

# Implementasi HKI Pada Produk Unggulan IKM Sektor Makanan Di Kabupaten Majalengka Untuk Bersaing Dalam Masyarakat Ekonomi Global

Oleh: Lela Sri Nurlaela  
Fakultas Hukum Universitas Majalengka  
[Lelasrinurle4@gmail.com](mailto:Lelasrinurle4@gmail.com)

## ABSTRAK

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pada produk unggulan Industri Makanan Kecil dan Menengah (SMI) di Majalengka dapat mendorong pengembangan bisnis dan memberikan keunggulan kompetitif ketika memasuki perdagangan bebas global diantaranya ASEAN atau AEC. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi HKI oleh Sektor Industri, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka tentang produk unggulan sektor pangan SMI, persepsi pelaku sektor pangan IKM terhadap HKI, dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan HKI pada produk unggulan sektor pangan di Indonesia. Majalengka untuk bersaing di MEA. Metode pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sektor Industri, Dinas Tenaga Kerja Majalengka dalam melaksanakan HKI pada produk unggulan sektor pangan SMI di Majalengka untuk bersaing di AEC kurang efektif. IKM di sektor pangan di Majalengka menganggap bahwa IPR tidak begitu penting untuk bersaing di MEA. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan HKI pada produk unggulan sektor pangan SMI di Majalengka untuk bersaing di MEA: Data SMI tentang sektor pangan yang tidak lengkap, jumlah terbatas sektor makanan SMI dalam pendaftaran HKI, sosialisasi HKI kurang efektif, kurangnya pemahaman tentang pelaku SMI tentang HKI, dan kurangnya penghargaan terhadap pelaku UKM terhadap HKI, kurangnya pemahaman aktor IKM tentang HKI, dan kurangnya penghargaan terhadap pelaku UKM terhadap HKI.

**Kata Kunci:** HKI, Unggulan, Sektor Makanan dan Daya Saing

## PENDAHULUAN

Hak kekayaan intelektual (HKI) dapat diartikan sebagai hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual. Dalam dunia usaha dan bisnis, HKI bisa menjadi elemen penting karena dapat memberikan keunggulan berkompetitif ketika bermain di pasar yang dibidik. HKI yang dimiliki pelaku usaha diklasifikasikan sebagai aset tidak berwujud (intangible assets) yang dapat dijadikan faktor pendorong dalam

mengembangkan usaha. Kekayaan intelektual yang dapat didaftarkan HKI yaitu hasil olah pikir atau kreasi manusia yang pada akhirnya menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna bagi manusia. HKI bagi pelaku usaha dan bisnis dijadikan sebagai pemicu untuk memunculkan berbagai inovasi baru bagi perusahaan yang pada akhirnya dapat menguntungkan masyarakat dan pemilik usaha itu sendiri.

Dalam menghadapi perdagangan

bebas di era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), pelaku usaha dituntut untuk menghasilkan produk inovasi dengan kreativitas yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan keunggulan kompetitif. Produk yang mampu mencapai keunggulan kompetitif memberi kontribusi signifikan pada pertumbuhan ekonomi daerah serta nasional dan kesejahteraan masyarakat. Perlindungan HKI yang dimiliki para pelaku usaha diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan industri, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan terciptanya lapangan kerja baru.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) mengambil peran penting dalam penguatan struktur industri nasional. Pengembangan IKM dijadikan sebagai upaya dalam pengentasan kemiskinan melalui kesempatan perluasan lapangan kerja, serta sebagai penghasil barang dan jasa industri yang berkualitas ekspor. Pemerintah perlu melakukan pembangunan dan pemberdayaan IKM, salah satunya dengan perlindungan HKI secara hukum. Dalam MEA, pelaku usaha tidak hanya bersaing dengan pelaku usaha dalam negeri tetapi juga luar negeri, sehingga semakin banyak HKI yang dimiliki oleh pelaku usaha di Indonesia maka akan mendukung dalam pengembangan usaha di era MEA. Selain itu perlindungan HKI dapat meningkatkan produktivitas, mutu, dan daya saing produk untuk bersaing di MEA.

Nilai ekonomi produk IKM yang telah dilindungi HKI terletak pada kewajiban

pihak lain yang ingin memproduksi produk yang sama dengan mendapatkan lisensi terlebih dahulu dari pemegang hak dan membayar royalti atas penggunaan produk tersebut. Apabila pihak lain memproduksi produk yang sama tanpa seijin pemegang hak atas produk tersebut, maka akan terjadi pelanggaran dan dikenakan sanksi hukum sesuai dengan undang-undang.

Kecap merupakan produk unggulan IKM yang menjadi ciri khas Kabupaten Majalengka Selain industri opak juga terdapat sentra industri kerupuk, yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Majalengka. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Pariwisata (Disperindagkoppa) Kabupaten Majalengka, memaknai industri kecil dan menengah (IKM) seperti pengolahan kecap, opak ketan sebagai sektor ekonomi kreatif masyarakat Kabupaten Majalengka .

