, pelaku UMKM dapat mengerjakan pesanan dengan jumlah yang cukup banyak dan memiliki keuntungan yang juga seimbang. Sehingga dengan mengorbankan waktu yang cukup besar, bagi pelaku UMKM hal ini juga mengorbankan pemasukan mereka secara ekonomi. Hal inilah yang

membuat para pelaku UMKM berfikir kembali untuk mengikuti proses pendaftaran Hak Kepemilikan Merek.

## **2. Faktor Sosial, dan Budaya**

Dalam hal pendaftaran merek, faktor sosial dan budaya cukup memberikan pengaruh di dalam lingkup pelaku UMKM pengrajin batik. Faktor-faktor tersebut yang hingga saat ini mempengaruhi pola usaha yang berjalan hingga saat ini. Satu orang pelaku UMKM batik yang sudah menjalankan usaha dalam waktu lama dan melakukan transaksi-transaksi yang merugikan merek yang dimiliki dinilai wajar dan semua pelaku UMKM yang juga menggeluti usaha yang sama akan mengikuti pola transaksi yang sama. (Wawancara Pribadi).

Pola pikir pelaku UMKM pengrajin batik yang seperti ini yang menyebabkan hingga sekarang tidak ada merek yang didaftarkan oleh pelaku UMKM pengrajin batik binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi. Para pelaku UMKM tersebut masih menjalankan usaha secara tradisional, baik dalam pengerjaan produk ataupun pola transaksi yang selama ini dilakukan. Transaksi jual-beli bagi para pelaku UMKM hanya sebatas menjual barang yang telah diciptakan dan dibeli oleh konsumen baik itu konsumen langsung atau konsumen yang membeli untuk kemudian dijual kembali. Hal yang sudah dianggap biasa saja di komunitas pengrajin batik tersebut menyebabkan para pengrajin memiliki kesadaran yang rendah dalam Hak Kepemilikan Merek. (Wawancara Pribadi).

Selain faktor diatas, terdapat responden yang berpendapat bahwa merek hanyalah merupakan sebatas tanda yang membedakan antara produk yang satu dengan yang lain. Merek tidak mempengaruhi kualitas barang yang diperdagangkan. (Wawancara Pribadi). Dalam hal ini, penulis tidak sepenuhnya sependapat. Merek memang merupakan suatu hal yang ada pada suatu barang dan membedakan antara barang yang satu dengan yang lain. Akan tetapi merek dapat mencerminkan atau menggambarkan kepada pembeli tentang apa yang akan didapatkan apabila membeli produk tersebut.

Merek merupakan suatu asset yang tidak dapat dinilai dengan nilai mata uang secara presisi seperti barang-barang lainnya. Akan tetapi tanpa adanya merek atau merek yang telah dimiliki diambil oleh pihak lain dan memberikan citra buruk kepada masyarakat terkait produk yang asli, hal tersebut dapat memberikan dampak yang buruk kepada pemilik atau perintis merek dan produk awal. Konsep inilah yang hingga sekarang belum dimiliki oleh pelaku UMKM pengrajin batik, sehingga merek yang dibuat dan dipakai hanya sebatas sarana promosi dan sebagai hal yang dipakai untuk membedakan antara produk yang satu dengan yang lain.

Dari wawancara yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini, memang terdapat pelaku UMKM pengrajin batik yang memiliki kesadaran bahwa merek perlu di daftarkan dan dapat memberikan hak-hak atau kuasa atas merek yang mereka miliki untuk

kemudian mengembangkan usaha atau melindungi usaha yang sudah berjalan. Tetapi pelaku UMKM tersebut tetap tidak mendaftarkan secara langsung karena tidak merasa rugi dan hanya berpikiran bahwa yang penting produk terjual dan mendapatkan laba yang cukup atas produk tersebut, sehingga operasional usaha tetap berjalan. (Wawancara Pribadi).

### 3. Faktor Teknis

Faktor teknis dalam lingkup pelaku UMKM pengrajin batik, juga memberikan pengaruh dalam pendaftaran merek. Pelaku UMKM pengrajin batik tidak memiliki pengetahuan yang cukup terkait tata cara pendaftaran merek dan persyaratan yang perlu di persiapkan. Responden yang mengetahui merek perlu didaftarkan, hanya sebatas memiliki pengetahuan terkait hal tersebut. Responden hanya mengetahui bahwa merek dapat didaftarkan dan memiliki hak penuh atas merek tersebut. Tetapi terkait proses pendaftaran merek serta syarat-syarat yang perlu dipersiapkan responden tidak mengetahui hal tersebut.

