

EKSISTENSI BUDAYA HUKUM PENGUSAHA BATIK GUMELEM KABUPATEN BANJARNEGARA DALAM PENINGKATAN EKONOMI MELALUI PEMBERDAYAAN HAK ATAS MEREK

Oleh: Hary Mulyadi

Dosen Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Syari'ah dan Hukum UNSIQ
Email: harymulyadi1970@gmail.com

ABSTRAK

Merek merupakan tanda pengenal serta tanda pembeda yang menghubungkan pengusaha dengan konsumen. Pendaftaran hak atas merek batik pengusaha batik Gumelem Kabupaten Banjarnegara pada Ditjen HaKI merupakan suatu kebutuhan demi keamanan, kepastian dan kenyamanan dalam berbisnis. Akan tetapi tingkat kesadaran pengusaha untuk mendaftarkan hak atas merek batiknya masih rendah, hal tersebut dipengaruhi oleh budaya hukum yang diresapinya. Hasil temuan menunjukkan bahwa bandangan dan pemahaman pengusaha batik Gumelem Kabupaten Banjarnegara tentang merek batik sudah cukup baik; budaya hukum yang diresapi pengusaha batik tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dikandung dalam UUM 2001, sehingga mereka mengabaikan registrasi merek; faktor-faktor yang menjadi kendala dalam pendaftaran merk adalah substansi UUM 2001 mengandung kelemahan internal yang mencakup struktur hukum, yaitu administrasi, birokrasi Ditjen HaKI yang tidak didukung oleh sarana dan prasarana memadai, dan budaya hukum yang diresapi oleh pengusaha batik; dan upaya eksistensi pemberdayaan budaya hukum pengusaha batik melalui pendaftaran hak atas merek untuk meningkatkan ekonomi pengusaha dimaksudkan untuk meningkatkan daya (power) mereka baik dari segi modal, teknologi serta manajemen untuk tetap survive di era persaingan pasar. Pemberdayaan disini terkait dengan upaya penyadaran, partisipasi dan emansipasi aktif pengusaha batik agar posisi tawar mereka sebagai salah satu pelaku ekonomi untuk mewujudkan ekonomi kerakyatan yang berkeadilan sosial menjadi berdaya dan berkembang. Oleh karena itu dukungan pemerintah terhadap keberadaan mereka mutlak diperlukan. Untuk merealisasikan pemberdayaan tersebut, langkah awal yang ditempuh adalah dengan sosialisasi hukum untuk menumbuhkembangkan serta membangun kesadaran hukum yang berdimensi kognitif, efektif dan kompetitif.

Kata Kunci: *Pemberdayaan, Budaya Hukum dan Hak Atas Merek Batik*

A. Pendahuluan

Keberadaan tradisi batik di Gumelem Kec. Susukan Kab. Banjarnegara merupakan salah satu aset budaya yang sekaligus sebagai sumber ekonomi menjadi mata rantai kehidupan masyarakatnya. (Hadi Supeno, 2003:1). Tradisi batik merupakan tinggalan

budaya yang mengandung nilai luhur, mencerminkan identitas budaya daerah, yang identik mendorong jati diri dan kepribadian bangsa. Haris Sukendar (2003: 12) mengatakan bahwa sesuai dengan perannya dalam rangka membangun bangsa, tinggalan budaya berupa batik pada dasarnya sangat erat

kaitannya dengan kepribadian bangsa yang dapat dikatakan identik dengan jati diri bangsa. Keberadaan batik dari segi nilai budaya hanya layak untuk dibicarakan di buku sejarah, bicara batik dari sisi komoditas ekonomi, tidak bisa lepas dari hukum-hukum ekonomi seperti komoditas perdagangan lainnya (Noor Djunaidi, 2000: 2)

Pada masa dunia modern yang erat dengan persaingan perdagangan barang dan jasa di tingkat pasar internasional, regional maupun lokal, pengusaha Indonesia pada umumnya dan khususnya di Gumelem Kabupaten Banjarnegara tetap eksis di pasar, dengan jalan tetap membuat produk yang sesuai dengan keinginan pasar dalam arti memenuhi *taste* pasar yaitu: berkualitas ekspor (mutunya baik), harga relatif terjangkau, dan modenya (corak, model, warna) selalu mengikuti trend pasar (Ahmad Soegiono, 1989: 23)

Ciri batik Gumelem adalah nuansa unik yang khas dalam goresan berbagai motif yang dekoratif, naturalistik dan warna-warni. Dinamika masyarakat Gumelem telah membuahkan hasil nyata, yaitu predikat Gumelem Kab. Banjarnegara sebagai salah satu sentra batik. Dinamika dan keaktifan sebagai ciri masyarakat dalam hasil karya batik, pengusaha batik Gumelem Kab. Banjarnegara mempunyai kebebasan

dalam eksplorasi dan inovasi baik bahan, teknik pewarnaan, motif, corak, warna dan mode yang selalu mengikuti trend pasar terkini. Menurut Anton Lukas (1989: 9), batik memiliki warna khas, yaitu berwarna kontras, yang merupakan gambaran ikutan kondisi social ekonomi, politik budaya masyarakat di daerah Jawa.

Praktek pembuatan batik oleh pengusaha Gumelem menggunakan tradisi lama sebagai acuan pembuatan motif batik, dengan kebebasan mengekspresikan dan mengkombinasikan motif dan corak yang ada pada setiap hasil karya batik. Akibatnya, batik produksi Gumelem memiliki keunggulan kompetitif dan lebih diminati konsumen. Keunggulan kompetitif tersebut tidak terlepas dari kemauan dan kemampuan pengusaha batik Gumelem dalam mengaplikasikan teknik, pembaharuan atau inovasi pada hasil karya baik dari segi material atau bahan dasarnya, teknik pembuatan, pewarnaan dan motifnya.