Kekayaan intelektual yang dimiliki pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka perlu mendapat perlindungan secara hukum agar tidak dimanfaatkan oleh orang lain demi keuntungannya sendiri dan merugikan pemilik hak tersebut. Dengan adanya perlindungan HKI pada produk unggulan IKM di Kabupaten Majalengka , maka barang yang diproduksi tidak ditiru bahkan diakui oleh pihak yang tidak berhak serta meningkatkan daya saing di pasar bebas ASEAN.

Persepsi dan peran serta pelaku IKM terhadap sistem HKI di Indonesia akan  
*Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 29

berpengaruh dalam implementasi HKI untuk bisa berjalan dengan efektif. Selain persepsi pelaku IKM, peran Pemerintah Kabupaten Majalengka juga berpengaruh dalam implementasi HKI untuk meningkatkan daya saing produk IKM di MEA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi HKI oleh Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka pada produk unggulan IKM sektor makanan, persepsi pelaku IKM sektor makanan terhadap HKI, dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi HKI pada produk unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA.

## 1. Hak Kekayaan Intelektual

Hak kekayaan intelektual (HKI) adalah hasil pemikiran, kreasi dan desain seseorang yang oleh hukum diakui dan diberikan hak atas kebendaan sehingga hasil pemikiran, kreasi, dan desain tersebut dapat diperjualbelikan Asyhadie (2005). Seseorang yang memiliki HKI mendapatkan royalti dari seseorang yang memanfaatkan atau menggunakan kekayaan intelektual tersebut. HKI baru ada bila kemampuan intelektual manusia itu telah membentuk sesuatu yang bisa dilihat, didengar, dibaca maupun digunakan secara praktis (Siswanto, 2015).

Hak kekayaan intelektual (HKI) sejatinya adalah hak yang muncul dari hasil olah pikir atau kreasi manusia yang pada akhirnya menghasilkan suatu produk atau

proses yang berguna bagi manusia. HKI dapat diartikan sebagai hak untuk menikmati secara ekonomis hasil dari suatu kreativitas intelektual. Dalam dunia usaha dan bisnis, HKI bisa menjadi elemen penting karena dapat memberikan keunggulan kompetitif ketika bermain di pasar yang dibidik. HKI juga dapat dijadikan sebagai pemicu untuk memunculkan berbagai inovasi baru bagi perusahaan yang pada akhirnya dapat menguntungkan publik juga perusahaan itu sendiri.

Hak kekayaan intelektual diberikan untuk melindungi kreasi intelektual yang dihasilkan pikiran seseorang. HKI diberikan untuk setiap penemuan baru, dramatis, sastra, karya artistik, desain, slogan, dan simbol Mehra (2015). Perjanjian Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Goods (TRIPs) tidak mendefinisikan kekayaan intelektual, tetapi Pasal 1 dan 2 menyebutkan bahwa kekayaan intelektual terdiri atas:

- 1) Hak cipta dan hak-hak yang berkaitan dengan hak cipta (seperti hak dari artis pertunjukan, produser rekaman suara dan organisasi penyiaran)
- 2) Merek
- 3) Indikasi geografis
- 4) Desain industri
- 5) Paten
- 6) Desain rangkaian listrik Terpadu
- 7) Rahasia dagang dan data mengenai test (test data)
- 8) Varietas tanaman baru

(Margono, 2010)

Pada saat ini Indonesia telah memiliki perangkat peraturan perundang-undangan dan peraturan pemerintah di bidang hak kekayaan intelektual yang cukup memadai dan tidak bertentangan dengan ketentuan sebagaimana yang dipersyaratkan dalam Persetujuan TRIPS. Peraturan perundang-undangan dimaksud mencakup:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia No.29 tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman
- 2) Undang-Undang Republik Indonesia No.30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
- 3) Undang-Undang Republik Indonesia No.31 tahun 2000 tentang Desain Industri
- 4) Undang-Undang Republik Indonesia No.32 tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu
- 5) Undang-Undang Republik Indonesia No. 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta
- 6) Undang-Undang Republik Indonesia No.13 tahun 2016 tentang Paten
- 7) Undang-Undang Republik Indonesia No.20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Hak kekayaan intelektual sebagai alat yang berguna untuk mengelola inovasi dan menyelesaikan beberapa “kegagalan pasar” serta mempengaruhi perusahaan dalam berinovasi (Burrone, 2005). Penting bagi pengusaha, penemu, peneliti, UKM, dan konsultan bisnis untuk memiliki pemahaman

yang baik tentang sistem HKI untuk mengelola secara efektif kekayaan intelektual yang dihasilkan.

Untuk menunjang pasar dibutuhkan merk, pengertian merk dirumuskan dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001<sup>1</sup> tentang Merek, yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf- huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Dari rumusan tersebut, dapat diketahui bahwa merek:

- a. Tanda berupa gambar, nama, kata, huruf- huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari nama, kata, huruf-huruf, angka- angka, susunan warna tersebut;
- b. Memiliki daya pembeda (distinctive) dengan merek lain yang sejenis;
- c. Digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa yang sejenis.