Pelaku UMKM pengrajin batik, hanya mengetahui bahwa pendaftaran merek memerlukan waktu yang cukup lama dan teknis yang sangat rumit. Hal ini dikarenakan stigma pelaku UMKM terkait pembuatan ijin-ijin yang berlangsung beberapa waktu lalu. Pemikiran yang ada pada pelaku UMKM terutama pelaku yang cukup lama menggeluti dunia usaha tersebut berfikir bahwa untuk membuat perijinan

memerlukan waktu yang lama. (Wawancara Pribadi).

Teknis pendaftaran Hak Kepemilikan Merek memang memakan waktu yang cukup lama dan banyak tahapan untuk dilalui. Tetapi setelah tahapantahapan tersebut, pemilik merek memiliki hak khusus dan berkekuatan hukum yang kuat. Apabila di kemudian hari terjadi hal-hal yang merugikan terkait merek yang dimiliki, pelaku UMKM yang memiliki Hak Kepemilikan Merek tersebut dapat menuntut dan menyelesaikan permasalahan yang ada melalui hukum yang berlaku.

Sementara, saat ini perkembangan informasi sudah sangat pesat. Perijinan dapat dilakukan dalam berbagai cara termasuk melalui media internet. Pelaku UMKM dapat mencoba mendaftarkan melalui website resmi Dirjen HKI. Selain itu, banyak informasi-informasi yang dapat dibaca sebagai persiapan. Pemerintah tentu saja tidak menghalangi pelaku UMKM yang merupakan penggerak roda ekonomi negara untuk berkembang lebih baik dan memiliki kekuatan hukum yang kuat. Tetapi pelaku UMKM belum mengetahui informasi tersebut dan bagaimana cara mengakses informasi tersebut. Selain itu, saat ini juga tersedia konsultan yang dapat membantu pengurusan pendaftaran pemilikan merek secara legal, sehingga pelaku UMKM pengrajin batik dapat mendaftarkan merek yang mereka miliki dengan lebih mudah.

### **Pelindungan Hukum bagi Merek yang Belum Terdaftar pada UMKM Binaan**

## PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi

Perlindungan hukum terkait merek yang belum terdaftar pada UMKM pengrajin batik binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi dapat diberikan berdasarkan pada Undang-undang nomor 20, Tahun 2016. Seperti yang telah dijelaskan pada Bab II, bahwa merek yang telah terdaftar dapat dibatalkan oleh Menteri ataupun pihak-pihak yang dirugikan. Selain itu merek yang didaftarkan juga harus memiliki syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam undang-undang.

Apabila kita melihat pada dasar undang-undang yang berlaku, pembatalan merek yang terdaftar hanya berlaku lima tahun terhitung sejak merek tersebut didaftarkan, akan tetapi jangka waktu tersebut tidak berlaku apabila terdapat unsur itikad tidak baik serta melanggar moralitas. 62 Dengan adanya pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa merek yang tidak terdaftar dapat melakukan gugatan pembatalan merek yang didaftarkan apabila terbukti pemilik merek terdaftar bukan merupakan pencipta atau pengguna pertama merek tersebut.

Salah satu faktor penting dalam rangka perlindungan merek adalah bahwa perlindungan tersebut hanya diberikan terhadap merek yang telah terdaftar. Kepemilikan hak atas merek diberikan kepada pihak yang mendaftarkannya terlebih dahulu sampai dengan terbukti sebaliknya, prinsip ini disebut dengan sistem pendaftar pertama (*first to file* atau prinsip konstitutif). Berbeda dengan mekanisme perlindungan merek pada

jaman dahulu, pada Undang-undang Nomor 21 tahun 1961 tentang Merek Perusahaan dan Merek Perniagaan (selanjutnya disebut dengan UU Merek 21/1961)<sup>1</sup> diatur bahwa yang berhak mendapatkan hak atas merek adalah pemakai pertama (*first to use* atau prinsip deklaratif). (Amar, 2019).

Prinsip deklaratif tersebut tidak dianut pada Undang-undang nomor 20, tahun 2016, akan tetapi bila mengacu pada undang-undang terbaru, masih terdapat kemungkinan bahwa pemilik merek awal dapat menggugat dan melakukan pembatalan apabila merek yang digunakan tersebut didaftarkan oleh pihak lain. Tindakan pendaftaran merek yang digunakan oleh pihak lain yang terlebih dahulu menggunakan dan/atau menciptakan tetapi belum didaftarkan merupakan salah satu bentuk pendaftaran merek dengan itikad tidak baik. Apabila pencipta merek tersebut dapat membuktikan bahwa merek yang didaftarkan memang merupakan merek yang dimiliki, maka pihaknya masih memiliki kemungkinan menang di pengadilan dan sertifikat lawan dapat dicabut.