Keunggulan kompetitif merupakan aset awal untuk ditindaklanjuti, tidak saja terbatas pada *goodwill* melainkan juga *good action* pengusaha atas HaKI-nya terutama hak atas merek dagang atas produk mereka, dengan asumsi semakin tinggi tingkat kesadaran mereka untuk mendaftarkan hak merek produknya, maka posisi mereka akan lebih kuat baik

dari aspek ekonomi, sosial maupun yuridis formal. Pendaftaran hak merek atas produknya tersebut menunjukkan, bahwa pengusaha batik Gumelem memiliki *sense of business* yang baik dalam etika berbisnis baik di pasar lokal maupun internasional.

Insan Budi Maulana (1997: 97) mengatakan bahwa merek dapat dianggap sebagai "roh" bagi suatu produk barang atau jasa. Merek sebagai tanda pengenal merupakan jaminan kepribadian (*individuality*) dan reputasi barang dan jasa hasil usaha pada waktu diperdagangkan. Dari sisi produsen merek digunakan sebagai jaminan nilai produk khususnya mengenai kualitas dan pemakaiannya. Dari segi pedagang, merek digunakan untuk promosi barang-barang dagangan guna mencari dan meluaskan pasar. Dari sisi konsumen merek diperlukan untuk melakukan pilihan barang yang akan dibeli (Wiratmo Dianggoro, 1998: 34).

Batasan merek secara tegas dirumuskan dalam Pasal 1 angka 1 UUM 2001 yang berbunyi :

"Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa".

Merek merupakan hak eksklusif dari negara yang diberikan kepada pemiliknya

untuk "mengeksploitasi dan mengkomersialisasikan" dalam jangka waktu tertentu. Untuk mendapat perlindungan hukum, maka merek didaftarkan pada Ditjen HaKI. Perlindungan hukum dalam ketentuan undang-undang, hak atas merek adalah selama 10 tahun dan berlaku sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek tersebut, kiranya segala ketentuan yang bersifat administratif yang berkaitan dengan urusan merek, maka UUM 2001, telah dinilai cukup representatif dan akomodatif dalam merumuskan "aturan mainnya" termasuk ketentuan sanksi berat kepada para pengusaha ilegal (membajak) yang melakukan persaingan curang berkaitan dengan penyalahgunaan merek. Ketentuan perlindungan hukum dalam UUM 2001 tersebut banyak yang kurang diindahkan oleh pengusaha batik Gumelem, Banjarnegara, terbukti dengan rendahnya angka pendaftaran hak atas merek produknya kepada Ditjen HaKI.

Fenomena tersebut menggambarkan "visi dan misi" yang *tercover* secara baik dalam UUM 2001 kurang berdaya guna dan berhasil guna ketika dipraktekkan atau berhadapan dengan pengusaha batik Gumelem Banjarnegara, sebab banyak yang beranggapan bahwa tanpa didaftarkan merek pun batiknya sudah laku dan dibeli orang, tanpa disadari yang mempraktekkan persaingan curang

dengan cara menjiplak dan membajak merek pengusaha lainnya. Kritikan tersebut di atas yang berkaitan dengan pandangan, nilai-nilai, persepsi, pemahaman yang keliru dan/faktor-faktor yang melatarbelakangi pelaksanaan pengusaha batik Gumelem Kab. Banjarnegara untuk mendaftarkan merek batiknya kepada Ditjen HaKI.

Kenyataan tersebut kontradiktif dengan visi dan misi dilahirkannya peraturan tentang merek yang bertujuan untuk memberikan perlindungan, kepastian, kemanfaatan serta keadilan, telah menyebabkan munculnya kesenjangan antara *das sein* dengan *das sollen* yang dipicu oleh budaya hukum yang dianut oleh pengusaha batik. Persepsi, pemahaman, nilai-nilai dan pandangan yang keliru pada pengusaha batik Gumelem Kab. Banjarnegara, inilah yang akan diberdayakan melalui pendekatan hukum yang humanis, sehingga pada akhirnya pengusaha memiliki tingkat kesadaran bahwa pendaftaran merek produknya adalah penting, karena jika merek dieksploitasi dan dikomersialisasikan secara profesional, pada akhirnya akan meningkatkan ekonomi pengusaha batik yang bersangkutan.

Tulisan berikut akan mengkaji dan menganalisa hal-hal yang berkaitan dengan (1) Pandangan pengusaha batik

Gumelem Kab. Banjarnegara tentang hak atas merek batik; (2) Budaya hukum yang berlaku di kalangan pengusaha Batik Gumelem Kab. Banjarnegara berkaitan dengan pendaftaran hak atas merek batik; (3) Faktor-faktor yang menjadi kendala dalam praktek pendaftaran hak atas merek di lapangan; dan (4) Upaya yang dapat ditempuh untuk memberdayakan budaya hukum pengusaha batik melalui pendaftaran hak atas merek dalam rangka peningkatan ekonomi pengusaha batik Gumelem Kabupaten Banjarnegara.