Hak cipta harus dapat melindungi ekspresi dari suatu ide gagasan konsep, salah satu cara untuk melindungi suatu hak cipta tercantum pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, yaitu dengan melakukan pendaftaran hak atas merek.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menyatakan bahwa hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum

---

<sup>1</sup> Lihat UU Nomor 15 Tahun 2001

Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Dalam pendaftaran merek, pemiliknya mendapat hak atas merek yang dilindungi oleh hukum.

Pemilik Merek merupakan pemohon yang telah disetujui permohonannya dalam melakukan pendaftaran merek secara tertulis kepada Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual, sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Fungsi dan manfaat merek adalah untuk melindungi produk yang dipasarkan dari berbagai tindakan melawan hukum pada akhirnya merupakan kebutuhan untuk melindungi merek tersebut. Merek merupakan suatu tanda yang dapat dicantumkan pada barang bersangkutan atau bungkusan dari barang tersebut, jika

suatu barang hasil produksi suatu perusahaan tidak mempunyai kekuatan pembedaan dianggap sebagai tidak cukup mempunyai kekuatan pembedaan dan karenanya bukan merupakan merek. Fungsi utama merek (terjemahan umum dalam bahasa Inggrisnya adalah trademark, brand, atau logo) adalah untuk membedakan suatu produk barang atau jasa, atau pihak pembuat/penyediannya.

Merek<sup>2</sup> mengisyaratkan asal-usul suatu produk (barang/jasa) sekaligus pemiliknya. Hukum menyatakan merek sebagai property atau sesuatu yang menjadi milik eksklusif pihak tertentu, dan melarang semua orang lain untuk memanfaatkannya, kecuali atas izin pemilik. Dengan demikian, merek berfungsi juga sebagai suatu tanda pengenal dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa yang sejenis. Pada umumnya, suatu produk barang dan jasa tersebut dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan diberi suatu tanda tertentu, yang berfungsi sebagai pembeda dengan produk barang dan jasa lainnya yang sejenis. Tanda tertentu di sini merupakan tanda pengenal bagi produk barang dan jasa yang bersangkutan, yang lazimnya disebut dengan merek. Wujudnya dapat berupa suatu gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Merek juga dapat berfungsi merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. Diakui oleh Commercial Advisory Foundation in Indonesia (CAFI) bahwa masalah paten dan trademark di Indonesia memegang peranan yang penting di dalam ekonomi Indonesia, terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha industri dalam rangka penanaman

---

<sup>2</sup> Gautama, Sudargo, Hukum Merek Indonesia, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 1989, hal. 34.

modal.<sup>3</sup> Oleh karena itu, merek bermanfaat dalam memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan. Hal itu tersebut tidak hanya berguna bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang kepada konsumen. Selanjutnya, merek juga bermanfaat sebagai sarana promosi (means of trade promotion) dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa yang bersangkutan. Di pasaran luar negeri, merek-merek sering kali adalah satu-satunya cara untuk menciptakan dan mempertahankan “goodwill” di mata konsumen. Merek tersebut adalah simbol dengan mana pihak pedagang memperluas pasarannya di luar negeri dan juga mempertahankan pasaran tersebut. Goodwill atas merek adalah sesuatu yang tidak ternilai dalam memperluas pasaran. Berdasarkan fungsi dan manfaat inilah maka diperlukan perlindungan hukum terhadap produk Hak Merek, ada 3 (tiga) hal yaitu:

1. Untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi para penemu merek, pemilik merek, atau pemegang hak merek;
2. Untuk mencegah terjadinya pelanggaran dan kejahatan atas Hak atas Merek

---

<sup>3</sup> Munandar, Haris dan Sally Sitanggang, Mengenal HAKI, Hak Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merek, dan seluk-beluknya, Jakarta, Erlangga, esensi, 2009, hal.50

sehingga keadilan hukum dapat diberikan kepada pihak yang berhak;

3. Untuk memberi manfaat kepada masyarakat agar masyarakat lebih terdorong untuk membuat dan mengurus pendaftaran merek usaha mereka

Merk Dagang (Trademark) digunakan oleh pebisnis untuk mengidentifikasi sebuah produk atau layanan. Merk dagang meliputi nama produk atau layanan, beserta logo, simbol, gambar yang menyertai produk atau layanan tersebut.

## 2. Industri Kecil dan Menengah (IKM)

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang didalamnya juga membahas mengenai Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut :

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

IKM merupakan bagian dari UMKM. Kegiatan yang dilakukan UMKM adalah menjual kembali berbagai jenis produk, termasuk produk yang di hasilkan oleh IKM atau industri besar, sedangkan IKM merupakan suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Produk yang dihasilkan industri tidak hanya berupa barang melainkan juga ada dalam bentuk jasa.