Dengan adanya hal tersebut, maka PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi, dapat memberikan bantuan perlindungan hukum terhadap UMKM binaan pengrajin batik yang selama ini memiliki merek tetapi belum didaftarkan. Apabila hal tersebut terjadi di kemudian hari, maka perusahaan dapat membantu UMKM binaan yang dirugikan untuk melakukan gugatan dan membuktikan bahwa UMKM yang merupakan binaan perusahaan

tersebut adalah pemilik dan pencipta merek yang didaftarkan tersebut.

## **PENUTUP**

### **Keimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang berdasar kepada pengolahan hasil wawancara, diperoleh kesimpulan bahwa hasil penelitian tersebut dapat menjawab semua permasalahan penelitian yang dikemukakan sebelumnya pada Bab I. Berdasarkan hasil wawancara dengan para responden diperoleh hasil bahwa pelaku UMKM pengrajin batik binaan PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi masih kurang memiliki kesadaran terkait pentingnya memiliki merek yang terdaftar. Kesadaran hukum pelaku UMKM tersebut masih rendah. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil wawancara, bahwa sebagian dari pelaku UMKM tersebut mengetahui bahwa merek perlu didaftarkan, tetapi mereka masih belum menyadari pentingnya merek yang terdaftar bagi produk yang mereka miliki. Pelaku UMKM tersebut hanya sebatas mengetahui bahwa merek dapat didaftarkan, tetapi mereka lebih memilih untuk tidak mendaftarkan merek yang mereka miliki karena beberapa stigma yang telah banyak beredar terkait pengurusan ijin-ijin dengan pihak pemerintah.

Permasalahan kedua adalah perlindungan hukum terkait merek yang belum terdaftar. Bagi merek yang belum terdaftar pada dasarnya tidak memiliki

perlindungan hukum terkait hak kepemilikan merek atau hak atas karya-karya yang diciptakan. Hal ini didasarkan pada responden yang pernah mencoba untuk meminta royalti terkait hasil karya yang dibeli dengan label kosong untuk kemudian dijual kembali, tetapi tidak membuahkan hasil karena pemesan telah membayar dan sistem pembelian tersebut menggunakan sistem beli putus. Sehingga tanpa adanya merek yang terdaftar, pelaku UMKM tersebut tidak dapat memproses lebih lanjut sesuai hukum yang berlaku.

### **Saran**

Saran dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan hasil dari pengolahan data dalam penelitian ini. Kesadaran akan hak kepemilikan merek sebaiknya lebih ditingkatkan kembali dan diberikan pelatihan-pelatihan terkait proses dan teknis dalam pendaftaran merek bagi para pelaku UMKM, karena hal tersebut dapat membuat pelaku UMKM menjadi lebih sadar akan pentingnya kepemilikan mereka dan bagaimana cara pendaftaran merek tersebut.

Hak Kepemilikan Merek memang bukan sesuatu yang dapat langsung dinikmati atau dipergunakan oleh pelaku usaha. Akan tetapi hak tersebut akan berfungsi seperti asuransi apabila di kemudian hari terjadi sesuatu terkait merek yang dimiliki dan didaftarkan dipergunakan oleh pihak lain untuk meraup keuntungan suatu pihak. Dengan adanya Hak Kepemilikan Merek, pelaku usaha tidak perlu cemas apabila di kemudian hari muncul produk yang sama persis



karena sudah dilindungi oleh undang-undang, sehingga pemilik merek dapat memproses hal tersebut melalui hukum.

Selain itu, untuk selanjutnya, penelitian ini dapat dilakukan dengan lingkup yang lebih luas untuk memperoleh hasil yang lebih valid dan tindak lanjut yang lebih baik lagi. Dengan penelitian yang lebih luas, akan memberikan hasil yang lebih luas dan valid. Saran penelitian lebih lanjut dapat dilakukan lebih luas dan tidak hanya terpaku pada pelaku UMKM pengrajin batik. Seperti yang diketahui bahwa pemerintah saat ini sedang berfokus pada pengembangan UMKM dan berbagai macam bantuan untuk mengembangkan UMKM sudah dilakukan dalam berbagai macam hal. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dalam lingkup pelaku UMKM yang lebih luas, baik dari pengrajin lain dan dari berbagai daerah. Sehingga hasil yang diperoleh dapat menjadi lebih baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Ahmad M. Ramli, HAKI, Hak Atas Kepemilikan Intelektual, Teori Dasar Pelindungan Rahasia Dagang, Bandung: Mandar Maju, 2000.

Alma, Buchory, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung, 2007.

Arthur R. Miller and Michael H. Davis, Intellectual Property, Patents, Trademark and Copyright, St. Paul Minn: West Publishing Co, 2000.

Budi Agus Riswandi & M Syamsudin, Hak

Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum, Jakarta: Rajawali, 2004.

Budi Santoso, Pengantar HKI, Penerbit Pustaka Magister, Semarang, 2008.