B. Hasil Temuan dan Pembahasan

1. Pemberdayaan dan Ekonomi Kerakyatan

Pengertian pemberdayaan masyarakat sebenarnya mengacu pada kata "*empowerment*", yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki oleh masyarakat. Jadi, pendekatan pemberdayaan ekonomi dalam pengembangan ekonomi pengusaha batik adalah penekanan pada pentingnya masyarakat (pengusaha) yang mandiri (*selfreliant communities*), sebagai suatu sistem yang mengorganisir diri mereka sendiri. Pendekatan yang demikian ini tentunya diharapkan memberikan peranan kepada individu bukan sebagai objek, tetapi sebagai pelaku (aktor) yang menentukan hidup

mereka (Moelyarto, 1996: 8). Pemberdayaan merupakan suatu kekuatan untuk mendapatkan akses terhadap sumber-sumber daya yang ada, sehingga merupakan pembagian kekuasaan yang adil yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan eksistensinya (Esmi Warassih, 2001:28)

Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang berpusat pada manusia (*people-centered development*) ini kemudian melandasi wawasan pengelolaan sumberdaya lokal (*community-based resources management*), yang merupakan mekanisme perencanaan *people-centered development* yang menekankan pada teknologi pembelajaran sosial (*social learning*) dan strategi perumusan program. Chamber mengatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yaitu bersifat *empowerment and sustainable* (Arnstein Sherry R, 1995: 53)

2. Pembangunan Ekonomi Berbasis Kerakyatan

Demokrasi ekonomi adalah kedaulatan dibidang kehidupan ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang

memberikan peluang kepada rakyat untuk berpartisipasi secara aktif dalam pengambilan kebijakan serta terlibat dalam mengatur kegiatan ekonominya.

Gran (2000: 273), memberi pengertian lebih jauh tentang pembangunan yang berdimensi kerakyatan, yaitu rakyat yang mempunyai kekuasaan mutlak dalam menetapkan tujuan mengelola sumber daya maupun dalam mengarahkan jalannya pembangunan. Ada dua hal yang perlu dicatat dari pemikiran ini, pertama partisipasi rakyat merupakan unsur mutlak dalam pembangunan yang berdimensi kerakyatan. Dalam hal ini tugas pemerintah hanyalah sebagai fasilitator, yaitu menciptakan keadaan yang mendorong inisiatif rakyat dalam memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan dalam memecahkan masalah-masalah yang mereka hadapi, kedua apa yang dikehendaki rakyat merupakan pilihan terbaik bagi negaranya, baik yang menyangkut tujuannya maupun caranya untuk mencapai tujuan.

3. Tinjauan Tentang Budaya Hukum

Dalam konsep budaya hukum, maka hukum diletakkan bahwa dia adalah suatu realitas dalam masyarakat, sehingga kajiannya tidak lagi dogmatic melainkan yuridis empiris, karena

"meneropong" bekerjanya hukum dalam masyarakat yang dilayani. Sehingga perwujudan tujuan, nilai-nilai ataupun ide-ide yang terkandung di dalam peraturan hukum merupakan suatu kegiatan yang tidak berdiri sendiri melainkan mempunyai hubungan timbal balik yang erat dengan masyarakat.

Keterlibatan manusia di dalam pelaksanaan hukum memperlihatkan adanya hubungan antara hukum dan budaya, sehingga ketaatan dan ketidaktaatan seseorang terhadap hukum sangat dipengaruhi oleh budaya hukum. Menurut Soetandya Wignosoebroto (2002: 273), ketaatan sesungguhnya ada dua yaitu pertama ketaatan lahiriyah dan ketaatan yang meresap sampai batin. Daniel S. Lev (1990: 119), mengatakan bahwa budaya hukum itu mempunyai kelebihan mampu menarik perhatian orang terhadap nilai-nilai yang terkait dengan hukum dan proses hukum tetapi secara analitis dapat dibedakan dengan hukum maupun proses hukum dan sering dinyatakan berdiri sendiri.

Budaya hukum dapat diartikan sebagai anggapan umum yang sama dari masyarakat tertentu terhadap fenomena atau suatu peristiwa hukum. Tanggapan itu merupakan kesatuan pandangan terhadap nilai-nilai dan perilaku hukum. Jadi budaya hukum menunjukkan tentang pola perilaku individu sebagai

anggota masyarakat yang menggambarkan tanggapan yang sama terhadap kehidupan hukum yang dihayati masyarakatnya (Kunthoro Basuki, 2002: 157)

Hukum berpengaruh pada kehidupan ekonomi dalam bentuk pemberian norma-norma yang mengatur tindakan-tindakan ekonomi. Kehidupan ekonomi membutuhkan peraturan-peraturan untuk mengendalikan perbuatan manusia agar penyelenggaraan kesejahteraan masyarakat dapat tercapai dengan tertib tanpa menimbulkan kekacauan (Abdulkadir Muhammad, 2001: 7).

Munculnya kemungkinan terjadinya konflik antara hukum dan ekonomi merupakan masalah interaksi antara keduanya, terutama menyangkut kompleksitas aktifitas bisnis pada umumnya. Akan tetapi, justru dari dialektika konflik antara keduanya ini dapat diketahui pola interaksi, berupa pengaruh pertimbangan ekonomi dalam kehidupan hukum. Hukum dalam hal ini tidak hanya berfungsi mendisiplinerkan ekonomi tetapi terwujud dalam kegiatan-kegiatan ekonomi sendiri. Bahwa kehadiran sistem peraturan (hukum) merupakan syarat mutlak bagi berlangsungnya kegiatan ekonomi atau bisnis (Suyud Margono, 2002 : 7)

4. Tinjauan tentang Pendaftaran Hak Atas Merek

Industrial property rights merupakan bagian penting dari *intellectual property right*. Menurut WIPO (*The World Intellectual Property Organization*), *intellectual property right* lebih luas ruang lingkungannya, karena selain mencakup *Industrial property rights* juga meliputi hak cipta (*copy right*) Sedangkan yang dimaksud dengan *Industrial property rights*, adalah hak kepemilikan industri yang terdiri dari *industrial design, utilities model, paten* dan merek dagang (Zudan Arif Fachrullah, 1997: 107)