Kriteria usaha atau industri mikro, kecil dan menengah menurut UU No. 20 Tahun 2008 adalah:

a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan paling

*Vol 1. No 1 Mei 2018*

banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak p2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### **3. Masyarakat Ekonomi Global ASEAN (MEA)**

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau dalam bahasa Inggris disebut ASEAN Economic Community (AEC) adalah sebuah integrasi ekonomi ASEAN dalam *Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 34

menghadapi perdagangan bebas antarnegara-negara ASEAN. Seluruh negara anggota ASEAN yang terdiri dari Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar, dan Kamboja telah menyetujui perjanjian ini. Tujuan dibentuknya MEA untuk meningkatkan stabilitas perekonomian di kawasan ASEAN, serta diharapkan mampu mengatasi masalah-masalah di bidang ekonomi antarnegara ASEAN.

Diresmikannya MEA atau pasar bebas ASEAN pada akhir tahun 2015 menjadi tantangan tersendiri bagi IKM di Indonesia. Produksi barang atau jasa yang dihasilkan IKM berpotensi bersaing dalam MEA. Perdagangan bebas membuka peluang pasar bagi produk dari dalam negeri ke pasar internasional secara kompetitif, tetapi juga membuka peluang masuknya produk-produk global ke dalam pasar nasional. Pengusaha industri tidak hanya menghadapi pesaing lokal dan nasional, tetapi juga internasional. IKM perlu memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan hukum dan pengembangan usaha seluas luasnya sebagai wujud peran IKM dalam membangun ekonomi negara.

Semakin ketatnya persaingan di MEA, menuntut makin tingginya kualitas produk yang dihasilkan IKM agar dapat bersaing dalam MEA. Seiring dengan hal tersebut, pentingnya peranan HKI dalam mendukung pengembangan produk unggulan IKM untuk bersaing di MEA. IKM dianggap

sebagai inovator penting dalam perekonomian. Inovasi yang dihasilkan IKM baik dalam produk maupun manajemen pemasaran dianggap sebagai kekayaan intelektual yang menjadi sumber keunggulan kompetitif dalam menghadapi MEA. Perlindungan hak kekayaan intelektual bagi pelaku usaha biasanya dijadikan pertimbangan pelaku usaha untuk melakukan perdagangan dan investasi di suatu negara.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang menganalisis implementasi HKI pada produk Unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis peran Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka dalam memfasilitasi HKI bagi produk unggulan IKM sektor makanan serta tanggapan pelaku IKM sektor makanan terhadap layanan HKI dan menganalisis faktor-faktor penghambat dalam implementasi HKI pada produk unggulan IKM di Kabupaten Majalengka .

Teknik pengumpulan data atau informasi dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan analisis dokumen.

### **1. Observasi**

Observasi dilaksanakan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung untuk mengetahui fenomena yang diselidiki. Observasi difokuskan pada implementasi HKI pada produk unggulan

IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA.

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dan bertatap muka kepada Kepala Bidang Perindustrian dan Kepala Seksi Pembinaan dan Pengawasan Perindustrian di Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka. Wawancara juga dilakukan secara langsung dan bertatap muka di tempat usaha beberapa pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka. Wawancara dilakukan untuk mengetahui sejauh mana implementasi HKI pada produk unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA, persepsi pelaku IKM sektor makanan terhadap HKI, dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi HKI pada produk unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA.

## 3. Analisis Dokumen

Analisis dokumen digunakan untuk mengumpulkan data berupa catatan dari hasil observasi, wawancara, serta data-data lain yang berupa tulisan-tulisan yang mendukung penelitian.

Validitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data. Menurut Moleong (2010), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai

pembandingan terhadap data itu. Teknik pemeriksaan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dalam penelitian ini dilakukan dengan menggabungkan dan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumen dari beberapa informan. Triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan dan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan analisis dokumen yang bersumber dari setiap informan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pola penelitian induktif yang diolah dengan teknik saling terjalin atau interaktif mengalir. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman (1994) dengan empat tahapan yaitu:

### 1) Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah proses pertama dalam melakukan analisis data penelitian kualitatif. Proses analisis data pada saat pengumpulan data dapat dilakukan dengan membandingkan hasil pengumpulan data sementara yang telah diperoleh dengan rumusan masalah, tujuan dan fokus penelitian, serta analisis dengan teori yang ada.

### 2) Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

Aktivitas reduksi data ini lebih banyak  
*Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 36

pada aktivitas menyeleksi data yang telah diperoleh dan disesuaikan dengan rumusan masalah, tujuan dan fokus penelitian, serta analisis dengan teori yang ada. Data dirangkum, diseleksi, dipilih pokok-pokok saja, tema yang sama dan kategori yang sesuai.

### 3) Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan yang bersifat sementara dan pengambilan tindakan.

### 4) Penarikan simpulan dan verifikasi

Data yang diperoleh di lapangan, sejak awal sudah ditarik kesimpulan yang masih bersifat sementara, tetapi kemudian meningkat sampai pada simpulan yang memberikan gambaran hasil penelitian secara menyeluruh yang dihubungkan dengan logis sehingga dapat menjawab rumusan masalah, tujuan penelitian dan fokus penelitian.