Emmie Yuhassary, Hak Kekayaan Intelektual dan Perkembangannya, Pusat Pengkajian Hukum, Jakarta, 2005.

Friedman Lawrence M., The Legal System; A Social Science Prespective, Russel Sage Foundation, New York, 1975.

Haris Munandar & Sally Sitanggang, Mengenai Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek dan Seluk-beluknya, Erlangga, Jakarta, 2008.

Jacki Ambadar, Miranty Abidin dan Yanty Isa, Mengelola Merek, Yayasan Bina Karsa Mandiri, Jakarta, 2007.

Kertajaya, Hermawan. 2010. Brand Operation. Jakarta : Esensi.

Erlangga Group Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif, Pustaka Pelajar, 2010.

Muhammad Djumhana dan Djubaidillah, Hak Milik Intelektual Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.

O.K., Saidin, Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010.

Paingot Rambe Manalu, Hukum Dagang International, Pengaruh Globalisasi Ekonomi Terhadap Hukum Nasional, khususnya Hukum Hak Atas Kekayaan

Intelektual, Jakarta: CV Novindo Pustaka Mandiri, 2000.

Rachmadi Usman, Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual, PT. Alumni, Bandung, 2003.

Rahmi Jened, Hukum Merek Trademark Law dalam Era Global Integrasi Ekonomi, Prenada Media Group, Jakarta, 2015.

Ronny Hanitijo Soemitro, Metodologi Penelitian Hukum, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1985.

Tim Lindsey, Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar, Alumni, Bandung, 2003.

### **Artikel/Karya Tulis Ilmiah**

Mochammad Aprianto, "Pewarisan Nilai Sosial Budaya Dalam Kehidupan Pengrajin Batik Di Kelurahan Paoman Indramayu", Universitas Pendidikan Indonesia, Jakarta, 2015.

Revrisond Basyir, "Tiada Ekonomi Kerakyatan tanpa Kedaulatan Rakyat", LPM FH UII, Edisi Kedua/ Tahun XXXI, 2004.

Syahriyah Semaun, "Pelindungan Hukum terhadap Merek Perdagangan Barang dan Jasa", Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum, Vol. 14, No.01, 2016.

Atang Hermawan Usman, "Kesadaran Hukum Masyarakat dan Pemerintah Sebagai Faktor Tegaknya Negara Hukum di Indonesia", Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 30, No.01, 2014.

### **Peraturan Perundang-undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

**Lampiran-Lampiran**  
**DAFTAR PERTANYAAN****Pertanyaan kepada Pelaku UMKM**

- a. Sudah berapa lama usaha berjalan?
- b. Sejauh ini untuk iklan produk yang dimiliki menggunakan media apa saja?
- c. Untuk pengambilan corak biasanya mengambil dari mana?
- d. Selama menjalankan usaha, menggunakan merek apa?
- e. Selama usaha berjalan pernah ada pesanan dalam jumlah besar?
- f. Dalam semua pesanan yang diterima selama ini, adakah pesanan yang meminta untuk tidak mencantumkan merek untuk produk yang dibeli?
- g. Apabila ada yang meminta untuk tidak mencantumkan merek, apakah pelaku UMKM mengetahui bahwa produk tersebut akan diberi merek sendiri oleh pemesan dan dijual kembali dengan kemungkinan harga berlipat ganda?
- h. Apakah pelaku UMKM mengetahui bahwa merek dapat didaftarkan sehingga dilindungi secara hukum?
- i. Apakah pelaku UMKM mengetahui bahwa setiap produk yang dimiliki rawan akan adanya pembajakan yang dapat merugikan mereka?
- j. Apakah pelaku UMKM selama ini sadar bahwa penting untuk memiliki Hak Kepemilikan Merek?
- k. Pernahkan mendapatkan pelatihan baik dari LSM atau Pemerintah terkait adanya Hak Kepemilikan Merek?

**Pertanyaan kepada Direktur PT. Sarana Infotekno Mitra Solusi**

- a. Apakah ada program-program pelatihan bagi para pelaku UMKM di Yogyakarta untuk mengembangkan potensi mereka? program yang mengangkat isu Hak Kepemilikan Merek untuk pelaku UMKM di Yogyakarta?
- b. Apakah perusahaan pernah mengadakan pelatihan atau seminar terkait Hak Kepemilikan Merek bagi para pelaku UMKM khususnya pengrajin batik?
- c. Apakah perusahaan mengetahui seberapa besar kesadaran pelaku UMKM terhadap Hak Kepemilikan Merek selama ini?
- d. Bagaimana perusahaan membantu pelaku UMKM dalam memberikan dukungan dalam bentuk hukum kepada pelaku UMKM binaan?

## DOKUMENTASI