HaKI dapat diartikan sebagai hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektual manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (Rachmat Usman, 2002: 2). Karya-karya tersebut merupakan kebendaan tidak terwujud yang merupakan hasil kemampuan intelektualitas seseorang dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi melalui daya cipta, rasa, karsa dan karyanya yang memiliki nilai-nilai moral, praktis, ekonomis serta fungsi social (Bambang Kesowo, 1999: 3)

Pemikiran perlunya perlindungan terhadap sesuatu hal yang berasal dari kreatifitas manusia yang diperoleh melalui ide-ide manusia sebenarnya telah

mulai ada sejak lahirnya revolusi industri di Prancis. Perlindungan mengenai HaKI yang diatur dalam hukum perdata yang berlaku saat itu dianggap tidak memadai, terlebih lagi dengan mulai maraknya kegiatan perdagangan internasional. Hal itulah yang kemudian melahirkan konsep perlunya suatu ketentuan yang bersifat internasional yang dapat melindungi kreatifitas manusia tersebut.

Berdasarkan ketentuan Pasal 27 (2) Deklarasi HAM se- Dunia, bahwa

"setiap orang memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan (untuk kepentingan moral dan materi) yang diperoleh dari ciptaan ilmiah, kesusastraan atau artistik dalam hal dia sebagai pencipta."

Tumbuhnya konsepsi HaKI tersebut, pada akhirnya menimbulkan kebutuhan untuk melindungi atau mempertahankan kekayaan tersebut, sehingga pada gilirannya akan melahirkan konsepsi perlindungan hukum atas kekayaan intelektual.

Justifikasi paling mendasar HaKI perlu dilindungi, adalah bahwa seseorang yang telah mengeluarkan usaha ke dalam penciptaan memiliki sebuah hak alami untuk memiliki dan mengontrol apa yang telah mereka ciptakan. Pendekatan ini menekankan pada kejujuran dan keadilan.

Gunawan Widjaya (dalam Abdulkadir Muhammad, 2001: 144) mengatakan bahwa perlindungan hukum

HaKI merupakan suatu sistem hukum yang terdiri dari unsur-unsur sistem sebagai berikut yang saling terkait satu dengan yang lain:

1. Subjek perlindungan, yaitu pihak pemilik atau pemegang hak, aparat penegak hukum, pejabat pendaftaran dan pelanggaran hukum;
2. Objek perlindungan, yaitu semua jenis HaKI yang diatur dalam undang-undang;
3. Pendaftaran perlindungan, yaitu HaKI akan mendapatkan perlindungan apabila dia sudah terdaftar dan dibuktikan dengan sertifikat pendaftaran, kecuali apabila UU mengatur lain, seperti hak cipta;
4. Jangka waktu perlindungan, yaitu lamanya HaKI itu dilindungi oleh UU;
5. Tindakan hukum perlindungan, yaitu apabila terbukti telah terjadi pelanggaran HaKI, maka pelanggaran dapat di hukum, baik secara pidana maupun secara perdata.

Sebagai salah satu bagian dari HaKI, merek dominan diakui sebagai hak milik tak berwujud yang memungkinkan pemilik atau pemegang merek untuk melaksanakan hak-haknya yang sama atau mirip dengan HaKI lainnya, yang merupakan hak eksklusif bagi pemilik atau pemegang hak untuk mengontrol pasar terhadap perbuatan curang pihak lain yang merugikan.

a. Fungsi dan Tujuan Merek

Merek mempunyai fungsi dan tujuan dari segi produsen maupun konsumen. Fungsi dan tujuan merek bagi produsen adalah :

1. Menjamin nilai dan kualitas barang (*quality guarantee*);
2. Untuk memberi tanda pengenal (nama) yang berbeda dengan produk lain yang sejenis (*product identity*);
3. Untuk memberi perlindungan kepada pemilik merek yang sah terhadap peniruan barangnya yang bermutu rendah;
4. Merek dagang juga berfungsi sebagai sarana promosi dan reklame (*means of trade promotion*).

Sedangkan dari sudut konsumen, merek memiliki fungsi dan tujuan :

1. Sebagai petunjuk mengenai asal barang, sehingga dengan melihat merek suatu barang dapat diketahui nilai dan kualitasnya guna mengadakan pemilihan barang yang dibeli; dan
2. Dengan dicantumkannya merek pada suatu barang pemakaian suatu merek akan lebih dapat dipertanggungjawabkan (Zudan Arif Fa'rullah, 2000:124)

b. Persyaratan Merek yang Dapat Didaftar

Sebuah merek dapat dinamakan merek apabila memenuhi syarat mutlak

berupa daya pembeda yang cukup (*capable of distinguishing*), tanda yang dipakai (*sign*) tersebut mempunyai kekuatan daya pembeda. Untuk mempunyai daya pembeda tersebut, merek harus dapat memberikan penentuan (*individualisering*) pada barang atau jasa yang bersangkutan (Muhammad Djumaha, 2000:157)

Menurut UUM 2001, merek yang tidak dapat didaftar sebagai merek, adalah :

1. Permohonan pendaftaran merek yang diajukan pemohon yang beritikad tidak baik tidak dapat didaftar (Pasal 5):
 - a. bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas, agama, kesusilaan atau ketertiban umum;
 - b. tidak memiliki daya pembeda;
2. Permohonan pendaftaran merek ditolak oleh Ditjen Merek (Pasal 6) apabila :
 - a. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek yang sudah terdaftar milik orang lain dan digunakan dalam perdagangan barang atau jasa yang sama;
 - b. mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhan dengan merek terkenal milik pihak lain untuk barang atau jasa sejenis;

- c. tanda atau cap stempel resmi tanpa persetujuan dari pihak berwenang;
- d. nama dan foto dari orang terkenal, tanpa ijin darinya;
- e. lambang-lambang negara, bendera tanpa ijin resmi dari pemerintah.