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### 1. Peran Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka dalam memfasilitasi HKI bagi Produk Unggulan IKM sektor makanan Di Kabupaten Majalengka untuk Bersaing Dalam MEA

Upaya yang telah dilakukan oleh Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka agar IKM mampu bersaing di era MEA adalah dengan  
*Vol 1. No 1 Mei 2018*

memfasilitasi dalam perolehan sertifikat ISO, sertifikat SPPT-SNI, Batik Mark Indonesia, pengujian produk atau nutrition fact, barcode, bimbingan SOP, sertifikat halal dan jugamemfasilitasi IKM untuk memperoleh HKI. Pelaku IKM, khususnya IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka yang ingin memperoleh HKI atas kekayaan intelektual industrinya bisa langsung diproses sendiri maupun melalui Dinas Tenaga Kerja, Bidang Perindustrian Kabupaten Majalengka.

Setiap tahunnya Pemerintah Provinsi Jawa Barat menyiapkan 1.000 surat pendaftaran untuk kekayaan intelektual kepada para pelaku UMKM setiap tahunnya. Melalui Pemerintah Kota, pelaku IKM difasilitasi untuk mendaftarkan kekayaan intelektual yang dimiliki dengan gratis tanpa ada pungutan biaya apapun. Menanggapi, kebijakan Pemerintah Kota Jawa Barat maka Pemerintah Kabupaten Majalengka melalui Dinas Tenaga Kerja Bidang Perindustrian melakukan sosialisasi, himbauhan dan bantuan dalam pengajuan HKI bagi produk IKM. Bidang Perindustrian setiap tahunnya mendaftarkan 5 sampai 10 produk IKM untuk memperoleh HKI.

### Proses pendaftaran HKI

Membutuhkan waktu antara enam sampai delapan bulan. Biaya pendaftaran setiap HKI pariatif. Biaya pendaftaran HKI bagi produk IKM se-Jawa Barat sepenuhnya ditanggung oleh APBD Provinsi Jawa Barat. Tujuan kepemilikan HKI pada produk IKM  
*Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis 37*

agar produk asli yang mereka produksi tidak diklaim oleh pihak lain. Dengan adanya sosialisasi dan himbauhan, terdapat beberapa pelaku IKM yang tertarik dan termotivasi untuk mendapatkan HKI bagi produknya, namun karena ada batasan dari Pemprov Jabar, maka pelaku IKM harus lebih bersabar untuk memperoleh HKI. Ada juga pelaku IKM yang bersikap cuek terhadap HKI, karena mereka menganggap HKI tidaklah penting bagi produknya.

Sebenarnya pelaku IKM sudah dipermudah dalam pengurusan HKI. Mereka tidak dibebani biaya sama sekali mulai dari pengajuan sampai terbitnya sertifikat HKI. Pihak Kepala Seksi Pembinaan dan Pengawasan Perindustrian, ibu Harlin juga mendatangi langsung para pelaku IKM untuk pengurusan HKI pada produk yang dihasilkan. Jadi pelaku IKM tidak harus mengurus sendiri dengan datang langsung ke Direktorat Jenderal HKI, atau melalui Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, atau bahkan melalui Kuasa Hukum Konsultan HKI, tetapi cukup menyiapkan berkas persyaratan pengajuan HKI untuk diserahkan ke Kepala Seksi Pembinaan dan Pengawasan Perindustrian.

Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka terus berupaya melakukan perbaikan dalam memberikan layanan pengurusan kepada pelaku termasuk sektor makanan Perbaikan layanan HKI bagi produk IKM bertujuan untuk:

- a) Meningkatnya jumlah IKM yang memiliki HKI.
- b) Mendorong inovasi dan kreativitas pelaku IKM dalam menghasilkan produk untuk mengembangkan usaha.
- c) Meningkatkan daya saing IKM dalam perdagangan bebas.

Layanan pengurusan HKI oleh Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing di era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA merupakan salah satu bentuk Free Trade Area (FTA) atau perdagangan bebas yang berlokasi di kawasan ASEAN. Produk makanan di kawasan ASEAN memiliki kemiripan produk, sehingga produk yang dihasilkan perlu mendapat perlindungan HKI secara hukum untuk membedakan dengan para kompetitor. Dalam MEA, produk IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka tidak hanya bersaing dengan produk lokal tetapi juga internasional. Inovasi dan kreativitas perlu ditingkatkan sehingga menghasilkan produk yang berdaya saing.

Suatu merek yang dapat didaftar harus memiliki daya pembeda dan dipergunakan dalam perdagangan barang/jasa, dan dapat berupa:

- gambar, seperti lukisan burung garuda pada logo *Garuda Indonesia* atau gambar kelinci pada logo *Dua Kelinci*;
- kata, seperti *Google*, *Toyota*, atau *Mandiri*;

- nama, seperti *Tommy Hilfiger* atau *Salvatore Ferragamo*;
- frasa, seperti *Sinar Jaya* atau *Air Mancur*;
- kalimat, seperti *Building for a Better Future* atau *Terus Terang Philip Terang Terus*;
- huruf, seperti huruf "F" pada logo *Facebook* atau huruf "K" pada logo *Circle-K*;
- huruf-huruf, seperti IBM atau DKNY;
- angka, seperti angka "7" pada logo *Seven Eleven* atau angka "3" pada logo provider *GSM Three*;
- angka-angka, seperti merek rokok *555* atau merek wewangian *4711*;
- susunan warna, seperti pada logo *Pepsi* atau *Pertamina*;
- bentuk 3 (tiga) dimensi;
- suara;
- hologram;
- kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

Sebelum mengajukan permohonan merek, sangat disarankan agar calon pemohon terlebih dahulu melaksanakan penelusuran (*search*) pada database merek DJHKI, untuk memperoleh gambaran apakah sudah ada merek yang terdaftar atau lebih dahulu diproses pendaftarannya milik pihak lain, yang memiliki persamaan baik secara keseluruhan maupun pada pokoknya, dengan merek milik calon pemohon.

Jika dari hasil penelusuran diyakini bahwa resiko merek akan tertolak oleh merek yang lebih dahulu didaftar milik pihak lain

tidak terlalu mengkhawatirkan, maka pemohon disarankan untuk segera mengajukan pendaftaran merek yang dimaksud.

Dokumen dan persyaratan yang harus dilengkapi saat pengajuan untuk mendapatkan Tanggal Penerimaan adalah:

- Formulir Pendaftaran Merek yang dibuat rangkap dua, telah diisi lengkap dan ditanda-tangani oleh Pemohon atau Kuasanya;
- Kelas dan jenis barang/jasa. Satu permohonan merek untuk satu merek di satu kelas, namun tidak terbatas jumlah jenis barang/jasanya. Kelas dan jenis barang tidak dapat diganti ataupun ditambah setelah mendapat Tanggal Penerimaan, namun untuk jenis barang dapat dikurangi.
- Membayar biaya pendaftaran sebesar Rp. 2.000.000,00;
- Contoh etiket merek sebanyak 3 (tiga) lembar, dengan ukuran minimum 2 x 2 cm dan maksimum 9 x 9 cm;
- Surat Pernyataan Hak, yang merupakan pernyataan Pemohon bahwa ia memang memiliki hak untuk mengajukan pendaftaran merek tersebut dan akan menggunakan merek yang didaftarkan dalam perdagangan barang/jasa untuk mana merek tersebut didaftar;
- Surat Kuasa, jika permohonan diajukan melalui Kuasa.

Saat ini permohonan pendaftaran merek juga bisa diajukan secara elektronik  
*Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 39

(e-filing), namun sejauh ini akses masih belum dibuka secara luas dan hanya terbatas pada Kanwil KemenkumHAM, universitas, dan Konsultan HKI. Manakala persyaratan minimum (formulir yang diisi lengkap, label merek, pembayaran biaya) sudah terpenuhi, permohonan akan mendapatkan Tanggal Penerimaan. Paling lambat 15 hari setelah Tanggal Penerimaan, permohonan akan diumumkan dalam Berita Resmi Merek, di mana masa Pengumuman akan berlangsung selama 2 (dua) bulan. Selama masa pengumuman tersebut masyarakat berkesempatan mengajukan keberatan jika merasa merek tersebut tidak dapat didaftar atau harus ditolak pendaftarannya, untuk mana kemudian Pemohon berhak menyampaikan sanggahan atas keberatan tersebut.

Dalam waktu 30 (tigapuluh) hari setelah berakhirnya masa Pengumuman, atau setelah batas akhir penyampaian sanggahan atas keberatan, permohonan akan memasuki masa Pemeriksaan Substantif. Tahapan ini adalah penentuan apakah suatu merek yang dimohonkan dapat didaftar atau tidak, dan harus diputuskan selambat-lambatnya dalam waktu 150 (seratus lima puluh) hari sejak dimulainya masa Pemeriksaan Substantif. Dalam hal merek ditolak untuk didaftar, Pemohon berhak mengajukan banding ke Komisi Banding Merek. Dalam hal merek disetujui untuk didaftar, DJKI berkewajiban untuk menerbitkan Sertifikat Pendaftaran Merek dalam waktu 15 (limabelas) hari sejak

tanggal Pendaftaran Merek.

Dari uraian sebelumnya, proses permohonan pendaftaran merek dari sejak Tanggal Penerimaan hingga Tanggal Pendaftaran memakan waktu sekitar 7 hingga 9 bulan. Hal ini merupakan terobosan yang diatur dalam UU merek yang baru, UU no. 20 tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Sebelumnya berdasarkan UU no. 15 tahun 2001 tentang Merek, jangka waktu pemrosesan permohonan adalah sekitar 12 hingga 18 bulan. Namun pada prakteknya DJKI kesulitan memenuhi jangka waktu tersebut, terutama disebabkan oleh tingginya volume permohonan yang masuk berbanding dengan tenaga pemeriksa yang dimiliki oleh DJKI. Secara umum, biasanya satu permohonan saat ini akan memakan waktu antara 18-24 bulan sampai terbitnya Sertifikat.