Sertifikat merek diterbitkan dan diberikan oleh Ditjen HaKI kepada pemohon, jika telah memenuhi persyaratan pemeriksaan substantif dan tidak ada keberatan dari pihak lain dan dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak tanggal berakhirnya jangka waktu pengumuman. Sertifikat merek akan diterbitkan dan diberikan oleh Ditjen HaKI kepada pemohon, jika keberatan tidak dapat diterima dan dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal permohonan tersebut disetujui untuk didaftar dalam DUM dengan membayar biaya.

c. Hapusnya Hak atas Merek

Merek yang terdaftar pada Ditjen HaKI dapat dihapus (*invalidation*) dari DUM. Menurut Pasal 61 UUM 2001, penghapusan pendaftaran merek dapat dilakukan atas prakarsa Ditjen HaKI atau berdasarkan permohonan pemilik merek yang bersangkutan. Kemudian Pasal 63 UUM 2001, menyatakan bahwa penghapusan pendaftaran merek

dapat pula diajukan oleh pihak ketiga dalam bentuk gugatan kepada pengadilan niaga.

5. Eksistensi Pemberdayaan Budaya Hukum Melalui Merek untuk Meningkatkan Ekonomi Pengusaha

a. Pandangan Pengusaha Batik Gumelem Kabupaten Banjarnegara tentang hak atas merek batik.

Di dunia perdagangan, merek merupakan salah satu wujud karya intelektual manusia mempunyai arti penting, karena penggunaan merek barang dan jasa tidak hanya mempunyai arti ekonomis bagi suatu perusahaan, tetapi juga mengandung aspek hukum yang luas baik bagi pemilik atau pemegang hak atas merek maupun masyarakat sebagai konsumen yang memakai serta memanfaatkan barang dan atau jasa dengan menggunakan suatu merek.

Merek dagang atau label yang diberikan oleh seorang produsen terhadap produk yang dihasilkan baik berupa barang dan jasa, adalah suatu hal yang sangat penting sebab nama produsen atau "citra" suatu perusahaan atau pengusaha ikut dipertaruhkan di dalamnya. Dengan demikian merek juga merupakan alat promosi strategis yang dapat menghubungkan antara konsumen dengan produsennya.

Persepsi pengusaha batik tentang arti pentingnya sebuah merek pada produk batik tersebut, kemudian diekspresikan dengan cara mencantumkan merek atau label pada produk batiknya dengan bentuk-bentuk yang variatif. Demikian juga, pemahaman, pengetahuan serta pengertian pengusaha batik bahwa merek merupakan salah satu produk HaKI yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan perlu dilindungi oleh pranata hukum, relatif masih kurang.

Pengusaha batik baik yang termasuk kriteria pengusaha kecil, dan pengusaha menengah, meskipun dapat memberikan definisi tentang merek batik, akan tetapi kebanyakan mereka tidak mengetahui tentang pengertian, tujuan dan maksud dari HaKI, serta keberatan UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Sebagai contohnya adalah pemahaman serta pengertian mereka tentang istilah merek yang disamakan dengan paten.

Hasil temuan menunjukkan bahwa setiap pengusaha batik Gumelem, Kabupaten Banjarnegara memiliki kesadaran yang cukup tinggi dalam hal untuk mencantumkan merek atau label di setiap produk batiknya, baik yang berupa kemeja, baju, kerudung, celana, sarung bantal, sperei, dan lain

sebagainya. Adapun alasan mereka mencantumkan merek, adalah sebagai berikut:

- a. Pemberian merek memudahkan konsumen mencari dan mengenali produk batik dengan pengusaha batik yang memproduksinya, sehingga konsumen menjadi lebih mudah mencari maupun melacak produsennya;
- b. Sebagai sarana atau alat promosi bagi pengusaha dengan konsumennya;
- c. Pemberian merek mencerminkan reputasi dan identitas yang berkaitan dengan jaminan mutu produk batik, sehingga semakin terkenal merek batiknya, maka akan berpengaruh pada naiknya harga batik yang lebih tinggi dibanding dengan barang sejenis tapi mereknya belum dikenal oleh masyarakat.

Adapun fungsi merek adalah untuk membedakan barang atau jasa produksi satu perusahaan dari barang atau jasa produksi perusahaan lain yang sejenis.

Fungsi merek dalam bidang perdagangan sangat penting, karena dengan menggunakan merek suatu produk (batik) dapat unggul dalam persaingan, memiliki reputasi dapat mendominasi pasar dengan cara yang sehat, sehingga menguntungkan masyarakat. Adapun fungsi merek

dibidang perdagangan menurut Abdul Kadir Muhammad (2009: 36) antara lain, adalah:

- a. Fungsi merek sebagai tanda pengenal atau identitas produk;
- b. Fungsi merek sebagai indikator sumber;
- c. Fungsi merek sebagai indikator kualitas; dan
- d. Fungsi sugestif;

Merek merupakan hak eksklusif dari negara yang diberikan kepada pemiliknya untuk "mengeksploitasi dan mengkomersialisasikan" dalam jangka waktu tertentu. Untuk mendapat pengakuan negara dan perlindungan hukum, merek tersebut terlebih dahulu didaftarkan pada Ditjen HaKI.

Pendaftaran merek berarti Ditjen HaKI memasukkan atau mencatatkan merek secara resmi dalam DUM. Melalui proses pendaftaran merek secara bertahap, diharapkan akan lebih menjamin kepastian hukum, karena hak atas merek hanya diberikan kepada orang atau badan hukum yang benar-benar berhak atas merek. Dengan demikian pembatalan atas merek karena adanya persamaan dengan merek orang lain dapat dihindari sedini mungkin.

Bertitik tolak dari landasan adanya pengakuan negara terhadap hak atas merek yang bersifat eksklusif dan absolut, maka hukum akan memberikan

jaminan perlindungan yang penuh dalam jangka waktu tertentu kepada pemilik merek (batik) yang sah. Prinsip perlindungan hukum tersebut memiliki kekuatan hukum tetap, sehingga dapat mencegah pihak lain tanpa hak memakai merek yang sama atau mengandung unsur persamaan dengan merek terdaftar.

b. Budaya Hukum Pengusaha Batik Gumelem Kab. Banjarnegara dalam Mendaftarkan Merek Batik

Jawahir Thontowi (2001: 11) menegaskan bahwa kajian budaya hukum bukan hanya sekedar membahas hukum dalam konteks perubahan semata, melainkan melihat bagaimana sistem hukum yang satu berinteraksi dengan nilai-nilai sosial budaya lainnya. Terdapat tiga komponen hubungannya dengan pembangunan budaya hukum Indonesia. Pertama pembangunan budaya hukum berkaitan dengan peningkatan kualitas hukum substantif. Kedua, tegaknya budaya hukum berkaitan dengan peranan struktur atau lembaga-lembaga hukum dalam masyarakat, oleh karena itu hilangnya supremasi hukum bukan hanya sekedar diakibatkan oleh kekurangan otonomi lembaga peradilan, melainkan juga disebabkan oleh kepastian hukum yang tidak didukung, dan Ketiga, faktor

budaya yang berlaku dalam masyarakat.

Satjipto Rahardjo (2000: 85) mengatakan bahwa pengkajian masalah hukum yang hanya melihat dan menekankan bekerjanya hukum menurut prosedur formal sebagaimana dibagikan dalam peraturan perundang-undangan, belum mampu menyentuh dan menjelaskan secara tuntas dan luas bagaimana sesungguhnya masyarakat menyelesaikan masalah-masalah hukum yang dihadapinya. Dengan mengkaji budaya hukum, maka dapat diketahui nilai-nilai dan sikap-sikap sosial yang berpengaruh pada bekerjanya norma hukum tersebut.

c. Faktor-faktor yang menjadi kendala pendaftaran hak atas merek

Soeryono Soekanto (1989: 7), mengatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektifitas hukum dapat diperinci pokok bahasannya sebagai berikut:

- a. faktor hukumnya sendiri;
- b. faktor penegak hukum, yaitu pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum;
- c. faktor sarana dan fasilitas yang mendukung penegakan hukum;
- d. faktor masyarakat, yakni lingkungan di mana hukum tersebut berlaku; dan
- e. faktor kebudayaan, yakni sebagai

hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.

Faktor utama yang menjadi kendala di temuan yang melatarbelakangi ketidakefektifan UUM 2001 adalah substansi hukum, yaitu hasil nyata yang diterbitkan oleh sistem hukum, yang terdiri dari kaidah-kaidah yang berisi perintah, perkenan dan larangan serta adanya perilaku yang teratur (Kunthoro Basuki, 2000: 152). Dalam terminologi lain substansi hukum disebut pula peraturan itu sendiri atau lebih tegasnya adalah hukum positifnya (Winarno Yudho, 1987:58).

Dalam mengkaji materi maupun substansi UU No 15 tahun 2001 tentang Merek, yang "diprediksi" menjadi kendala dalam praktek di lapangan sehingga tidak efektif. Meskipun demikian pada hakekatnya UUM 2001, sebagai produk hukum yang mengatur hukum merek di Indonesia, secara umum dapat dikatakan sebagai hukum merek yang modern, karena alasan antara lain sebagai berikut:

- Ketentuan-ketentuan dalam UUM 2001 sudah mengakomodasi standart ketentuan-ketentuan internasional yang berkaitan dengan perjanjian TRIPs, GATT, WTO dan WBPO; misalnya meningkatkan perlindungan terhadap merek

terkenal (Pasal 6 ayat 1,2,3).

- Penyelesaian sengketa merek dapat diselesaikan melalui jalur arbitrase maupun alternatif penyelesaian sengketa lainnya (Pasal 84), Pengadilan Niaga akan menyidangkan kasus tersebut (Pasal 76 ayat 2) dan putusan pengadilan niaga dapat diajukan kasasi Ke Mahkamah Agung (Pasal 79).

Adapun hal-hal yang merupakan kelemahan dari UUM 2001, sehingga menjadi tidak dapat bekerja secara efektif adalah: Prosedur birokrasi yang harus dilalui oleh pemohon berbelit-belit dan lama, karena UUM 2001 sendiri menentukan paling tidak minimal 14 (empat belas) bulan unruk memperoleh sertifikat hak atas merek, jika semua prosedur berjalan sesuai dengan yang dijadwalkan, tetapi dalam praktek seringkali lebih dari 14 bulan.

Dengan persyaratan dan prosedur yang ketat tersebut menyebabkan merek yang diajukan oleh pemohon belum tentu dikabulkan, apabila petugas pemeriksa merek mengidentifikasi adanya persamaan baik terhadap pokok atau keseluruhan terhadap merek lainnya (Pasal 6 ayat 1 (a) Pasal 6 ayat 1 (b) dan Pasal 6 ayat 1 (c). Jika hal ini terjadi maka pemohon harus mengurus segala persyaratannya dari nol lagi dan ini berarti keluar biaya.