Pemohon tidak dapat mengambil tindakan hukum apapun terhadap pihak lain yang menggunakan merek tanpa ijin selama Sertifikat Merek belum terbit, namun setelah merek tersebut didaftar Pemegang Hak Merek dapat menuntut ganti kerugian atas pelanggaran merek yang dilakukan setelah Tanggal Penerimaan.

Komponen Biaya Permohonan Merek adalah Rp. 2.000.000,00 setiap satu merek di satu kelas, tanpa ada batasan untuk jumlah jenis barang atau jasa yang dicantumkan sepanjang masih dalam kelas yang sama.

## **2. Persepsi Pelaku IKM Sektor Makanan Terhadap HKI Di Kabupaten Majalengka Untuk Bersaing Dalam MEA**

Jumlah IKM di Kabupaten Majalengka terutama yang bergerak disektor makanan belum diketahui dengan pasti karena banyaknya IKM yang berkembang di setiap sudut Kabupaten Majalengka . Berdasarkan data dari ketua seksi pemberdayaan hubungan industrial dan perlindungan tenaga kerja, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka pada tahun 2017, IKM yang secara formal mendaftarkan diri secara formal ke penanaman modal, sedangkan ada juga IKM yang norformal.

Pelaku IKM Kabupaten Majalengka saat ini harus siap menghadapi persaingan di pasar bebas ASEAN atau MEA. Munculnya pelaku-pelaku usaha baru yang bergerak dalam bidang industri makanan, membuat para pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka harus berjuang untuk bersaing dalam mempertahankan usahanya. Pelaku IKM sektor makanan perlu memahami peran HKI untuk menimbulkan kesadaran akan pentingnya daya kreasi dan inovasi intelektual, sehingga terbentuk kemampuan daya saing dalam penciptaan inovasiinovasi yang kreatif.

Saat ini kesadaran pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka akan pentingnya pemanfaatan HKI untuk mendukung kegiatan usaha mereka masih

rendah. Data jumlah pelaku IKM yang telah memperoleh HKI tidak dapat diketahui dengan pasti. Kekayaan intelektual yang didaftarkan kebanyakan mengenai merek dagang. Pemahaman para pelaku IKM sektor makanan mengenai HKI baru membuat sebagian kecil pelaku IKM termotivasi untuk memiliki HKI atas industri yang dijalankan. Pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka beranggapan bahwa kekayaan intelektual yang didaftarkan melalui HKI tidak begitu penting.

Pelaku IKM umumnya enggan melakukan upaya hukum untuk melindungi kekayaan intelektual yang dimiliki. Pelaku IKM tidak lagi memperdulikan peroleh ganti rugi atas pelanggaran hak terhadap kekayaan intelektual yang dimiliki. Pelaku IKM lebih memilih menggunakan metode informal untuk melindungi kekayaan intelektual, seperti menjaga informasi yang rahasia sebagai "rahasia dagang". Metode informal dianggap lebih familiar untuk menjaga informasi yang rahasia mengenai kegiatan industri yang dilakukan, biayanya juga lebih murah, tidak memakan waktu, dan lebih efektif daripada metode formal melalui sistem HKI.

IKM sektor makanan yang telah memiliki HKI atas kekayaan intelektual industrinya tidak mengizinkan orang lain menggunakan merek yang dimiliki untuk menjual produk yang dihasilkannya, tetapi mengizinkan orang lain memberi merek atas produk yang dihasilkan. Kebanyakan pelaku *Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 41

IKM sektor makanan mengizinkan produknya dijual oleh orang lain dengan pengemasan dan merek atau label milik orang lain, yang terpenting bagi pelaku IKM sektor makanan yaitu produknya laku banyak dan mendapat keuntungan yang maksimal. Orang membeli kemudian memberi merek terhadap produk yang dibeli bukan merupakan tindakan yang melanggar hukum, kecuali jika menjual produknya dengan merek orang lain itu melanggar hukum.

Bagi pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka, pendaftaran HKI terhadap produk yang dihasilkan, tidaklah begitu penting untuk bersaing di pasar. Pelanggan atau konsumen tidak begitu mementingkan HKI. Ada atau tidaknya HKI tidak begitu mempengaruhi penjualan produk mereka. Para pelanggan atau konsumen lebih melihat ada tidaknya sertifikat halal dari MUI dan nomor P.IRT dari Dinas Kesehatan pada produk IKM. Ada juga pelanggan atau konsumen yang percaya terhadap kualitas produk IKM, tanpa mempertimbangkan sertifikat halal dan nomor P.IRT. Kualitas produk menjadi hal utama dalam bersaing di pasar sehingga mampu mempertahankan pelanggan.