Jangka waktu perlindungan hak atas merek adalah 10 tahun terhitung sejak tanggal penerimaan pendaftaran merek (Pasal 28). Hal ini dianggap oleh para pengusaha batik Gumelem Kabupaten Banjarnegara terlalu singkat, apalagi setelah dikurangi masa tunggu diperolehnya merek yang relatif lama. Pemilik harus mengajukan perpanjangan 12 bulan sebelum merek tersebut berakhir (Pasal 35 ayat 2). Jika setelah 10 tahun pengusaha yang bersangkutan tidak memperpanjang, maka mereknya otomatis hilang dan bisa diambil alih atau dimiliki pemohon lainnya.

Biaya pengurusan pendaftaran hak atas merek sesuai dengan aturan dianggap terlalu mahal, terutama bagi pengusaha batik skala kecil. Biaya pendaftaran merek berdasarkan Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2001 adalah: Permohonan pendaftaran merek Rp. 450.000, permohonan perpanjangan merek terdaftar Rp 600.000, permohonan pencatatan pengalihan hak merek Rp.375.000, Permohonan pencatatan perubahan nama atau alamat Rp 150.000, Permohonan penghapusan merek terdaftar Rp. 100.000.

Dari daftar biaya pengurusan di atas, maka biaya sebesar itu untuk ukuran pengusaha batik kecil tangguh,

nilai-nilai nominal di atas termasuk besar, sehingga mereka cenderung tidak mendaftarkan merek batiknya, karena dana yang ada digunakan untuk menambah modal dan memutar usaha batiknya.

Paparan di atas merupakan faktor internal dari substansi hukum dapat menjadi “bumerang” bagi pelaksanaan efektifitas UUM 2001 itu sendiri, karena aturannya masih dalam beberapa hal bersifat “tidak kondusif”

6. Upaya Pemberdayaan Budaya Hukum Pengusaha Melalui Pendaftaran Hak Atas Merek

Sistem hukum dapat dikatakan efektif apabila perilaku-perilaku manusia di dalam masyarakat sesuai dengan apa yang telah ditentukan di dalam aturan-aturan hukum yang berlaku. Menurut Satjipto Rahardjo (220: 134), ada beberapa hal yang dipenuhi dalam mengefektifkan sistem hukum yaitu:

1. mudah tidaknya makna aturan-aturan hukum itu ditangkap dan dipahami;
2. luas tidaknya kalangan di dalam masyarakat yang mengetahui isi aturan-aturan hukum yang bersangkutan;
3. efisien dan efektif tidaknya mobilisasi aturan-aturan hukum;
4. adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak hanya harus mudah dihubungi dan dimasuki oleh

setiap warga masyarakat, akan tetapi juga harus cukup efektif menyelesaikan sengketa-sengketa.

Untuk menyukseskan program pemberdayaan budaya hukum tersebut, maka intervensi maupun campur tangan pemerintah untuk melakukan penyadaran memang perlu dilakukan. Kategori intervensi di sini adalah peranan pemerintah maupun peraturan perundangan untuk mendukung proses pemberdayaan tersebut. Jadi dalam setiap langkah pemberdayaan, maka peran dan posisi yang di ambil pemerintah harus tepat. Aktor utama dalam proses pemberdayaan ekonomi memang pengusaha batik itu sendiri, sedangkan pemerintah berfungsi sebagai fasilitator dan mediator.

Upaya awal yang dapat dilakukan pemerintah melalui aktor-aktor birokratnya untuk melakukan pemberdayaan budaya hukum pengusaha batik sehingga mau dan mampu bersikap sebagaimana yang diinginkan oleh UUM 2001 untuk mendaftarkan hak atas mereka batiknya adalah adanya sosialisasi aturan hukum melalui berbagai media komunikasi hukum.

Dengan demikian perlu adanya penyuluhan hukum dan juga sistem sosialisasi hukum lainnya hendaknya dilakukan tidak semata-mata mentransfer pengetahuan hukum tentang apa yang

berlaku (UUM 2001), melainkan juga memberikan informasi yang benar tentang kapan dan dimana hukum nasional itu harus diakui berlakunya.

Untuk dapat menanamkan nilai-nilai baru dalam UUM 2001 sehingga dapat melembaga sebagai pola tingkah laku yang baru di masyarakat, maka perlu adanya proses pelebagaan dan internasiasi dalam rangka pembentukan kesadaran hukum pengusaha batik.

Kesadaran hukum bisa terjadi karena diawali adanya komunikasi hukum, karena proses pemberitahuan dan pengajaran. Lewat proses-proses tersebut, pengusaha batik menjadi tahu isi normatif UUM 2001 dan sehubungan dengan hal itu ia pada akhirnya akan menyesuaikan segala ketentuan UUM 2001. Harapan yang ingin dicapai lewat proses lanjutan ini adalah bangkitnya rasa taat yang ikhlas dari pengusaha batik kepada hukum, sehingga UUM 2001 secara signifikan dapat berlaku efektif dan kompetitif.