### **3. Hambatan Dalam Implementasi HKI Bagi Produk Unggulan IKM Sektor Makanan Di Kabupaten Majalengka untuk Bersaing Dalam MEA**

Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam implementasi HKI bagi produk

unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA antara lain :

- 1) Data IKM sektor makanan yang kurang lengkap  
Data IKM di Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka kurang lengkap. Tidak diketahui secara pasti jumlah IKM yang ada di Kabupaten Majalengka termasuk IKM sektor makanan.
  - 2) Dibatasinya jumlah IKM sektor makanan dalam pendaftaran HKI Dinas Tenaga Kerja, Bidang Perindustrian Kabupaten Majalengka setiap tahunnya hanya mendaftarkan 5 sampai 10 produk IKM untuk memperoleh HKI karena ada batasan dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang hanya menyiapkan 1.000 surat pendaftaran HKI se-Jawa Barat kepada para pelaku UMKM setiap tahunnya.
  - 3) Sosialisasi mengenai HKI yang kurang efektif  
Peserta sosialisasi selama ini belum diikuti oleh seluruh pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka . Banyaknya jumlah IKM, menjadi persoalan dalam pelaksanaan sosialisasi. Selama ini peserta yang mengikuti sosialisasi kebanyakan berasal dari IKM yang sudah memiliki “brand” dan dikenal masyarakat luas, sedangkan IKM yang tergolong industri rumah tangga yang
- Maro, Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 42

proses produksinya dilakukan sendiri dengan bantuan anggota keluarga belum berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi.

4) Kurangnya pemahaman pelaku IKM mengenai HKI

Materi sosialisasi mengenai teknis penyusunan permohonan HKI belum komprehensif, sehingga pemahaman pelaku IKM sektor makanan relatif kurang. Pelaku IKM sektor makanan hanya mengetahui bahwa jika produk yang dihasilkan telah terdaftar HKI, berarti produknya tidak bisa ditiru orang lain. Pelaku IKM sektor makanan hanya mengetahui kalau yang dapat didaftarkan HKI itu hanya mereknya saja, padahal mereka bisa mendaftarkan desain industri, rahasia dagang, dan paten atas produk yang dihasilkan.

5) Kurangnya apresiasi pelaku IKM terhadap HKI

Pelaku IKM di Kabupaten Majalengka termasuk yang bergerak di sektor makanan memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Ada yang minat dan mengapresiasi dengan baik upaya pemerintah untuk melindungi secara hukum produk unggulan IKM sektor makanan melalui fasilitas layanan HKI. Ada juga pelaku IKM sektor makanan yang bersikap acuh terhadap usaha pemerintah karena mereka menganggap perlindungan HKI pada produk yang dihasilkan tidak begitu penting dalam mengembangkan usaha serta untuk

bersaing di pasar. Masih banyak pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka yang telah mendapatkan sosialisasi namun belum tertarik untuk mendaftarkan HKI dengan alasan tidak perlu HKI untuk melindungi produknya dipasar.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

*Pertama*, Bidang Perindustrian, Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Majalengka dalam mengimplementasikan HKI pada produk unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA kurang berjalan dengan efektif karena kurang lengkapnya data jumlah IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka.

*Kedua*, pelaku IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka beranggapan bahwa HKI tidak begitu penting, sehingga hanya sebagian kecil pelaku IKM sektor makanan yang termotivasi untuk memiliki HKI atas industri yang dijalankan untuk bersaing dalam MEA.

*Ketiga*, hambatan yang dihadapi dalam implementasi HKI pada produk unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA antara lain: data IKM sektor makanan yang kurang lengkap, dibatasinya jumlah IKM sektor makanan dalam pendaftaran HKI, sosialisasi mengenai HKI yang kurang efektif, Maro, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis* 43

kurangnya pemahaman pelaku IKM mengenai HKI, dan kurangnya apresiasi pelaku IKM terhadap HKI.

Beberapa saran yang dapat berikan berdasarkan simpulan hasil penelitian sebagai berikut. *Pertama*, tersedianya sumber daya manusia yang kompeten mengenai HKI, sehingga dapat menyelesaikan masalah-masalah dalam implementasi HKI pada produk unggulan IKM sektor makanan di Kabupaten Majalengka untuk bersaing dalam MEA. *Kedua*, penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan memperluas jangkauan untuk IKM dan UMKM se-Indonesia mengenai pemanfaatan HKI untuk bersaing di pasar global.

## DAFTAR PUSTAKA

- Burrone, E. 2005. Intellectual Property Right and Innovation in SMEs in OECD Countries. *Journal of Intellectual Property Rights*, Vol. 10, p. 34-43.
- Asyhadie, Z. 2005. *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Margono, S. 2010. *Hukum Hak Cipta Indonesia: Teori dan Analisis Harmonisasi Ketentuan World Trade Organization/WTO-TRIPs Agreement*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mehra, R., A. Choudhary, A. Tiwari, dan N. Rohilla. 2015. Intellectual Property Rights and Strategic Partnerships in Micro, Small, and Medium Enterprises. *GE-International Journal of Management Research (GE-IJMR)*, Vol. 3, p. 198-205.
- Miles, M.B., dan A.M. Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. California: Sage Publication.
- Moleong, L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Siswanto, C. T. 2015. *Pelaksanaan Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Terhadap Desain Industri Pada Industri Kerajinan Bambu Di Wilayah Kabupaten Sleman*. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 11 (1), 35 – 73.