C. Simpulan

Dari paparan di atas, dapat ditarik simpulan antara lain sebagai berikut :

1. pada dasarnya pandangan, pengertian dan pemahaman pengusaha batik Gumelem, Kabupaten Banjarnegara tentang merek batik cukup baik, karena bagi mereka merek batik memiliki fungsi yang penting dan

- strategis bagi pemasaran produk batiknya, yaitu tanda pembeda produk batik yang akan menjadi penghubung antara produsen dan konsumen, sehingga pencantuman merek batik hukumnya wajib;
2. UUM 2001 tidak berlaku efektif karena budaya hukum yang selama ini diresapi oleh pengusaha batik Gumelem, Kabupaten Banjarnegara lebih cenderung tidak cocok dengan nilai-nilai yang terkandung dalam UUM 2001, sehingga mereka mengabaikan kegiatan pendaftaran hak atas merek batik pada Ditjen HaKI, karena kegiatan tersebut dipandang tidak memberikan keuntungan riil bagi usaha batiknya;
 3. faktor-faktor yang menjadi kendala dalam praktek pendaftaran merek yang dikeluhkan oleh Pengusaha Batik Gumelem Kabupaten Banjarnegara di lapangan, adalah sistem hukumnya itu sendiri yaitu berkaitan dengan substansi atau materi UUM 2001 dalam beberapa hal masih terdapat "celah" kelemahan internal; struktur hukum, yaitu administrasi dan birokrasi Ditjen HaKI yang tidak didukung oleh sarana dan prasarana memadai.
 4. bahwa upaya pemberdayaan budaya hukum pengusaha batik melalui

pendaftaran hak atas merek untuk meningkatkan ekonomi pengusaha, dimaksudkan untuk meningkatkan daya (*power*) dari pengusaha batik, baik dari segi modal, teknologi serta sistem manajemen masih membutuhkan dukungan penuh dari pemerintah agar mereka tetap *survive*. Pemberdayaan terhadap pengusaha batik berkaitan erat dengan upaya penyadaran, partisipasi dan emansipasi aktif dari pengusaha batik agar posisi tawar mereka sebagai salah satu pelaku ekonomi untuk mewujudkan ekonomi kerakyatan yang berkeadilan sosial menjadi berdaya/ bertahan. Upaya pemberdayaan dilakukan melalui sosialisasi hukum sebagai media komunikasi hukum antara pemerintah dan pengusaha batik untuk menumbuhkembangkan serta membangun kesadaran hukum yang berdimensi kognitif sekaligus afektif dan diikuti dengan kegiatan riil dari pemerintah untuk memberikan dukungan fisik maupun non fisik, serta fasilitas kemudahan kepada pengusaha batik untuk mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Fachrullah Zudan. 1999. *Hukum Ekonomi*. Karya Aditama, Surabaya
- Agus, Riswandi Budi. 2004. *Hak Atas Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum*, Rajawali Press, Jakarta.
- Budi, Maulana Insan. 1999. *Sukses Bisnis Melalui Merek Paten dan Hak Cipta*. Aditya Bakri. Bandung.
- Basuki, Kunthoro. 2002. *Budaya Hukum*. Jurnal Mimbar Hukum UGM.
- Bintang, Sanusi. 2000. *Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*. Aditya Citra Bakri, Jakarta.
- Djunaidi, Noor Busha. 2000. Batik dan tantangannya. Makah Seminar.
- Dianggoro, Wiratno. 1998. *Pembaharuan UU Merek dan Dampaknya bagi Dunia Bisnis*, Jurnal Hukum Bisnis, Jakarta. Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis.
- Djumaha, Muh. 1999. *Hak Milik Kekayaan Intelektual*. Sejarah. Teori dan Praktik di Indonesia. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Erani, Yustika Ahmad. 2000. *Industrialisasi Pinggiran*. Pustaka Pelajar.
- Hartono, Sri Redjeki. 2000. *Kesiapan Perangkat Peraturan tentang Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju Bandung.
- Kesowo, Bambang. 1999. *Pengantar Umum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual di Indonesia*. Yogyakarta. Fakultas Hukum UGM.
- Lukas, Anton. 1989. *Peristiwa Tiga Daerah Revolusi dalam Revolusi*. Grafiti Press. Jakarta.
- Moelyarto. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat*. Media Presindo. Yogyakarta.
- Margono, Suyud. 2002. *Komersialisasi Asset Intelektual*. Aspek Hukum Bisnis.
- Muhammad, Abdul Kadir. 2001. *Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*. Aditya Citra Bakti. Bandung.
- Murdock, dalam Satjipto Rahardjo, 1989. *Hukum Dalam Perspektif Sosial*. Alumni. Bandung.
- Ritzer, George. 1999. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Rajawali Press. Jakarta.
- Rahardjo, Satjipto. 2002. *Aneka Persoalan Hukum Dalam Masyarakat*.
- Supeno, Hadi. 2012. *Seminar Pemberdayaan Ekonomi Rakyat dengan Memberdayakan Produk Lokal Banjarnegara*.
- Sukendar, Haris. 2003. *Budaya Pra Sejahtera dan Peranannya dalam Pembangunan*. Makalah Seminar.
- Shenry, R. Arnstein. 1997. *A Leader of Citizen Participation dalam Classic Readings in Urban Planning an Introduction*. Jay M Stein, New York. MC Graw Hill Inc.
- Lev, Daniel S.. 1998. *Hukum dan Politik Indonesia*. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.
- Usman, Rachmadi. *Hukum Atas Kekayaan Intelektual*. Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia.
- Wignosoebroto, Soetandya. 2002. *Hukum Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*. Elsan. Jakarta.
- Widjaja, Gunawan. 2001. *Seri Hukum Bisnis Lisensi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Warrasih, Emi. 2001. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Mewujudkan*

Tujuan Hukum, Naskah Pidato Pengukuhan Guru Besar Madya Ilmu Hukum UNDIP. Semarang.

Yudo, Winarno. 1997. *Efektifitas Hukum Dalam Masyarakat*. Jurnal Mimbar Hukum UGM.